

Panorama de la Economía de la Información en el Tardocapitalismo*

Panorama of the Information Economy in Late Capitalism

Panorama da economia da informação no capitalismo tardio

Francisco Sierra Caballero

Universidad de Sevilla (España)

fcompolitic@gmail.com

Fecha de recepción: 10 de enero de 2018

Fecha de recepción evaluador: 20 de enero de 2018

Fecha de recepción corrección: 30 de enero de 2018

Resumen

El siguiente ensayo habla sobre el importante papel que cumple la información y comunicación en el mundo contemporáneo. Estos dos factores representan, hoy en día, poder y control en todo ámbito; tales como: el ámbito social, empresarial y hasta escolar. En el siguiente texto se hace mención a la relevancia de la información nacional e internacional, y como esta última se ha convertido en un sinónimo de poder en el mundo capitalista

Palabras clave: Comunicación, información, globalización, industria, capitalismo.

Abstract

The following essay talks about the important role of information and communication in the contemporary world. These two factors represent, today, power and control in every field; such as: the social, business and even school environment. In the following text mention is made of the relevance of national and international information, and how the latter has become a synonym of power in the capitalist world

Keywords: Communication, information, globalization, industry, capitalism.

Resumo

O ensaio a seguir fala sobre o importante papel da informação e da comunicação no mundo contemporâneo. Esses dois fatores representam hoje o poder e o controle em todos os campos; tais como: o ambiente social, empresarial e até escolar. No texto a seguir é feita menção à relevância da informação nacional e internacional, e como esta se tornou sinônimo de poder no mundo capitalista.

Palavras-chave: Comunicação, informação, globalização, indústria, capitalismo.

La era de la interdependencia y de la globalización económica es indiscutiblemente la era de la empresa transnacional, cuyo poder se asienta en la producción y la comunicación como factores combinados.

Desde finales de la Segunda Guerra Mundial, la industria ha desarrollado su capacidad reproductiva ampliando mercados y concentrando el poder del capital hasta extremos inverosímiles. De hecho, la empresa transnacional es una manifestación concreta del desarrollo histórico y expansivo del capitalismo. Sin embargo, la novedad de las actuales sinergias del capital transnacional es el uso, y abuso, de la comunicación y la información como principal factor endógeno de crecimiento. “La comunicación se ha convertido en una rama provechosa y vital de la producción industrial. El control de la comunicación abre importantes perspectivas al manejo de las necesidades del consumidor y a la legitimación de los intereses del negocio” (Hamelink, 1981, p.27). El complejo comunicación-industria, según explica Hamelink, es una nueva exigencia de la actual estructura económica del mundo, dominada por el control financiero, la centralización de la industria del marketing y el control de la tecnología. De ahí la incidencia de los elementos informativos en el proceso de financiarización de la economía 1. “Tanto en términos de hardware como de software, la comunicación internacional es una rama importante de la actividad industrial. Las empresas que poseen intereses considerables en la comunicación internacional figuran entre las mayores empresas industriales del mundo” (Hamelink, p. 103).

Por otra parte, se percibe una progresiva concentración de la amplia variedad de servicios y bienes de comunicación pública en un reducido número de grupos multimedia, desde la fase de producción a la distribución de productos que actualmente estructura el comercio internacional. Justamente, cabe entender en este contexto el papel jugado por el sector financiero en las aceleradas fusiones de las compañías locales de información. La banca transnacional se ha convertido, de hecho, en elemento clave de los negocios transnacionales. El nuevo complejo comunicación-industria estaría orientado, en este

sentido, por los intereses privados de la industria y la banca transnacional. Las telecomunicaciones constituyen hoy día parte vital de las actuales estrategias financieras. La transnacionalización de la banca impuso al sector la necesidad de contar con redes internacionales de comunicación. En el mismo proceso, el empleo intensivo de capital y de nuevas tecnologías de la información favorecería, por otra parte, la elevación del grado de concentración bancaria. Los flujos invisibles de datos es uno de los factores tecnológicos que explican el actual nivel de concentración del sistema bancario. La necesidad de transmitir grandes volúmenes de información en tiempo real prioriza la apropiación tecnológica como condición indispensable para hacer efectivas las posibilidades de expansión de los movimientos de capitales. En este sentido, los flujos internacionales de información amplían, por otra parte, las posibilidades de evadir cualquier tipo de control público sobre los flujos internacionales de capital. Los sectores de las finanzas y de la información son convergentes en la medida en que comparten la apropiación privada del hecho social mercantilizable que es la información.

Como señalamos, el control de la tecnología es hoy uno de los principales instrumentos para el dominio económico mundial. Por supuesto, este control se encuentra al servicio de los grandes monopolios económicos encargados de financiar las políticas de Investigación y Desarrollo (I+D) con subvenciones incluidas de gobiernos y organismos internacionales. El control oligopólico de las nuevas tecnologías de la información constituye el principal factor de sostenimiento de las actuales relaciones económicas. A través del poder financiero, las corporaciones transnacionales invierten grandes sumas de dinero en políticas de I+D, privatizando el uso y explotación productiva de las innovaciones tecnológicas. De tal modo que la progresiva especialización de los mercados y la expansión transnacional del capital financiero introduce una nueva división internacional del trabajo en torno al desarrollo de las redes telemáticas de comunicación. Los instrumentos de difusión desarrollados por el capitalismo responden a la necesidad de acumulación que determinan los elementos de una economía capitalista ampliada en su expansión transnacional. Luego el sector de la telemática - las tecnologías de la información en general - es el principal motor que estructura las actuales transformaciones económicas. Sin ningún ánimo reduccionista, puede decirse que las nuevas tecnologías de la información estructuran decisivamente el nuevo orden económico internacional, pasando los estados nacionales a ser dependientes de las prácticas y flujos del capital transnacional.

El nuevo escenario internacional de la información y la comunicación viene caracterizado en los últimos años por una creciente integración de los media en el conjunto de la economía mundial. La transnacionalización económica ha desembocado en la extensión de un entramado de redes, en el que los recursos informativos son explotados por todos los sectores en las distintas etapas de la producción económica. “La recogida, el tratamiento y la transmisión de la información representan una parte creciente

en los costos de producción tanto en los servicios (bancos, agencias de viajes, meteorología, etc.) como en la producción material (gestión o comercialización)” (Collon, 1995, p. 131).

El concepto clave de esta novedosa realidad informativa es el de la sinergia empresarial como estrategia de los emporios transnacionales en ilimitada expansión comercial. Lo característico de la creciente integración en las fuerzas productivas de la información como materia prima es su desarrollo paralelo a la desregulación liberalizadora, acompañada de la superconcentración tanto vertical como horizontalmente, no ya sólo de las ramas de esta industria, sino además de sectores ajenos a la naturaleza de esta mercancía.

A todos los niveles, nacional e internacionalmente, el control de la información constituye una necesidad estratégica de la economía. “La información como propiedad y el uso y control de la misma para defender la propiedad son características distintivas del capitalismo en los años finales del siglo XX” (Schiller, 1993, p. 70). Las corporaciones transnacionales en gran medida se han vuelto dependientes de los flujos de información para garantizar la circulación de bienes y servicios en el mercado mundial. Es por ello que la producción y las finanzas necesitan una mayor integración de la infraestructura de comunicaciones.

A través de las nuevas tecnologías de la información, el capital logra la exportación de plusvalías mediante conexiones bancarias a nivel transnacional. El equilibrio del mercado depende cada vez más de la explotación intensiva de la calidad simbólica. Mientras “la producción ampliada y las capacidades de distribución han incrementado la ganancia en la producción cultural” (Ibid, p. 48).

Tenemos así que las actividades de información-comunicación constituyen una parte esencial de la base económica en la que se fundamenta el modelo tardocapitalista. La sociedad de la información es conceptualizada como esquema interpretativo en la economía, a raíz de la creciente participación de algunos segmentos de la industria sobre el flujo de la comunicación internacional. Aunque el concepto de economía de la información se identifica con la tendencia posindustrial en la medida en que ésta modifica las relaciones sociales a través del progreso y desarrollo tecnológico. En términos económicos, la expansión de las industrias culturales ha supuesto:

- a) Un mayor estímulo del comercio internacional, aumentando la demanda de líneas de producción más completas, relacionadas con el sector informativo.
- b) Un incremento de las inversiones en las industrias vinculadas con la información.

- c) La formación de una red de transferencias tecnológicas en el sector electrónico que vincula firmas de diferentes países mediante acuerdos sobre licencias e intercambio de patentes (OCDE, 1979).

La creciente importancia de las actividades de información en la economía implica que, en el tardocapitalismo, la distribución y ejercicio del poder social se relaciona cada vez más con los recursos e instrumentos de control de la información. La información, como valor económico, es sinónimo de poder. La capacidad de almacenamiento y el control del flujo de datos determina en un sentido amplio toda posibilidad de desarrollo. La economía se volatiliza y estructura en relaciones inmateriales sus estrategias de valorización. El procesamiento, acumulación y transmisión de información se ha convertido en una actividad industrial de primer orden que da trabajo a porciones cada vez mayores de la mano de obra, representando así un porcentaje creciente del conjunto de la producción. A través de las nuevas tecnologías, el sector informativo genera una serie de nuevos empleos de alta cualificación, suprimiendo trabajos rutinarios y poco inteligentes.

Aunque las diferencias y correlaciones existentes entre descualificación de la mano de obra y la creación de nuevas funciones laborales han dado pie a confrontadas interpretaciones, lo cierto es que la economía de la información se convierte en el sector con mayores utilidades a futuro, concentrando progresivamente el número más elevado de puestos de trabajo de nueva creación. La llamada era tecnocrática viene marcada por la progresiva transformación de la economía productiva en una economía de servicios. Los sectores terciarios de la actividad social, tales como la educación, el consumo y la información asumen un papel predominante en la racionalidad de la planificación económica. Pues la producción y procesamiento estratégico de información constituye la clave de la productividad en un contexto económico progresivamente informacional.

Ahora bien, la invisibilidad del proceso productivo, desplazado por la producción del conocimiento, es justamente la otra cara del argumento que pregona el fin de las ideologías. Aquí no pretendemos hacer un desarrollo “in extenso” de las corrientes y fuentes teóricas que alientan esta nueva conceptualización económica. Únicamente nos interesa este aspecto para el problema de comprensión de las políticas económicas en el sector de la información, en la medida que las implicaciones teóricas de la nueva economía de la información determinan hoy las concepciones dominantes del desarrollo social y las políticas culturales que las acompañan. Hoy, por ejemplo, es común que los aspectos de la vida cultural y social pasen a depender directamente de la estructura y organización económica. La sociedad se transforma así en un elemento de producción.

“El desarrollo no es ya una consecuencia solamente de la acumulación del capital. El desarrollo se da como resultado de un conjunto de factores sociales, entre los cuales el conocimiento (bajo la forma de investigación científica y técnica, de formación profesional o permanente, de difusión de actitudes favorables a la transformación

continua de los factores de producción, etc.) ocupa un lugar cada vez más importante” (Díaz Rangel, 1985, p. 113).

Por lo que conviene tomarlos en cuenta en cualquier estrategia de evaluación alternativa a las actuales políticas de desarrollo social.

La agudización de la competencia capitalista ha acelerado la complejidad del flujo y circulación de bienes y servicios, determinando en consecuencia la necesaria aplicación de políticas informativas, junto a estrategias de innovación tecnológica y de políticas de cualificación de la mano de obra. Ahora bien, en la economía de la información, supuestamente desmaterializada, la plusvalía relativa se obtiene merced a la explotación intensiva de la mano de obra gracias al bajo coste tecnológico de los nuevos medios de producción aplicados en el uso valorizante de la información y el conocimiento. Este aspecto, habitualmente ignorado en la planeación de las políticas tecnológicas de información, constituye sin embargo el núcleo central que pone en evidencia, desde una reflexión crítica y consistente, la naturaleza y sentido de los actuales procesos de modernización tecnológica de la industria, en general, y del sector informativo.

El Nuevo Paradigma del Toyotismo

Uno de los principales factores de cambio social que introduce la revolución en las comunicaciones es la profunda transformación del proceso de trabajo, progresivamente desagregado, hasta el punto de plantear nuevas claves explicativas en la actual tendencia de individualización y fragmentación de tareas, distribuidas por las redes informacionales. Esta “nueva sociedad de flujos” (Castells, 1995, p. 68) demanda pues otra cultura del trabajo, otro sujeto distinto para el proceso de producción. Las mutaciones económicas, y sobre todo culturales, obligan al hombre a asumir el esfuerzo de prever su futuro sentando las bases de una formación permanente y actualizada en función del cambio social constante y acelerado, una educación que enseñe a desaprender hábitos y ritos cognoscitivos al objeto de poder abrir la mente en su totalidad para adaptarse a la innovación tecnológica continua. Esto es, educar hoy no es otra cosa sino PENSAR AL REVÉS (Coriat, 1991).

Las nuevas tecnologías de la información demandan hoy en el mercado de trabajo una mayor cualificación profesional, puesto que se suprimen empleos rutinarios y se crean nuevos procesos que requieren de destrezas técnicas y reflexivas bien distintas al perfil mostrado hasta la fecha por el trabajador fordizado. Por ejemplo, la flexibilidad y adaptabilidad en el empleo son consecuencias directas de la innovación tecnológica. Si durante el desarrollo del modelo de organización taylorista, escuela y trabajo permanecieron como dos polos divididos desde el origen del industrialismo clásico, hoy día se reivindica desde la empresa la utopía societaria de la educación integral. Frente a la segmentación y descomposición del trabajo colectivo en la cadena de montaje, el fordismo es desplazado por la lógica de los círculos de calidad. La descentralización,

autonomía y flexibilidad organizativa favorecen, al contrario que en los talleres fordistas, la participación del trabajador, que debe ser necesariamente inventivo, cooperante y críticamente reflexivo para comprender el proceso total desde su posición de productor polivalente. Precisamente los principios de polivalencia y de transversalidad definen en términos generales, a nivel teórico, el modelo de empresa Toyota y el espíritu del modelo de organización social que establece la era de las comunicaciones para el nuevo milenio.

Si el modo de organización del trabajo define el tipo de civilización en la que vivimos, es más que pertinente ubicar cuáles son las condiciones actuales de producción industrial. Cuando menos, conviene analizar los cambios en el modo de organización del trabajo para comprender, a nivel micro, en qué consiste la nueva economía de la información ubicando, de paso, el papel asignado a la educación y la importancia de la comunicación educativa en el ejercicio de la nueva cultura empresarial. El estudio de la comunicación como dominio debe prestar especial interés a estos aspectos pues son la clave que explica la creciente importancia de las tecnologías educativas, la educación permanente y la comunicación en los objetivos estratégicos de las grandes empresas transnacionales. Ahora bien, en el presente epígrafe no se trata de analizar la multitud de experiencias existentes en la reingeniería de los procesos de trabajo. Más bien, se trata tan sólo de dar cuenta de la transición a un nuevo modelo de relaciones laborales que enriquece las tareas de producción y, en este sentido, favorece una mayor participación responsable de los trabajadores, por ser éste el marco en el que adquieren relevancia los requerimientos y objetivos de formación.

La Naturaleza del Simio Amaestrado

Si la metáfora moderna de la nueva era industrial es el reloj - la distribución y organización del tiempo y del espacio, linealmente -, el taylorismo se transformará en el código formalizado de la organización científica del trabajo. El *scientific management* representa la solución a los problemas de disciplinamiento de la mano de obra procedente del sector artesanal y del campesinado, que tanto tiempo había buscado el capital en su primera fase de desarrollo, dada las necesidades de control frente a las resistencias ofrecidas por los obreros en su adaptación a las nuevas normas del oficio. Así, el taylorismo será el dispositivo particular de control del trabajo como estrategia económica de conjunto para el capital americano. Los nuevos métodos de organización científica del trabajo serán el instrumento microeconómico de aplicación empresarial al sistema productivo, en el proceso de transición del capitalismo clásico, basado en la necesidad y la competencia monopólica supuestamente perfecta, al neocapitalismo de consumo, como sistema de producción en masa orientado según la lógica de la obsolescencia planificada por el control oligopólico y la racionalización de la oferta y la demanda, constituyendo una nueva norma de consumo (deseo) mediante el ajuste de la demanda a la oferta con la mediación de las técnicas de mercado.

La organización científica del trabajo introduce, como novedad, el control directo sobre los modos y procedimientos operativos de la empresa, bajo vigilancia de los cronanalizadores que organiza el capital.

“Al acabar con el control obrero sobre los modos operatorios, al sustituir los secretos profesionales por un trabajo reducido a la repetición de gestos parcelarios - en pocas palabras, al asegurar la expropiación del saber obrero y su confiscación por la dirección de la empresa, el cronómetro es, ante todo, un instrumento político de dominación sobre el trabajo” (Coriat, 1993, p.2).

El taylorismo supuso la expropiación real del saber productivo a manos del capital, descomponiendo el trabajo en ínfimas tareas organizadas por la dirección. De esta manera, se hizo efectivo el control de la mano de obra y una más disciplinada organización en la apropiación de plusvalías.

El marco general de una sociedad optimistamente ilustrada, que creía en los poderes absolutos de la ciencia y la técnica, será el contexto de surgimiento de la nueva organización científica del trabajo. Vinculándose desde entonces toda estrategia de organización de la producción con soluciones técnicas y/o tecnológicas, incluso, como veremos, en el modelo de organización toyotista.

El modo de organización del trabajo tendrá en el ámbito macroeconómico de la teoría clásica su fundamentación en una epistemología el equilibrio social. El individualismo metodológico que aplicará el modelo de análisis conductista al estudio de la fisiología y psicología humana, aplicados a la producción industrial, estará dominado por el poder de la razón abstracta. Así, el trabajador es un sujeto atomizado de manera solipsista. El sujeto es un sujeto consumidor que aparece individualizado, fuera de contexto, ahistórico, sin participación más que imaginaria en la producción por el fetiche liberal de la mercancía.

Taylor busca en la sociedad americana desarrollar el más alto grado de comportamientos maquinales y automáticos en el obrero, desplazado ya el viejo nexo existente entre cualificación de la fuerza de trabajo y autonomía profesional. Por eso, el fordismo equiparó más tarde al hombre con el animal, en cuanto fuerza de trabajo embrutecida.

El taylorismo consistirá por tanto en la descomposición analítica de las operaciones laborales según la asignación individualizada a cada trabajador de una tarea productiva concreta. Independientemente de las variantes y de las distintas aplicaciones que produjo, la organización del trabajo en tiempo asignado se fundamentará en tres principios elementales: especialización de las funciones, fragmentación de tareas, y medición de tiempos y movimientos. De este modo, el moderno sistema de organización científica del trabajo garantizó el control de la mano de obra en el paso de una explotación absoluta a una expropiación relativa del producto social del trabajo. Es decir, “en lo

sucesivo el capital mantendría un mayor control sobre el proceso de trabajo, a partir de la mano visible de la dirección que intentará introducir elementos innovadores a nivel organizacional, y también tecnológico, para elevar la productividad” (Martínez & Montesinos, 1994, p. 40). La distribución de tiempos y movimientos, merced a la especialización en la división del trabajo, elevará la productividad de la empresa capitalista subsumiendo realmente el trabajo según las estrategias del capital.

Con Ford, la racionalización tayloriana del proceso de trabajo llega al límite de máximo aprovechamiento, eliminando todo tiempo improductivo en la línea de montaje. El fordismo representa, en concreto, la subsunción absoluta de la fuerza de trabajo por la máquina del capital y la introducción de un principio panóptico de vigilancia:

"Ford es ciertamente heredero y tributario del *scientific management* - de su protocolo central: el *Time and motion study* -, pero la instauración de la línea de montaje lleva los casos a unos grados cualitativamente nuevos (...): elimina los tiempos muertos del taller y los convierte en tiempo de trabajo productivo (...) El resultado de esto es una brutal prolongación de la duración efectiva de la jornada de trabajo. Después la línea de montaje lleva hasta sus límites la parcelación del trabajo. Con Taylor, el obrero sometido al *Time and motion study* sigue siendo a menudo un *first-class man* (obrero de primera categoría), debidamente relacionada y entrenado, ya que lo esencial consiste en la separación de los trabajos de concepción y ejecución. Ford desarrolla a Taylor, y a diferencia de él, asegura la subdivisión del propio trabajo de ejecución, la parcelación” (Coriat, p. 62).

El tiempo asignado en Taylor se convierte así en tiempo impuesto, con Ford. La racionalización fordista se basará en dos principios básicos: la separación radical entre el trabajo de concepción y el trabajo de ejecución; y la parcelación estricta de tareas y trabajos concretos asignados a cada obrero, regulados por el ritmo de producción de la cadena de montaje. De tal forma que el recurso sistemático al modelo de organización mecanicista logrará una acumulación más eficaz de plusvalor relativo fijándose, aunque de manera autoritaria, la cadencia y los ritmos de trabajo en la línea de producción. El americanismo representará así

“una victoria de la razón sobre el instinto, representa la flecha del proceso de alejamiento de la naturaleza y de control de sus energías en nosotros y fuera de nosotros. El individualismo es una victoria continua sobre la animalidad del hombre, un proceso ininterrumpido y doloroso de sometimiento de los intereses a nuevos y rígidos hábitos de orden, de exactitud y de precisión” (Tosel, 1992, p. 199).

Ford introducirá las primeras normas de control de calidad mediante la definición de las características de los productos y la unificación de las condiciones de trabajo. Con esta aportación, el nuevo modelo de producción fordizado se impondrá universalmente como nueva forma extensiva de trabajo. Como comentara Gramsci, el modo de consumo y reconstitución de la fuerza de trabajo exigirá de los obreros una forma de desgaste de la fuerza de trabajo más penosa y extenuante. “Con la racionalización tayloriana y fordiana del proceso de trabajo se altera la relación existente entre las condiciones

domésticas y las condiciones mercantiles ofrecidas al obrero para la reconstitución de su fuerza de trabajo” (Coriat, p. 62).

Ahora bien, la universalización del modo de organización científica del trabajo habría de encontrar numerosas dificultades en su aplicación interna por los sistemas de producción. Las resistencias, el boicot más o menos larvado y también la apatía serán algunas de las deficiencias apuntadas por los nuevos pensadores de la reingeniería social. Si bien será el marco general de crisis de acumulación capitalista el que obligue a buscar nuevas vías de acoplamiento de la mano de obra a la megamáquina del capital.

A finales de los años sesenta, el fordismo, según Aglietta, comienza a evidenciar los límites de la reproducción social capitalista. La crisis se manifestará a tres niveles distintos: a nivel técnico, por la saturación de la cadena de montaje, el exceso de tiempos muertos y la descapitalización por la saturación de inversiones del capital fijo; a nivel social, por la evolución en los estilos de vida diferenciados que rechazan la homogeneidad y el consumo uniforme; y a nivel mercantil, por las sucesivas crisis de sobreproducción y la saturación del mercado. En esta década, el modelo fordista experimenta un cambio de ciento ochenta grados en los principios económicos del tradicional esquema dominante en la organización científica del trabajo. Frente a la sociedad de pleno empleo se consolidará como irremediable el desempleo estructural, ante la homogeneización del consumo, se perfilará una oferta diferenciada por estratos y grupos de pertenencia, mientras la sociedad del bienestar cede su espacio privilegiado a una sociedad dual en lo que había sido considerado hasta entonces el modelo de sociedad opulenta a imitar. Con la crisis del petróleo (1973-1975), la caída tendencial de la tasa de ganancia obliga a una reformulación efectiva de los métodos fordistas de producción, que habían llegado a su total agotamiento como estructura de organización del trabajo.

Desde finales de la década de los sesenta ya se había iniciado un amplio movimiento de experimentación y de investigación empírica aplicada con el objetivo de disminuir y solventar, en consecuencia, los graves problemas de vulnerabilidad de la cadena de montaje provocados por la apatía o el sabotaje abierto que ejercían los trabajadores a modo de resistencia. Las soluciones orientadas a superar la crisis del capitalismo se centrarán de manera preferente en dos frentes principales: el incremento de la productividad, mediante un nuevo consumo productivo de la mano de obra, y, por otro lado, la devaluación de la fuerza de trabajo como mercancía, generalizando el trabajo precario y el dumping social.

Por lo que se refiere a las nuevas soluciones adoptadas por la organización científica del trabajo, los especialistas de la reingeniería social pondrán un especial empeño en lograr modos más socializadores de producción. Pues, como comentara Milton Friedman, una de las principales insuficiencias de los métodos tayloristas es que no toma en cuenta el desarrollo de las ciencias humanas. Así, la Escuela de Tavistock

propondrá concebir la tecnología en el trabajo como una variable más entre otras, que siempre debe depender del sistema social en el que se organiza culturalmente la empresa. El modelo organizativo del Tavistock Institute concibe la organización como un sistema sociotécnico en el que interactúan factores de naturaleza social, psicológica, económica, material y tecnológica. Esta corriente de estudios angloamericanos concebirá la eficacia que debe conseguir la ingeniería empresarial como un ejercicio de reconstitución del pensamiento patronal, según los valores y principios virtuales de la empresa. No casualmente el Tavistock Institute of Technology, de Londres, alumbrará la rehabilitación del trabajo en grupos autónomos dentro de la empresa. El modelo sociotécnico inicia así un proceso de humanización del trabajo, reformulando el proceso de organización de la producción en el seno de la empresa de manera global. El nuevo concepto de organización posttayloriano, según Coriat, intentará superar las rigideces productivas apoyándose en tres principios interdependientes:

1. Distribución del trabajo en islotes o pequeños grupos de trabajo, que administren colectivamente, no ya de manera individual, un conjunto homogéneo de tareas.
2. Ruptura del carácter unidimensional de las líneas de montaje y de fabricación, para concebir el taller como una red de mini líneas entre las cuales circula el producto siguiendo trayectorias cada vez más complejas.
3. Apertura multidimensional en red y a ritmos flexibles de trabajo del proceso de producción.

Así, el modelo fordista ha venido siendo sustituido por nuevas formas de división del trabajo ante la necesidad de una urgente reestructuración productiva.

“Esta dinámica se viene produciendo en las sociedades occidentales como un proceso de reconversión tecnológica llevado a cabo en un doble frente, por una parte, institucionalmente amparado, un proceso de desindustrialización rápida de los espacios productivos tradicionales (ramas y sectores productivos ligados tecnológicamente a la transformación electromecánica) y de constitución de una economía neo industrial o posindustrial atravesada por un potentísimo vector tecnológico asentado en la producción, tratamiento, circulación y procesamiento de información” (Alonso, 1992, p. 128).

A partir de la crisis de los setenta, la tecnificación automatizada de la producción buscará restituir el orden capitalista disciplinando más eficazmente los grandes conglomerados industriales:

1. Por un lado, la electrónica tomará el relevo del taylorismo para evitar el consumo de tiempos muertos.

2. La agudización de la competencia será enfrentada con la búsqueda de una mayor productividad del consumo de la fuerza de trabajo no ya extensivamente, sino de manera intensiva, a través de la constante modernización tecnológica.
3. Además, la adopción del factor tecnológico será utilizada para la reducción de los procesos parcelados de trabajo en la cadena de montaje, haciendo así más simple y ágil el funcionamiento interno de la empresa.

La nueva orientación postfordista de la empresa reconocerá en el nuevo contexto de crisis general del Estado Benefactor tres hipótesis básicas en la búsqueda de alternativas viables para la organización del trabajo:

1. El reconocimiento de las características sociales de la productividad. Pues la relativa dimensión autónoma de la mano de obra mostrará en las pequeñas unidades productivas cómo la innovación industrial no es iniciativa capitalista sino fruto de la cooperación de los obreros, capaces de lograr altas performances productivas merced a la insistencia sobre la nueva calidad de la cooperación en el lugar de trabajo.
2. El desarrollo capitalista vuelve caduca la figura clásica del empresario capitalista por la nueva realidad de la tecnoestructura, en la medida en que la cooperación y el saber son directamente adquiridos y comunicados, en la sociedad posindustrial, a través de la sociabilidad de la fuerza de trabajo. Así, el empresario es un empresario político.
3. La hegemonía del trabajo inmaterial. Sólo la innovación subjetiva puede garantizar la valorización del capital a través de la aplicación de la fuerza de trabajo inmaterial (de diseño, de cultura, de calidad informativa, etc.) organizándose en redes comunicativas frente a las gigantescas dimensiones del capital fijo.

En consecuencia, la reestructuración postfordista del nuevo modelo de producción introducirá tres innovaciones fundamentales:

1. Frente a la mecanización aislada e individual del proceso de trabajo, éste se empieza a distribuir en pequeños grupos o islotes de producción para garantizar mayores sinergias laborales.
2. La línea de montaje se sustituye por una nueva organización compartimentada en mini líneas.
3. La producción en masa, a ritmo fijo, se reemplaza por la innovación permanente a nivel organizativo, ya sea por la adopción de nuevas tecnologías o por la adaptación a las fluctuaciones del mercado.

El modelo japonés de organización del trabajo no será sino la revolución del justo a tiempo que modifique, según la lógica de flujos tensos, lo que aún quedaba de los credos clásicos de la escuela estadounidense tayloriana y fordista; eso sí, con una nueva filosofía empresarial del proceso de competencia y de organización de la producción que hoy penetra todos los espacios de la actividad social e impregna las políticas de innovación científica y tecnológica, dominantes en la llamada economía de la información.

La Nueva Filosofía de la Empresa-Red

Frente a la jerarquización en forma escalonada entre lo local, lo nacional y lo internacional, la empresa-red de la era Toyota comprende hoy una nueva mentalidad topológica, sintetizable en el neologismo japonés *glocalize*. “Una nueva contraseña dirige esta nueva lógica de la empresa, la integración: integración de los espacios, la concepción, la producción y la comercialización y, en definitiva, integración de actividades antiguamente separadas” (Mattelart, 1995, p. 17). Es decir, la era tecnocrática en la aldea global está favoreciendo la hibridación de nuevas sinergias productivas, colonizando espacios inhóspitos, que hasta hace pocos años permanecían bajo salvaguardia de lo público, frente al lento dominio totalizador del mercado.

En el contexto de la economía global reseñada, el proceso de trabajo es el primer factor afectado por las transformaciones del nuevo orden internacional como eje articulador que nos sitúa ante el horizonte de un replanteamiento radical de la relación capital-trabajo en beneficio claramente del primero. La intensificación de las demandas de competitividad en el intercambio de bienes y servicios, y la exigencia de estrategias de regionalización para enfrentar altos costes de capitalización y la rápida distribución de dichos bienes y servicios han supuesto como consecuencia una mayor flexibilidad organizativa, con el fin de garantizar tasas de productividad más elevadas y, por consiguiente, menores costos en las unidades finales de producto. De tal forma que, en primer lugar, por ejemplo, las nuevas tecnologías están produciendo un efecto desagregador de la actividad productiva. “La descentralización y desagregación del trabajo constituyen, por un lado, un proceso extraordinariamente flexible y dinámico, permitiendo a la empresa considerables ahorros de costos y ganancias de competitividad” (Castells, p. 67). Pero esta flexibilidad organizativa no es sólo deriva de la adaptación a las nuevas tecnologías productivas, representa más bien la pérdida del poder adquisitivo, la intensificación de la jornada de trabajo, la descualificación profesional y, en resumen, la desprotección de los trabajadores, obligados también a establecer relaciones contractuales con la empresa a título individual.

El modelo de producción japonés parte de los fundamentos de productividad propuestos por Taylor y Ford para eliminar los factores políticos que contradicen la lógica de explotación capitalista. En lo sustantivo, el método de organización toyotista consiste en la inversión de las técnicas de programación de trabajo, regulándose la producción a

partir de los imperativos comerciales. Las nuevas tecnologías de la comunicación sirven, a este respecto, como instrumentos mediadores de regulación interna para organizar los flujos informativos en función de las fluctuaciones de la demanda. Ya que, por otro lado, la globalización exige la creciente integración económica y un mismo soporte para la transmisión uniforme de todo tipo de datos a través de la red. La digitalización total de los sistemas de información es un efecto que confirma la búsqueda del esperanto para las comunicaciones internacionales, primero en el ámbito productivo y comercial, más tarde, quizás en el ámbito de la industria del entretenimiento.

En cualquier caso, lo verdaderamente significativo es que esta racionalización del trabajo representa un salto cualitativo, en el que la eliminación del tiempo muerto del trabajador se perfecciona, de manera complementaria, con el ahorro del tiempo de utilización de los costos de trabajo a través de una buena disposición el autocontrol laboral por las redes informativas. La creciente importancia adquirida por los factores comunicativos en el mercado obliga actualmente a la empresa a organizarse según un nuevo esquema de fábrica. Las sinergias económicas de la empresa-red se han traducido en el uso de los medios y nuevas tecnologías de la información al servicio del control social sobre los consumidores, a nivel externo, mientras que, por otra parte, en el interior de la propia organización productiva, esta convergencia de recursos ha hecho posible un más efectivo perfeccionamiento de las técnicas directivas gracias a la identidad, la imagen corporativa o lo que en general algunos técnicos denominan comunicación interna.

La empresa transnacional de la economía-mundo, en cuanto que se organiza como una empresa-red, delega en la comunicación su capacidad, a nivel externo, de control sobre la demanda y, a nivel interno, su factibilidad de adaptación ante los cambios que presenta el panorama económico. Por eso la actividad futura de la fábrica dependerá, en el interior de las empresas, de la creatividad de sus obreros, de manera que para maximizar esa creatividad habrá que maximizar aquellos obstáculos institucionales que actúan contra la creatividad, así como favorecer los factores que permiten la innovación y adaptación del saber creativo, gracias a innovaciones externas o a la eficaz aplicación de las ya existentes.

Como señalara Braverman, el proceso de producción se abstrae crecientemente del trabajo concreto para orientarse a las capacidades productivas de conocimiento sobre la naturaleza, que garantizan actualmente la lógica de acumulación. El progreso científico-técnico se convierte de este modo en una variable independiente de acumulación de plusvalía:

“En las condiciones de la sociedad de comunicación el capital existe sólo como explotación - una explotación cada vez más externa, más parasitaria - de esta potencia. El capital actúa sobre la capa externa, sobre el límite de una potencia productiva que, automatizándose, se libera definitivamente de todo dominio (...) Por otro lado, emerge la hegemonía de las fuerzas intelectuales aplicadas a la producción: la producción de riqueza

depende ya sólo de ellas. Pero estas fuerzas permanecen explotadas: caída la medida, y por consiguiente rota la dialéctica progresiva, toda posibilidad residual de legitimación del desarrollo capitalista, descansa en las ambiguas relaciones de fuerza. Contra este dominio el general intellect social, es decir, la inteligencia técnico-científica socialmente difusa, el conjunto de los procesos de subjetivación que se inscriben en esta materia, establece su afirmación de autonomía, expresa la libertad creativa y la igualdad cooperativa” (Negri, 1993, p. 53).

El cambio del modelo de organización de la producción del sistema taylorista al toyotismo se caracteriza, entre otras variables, por una creciente explotación de las reservas materiales y culturales de la comunidad, favoreciendo un incremento creciente de las relaciones entre la economía, la cultura y la educación, tal y como demuestra la importancia otorgada a las políticas educativas en materia de formación y educación permanente. En el actual contexto económico, hemos accedido a un modelo de sociedad en la que la base material de todos los procesos está hecha de flujos, “en la que el poder y la riqueza están organizados en flujos y redes de alcance global” (Castells, p. 68):

"Lo que estamos observando hoy en la economía (y en menor medida en la sociedad) es la descentralización de las grandes empresas, creando unidades semiautónomas; la proliferación de pequeñas y medianas empresas; la formación de redes de cooperación entre pequeñas empresas, entre pequeñas y grandes, y las grandes entre ellas, llegando incluso a formarse redes de redes” (Capote, 1995, p. 53).

La denominación de empresa-red adquiere consistencia en la necesidad de las corporaciones industriales de tener acceso a una amplia red de distribución, de marketing y desarrollo económico en la expansión de sus mercados. La transnacionalización económica impone a las empresas un modelo de organización descentralizado, dada la amplitud y dispersión geográfica de los mercados internacionales de bienes y servicios. Las corporaciones transnacionales deben dotarse por tanto de complejas redes de información. Los grupos financieros utilizan las nuevas tecnologías no ya para dar respuesta a las necesidades organizativas de una economía a escala, sino más bien en virtud de los condicionamientos de una economía de alcance, con el fin de lograr posiciones competitivas en el mercado. Así, la mundialización del capital ha traído consigo la unificación e integración económica, caracterizadas por la creciente capilaridad local de las redes corporativas transnacionales.

Ahora bien, sólo en el marco de los procesos de flexibilización productiva se concibe el nacimiento del nuevo modelo de empresa. La fortaleza tecnológica se identifica así con la calidad organizacional en términos de libre flujo de conocimientos y experiencias. Las políticas de comunicación interna comienzan a incluir el desarrollo de redes locales en la implementación tecnológica, al fin de lograr transformaciones medulares en el sistema de organización del trabajo que, según se piensa, repercuten de manera directa en la generación de valor económico agregado.

Basada en la producción “justo a tiempo” y en la organización autoactiva del trabajo, la nueva cultura ohnista ha remplazado progresivamente el modelo de la gran empresa taller por la empresa mínima, con el objetivo de reducir al máximo los costes de producción mediante una disciplina de “inventarios cero”, que incluye en la reducción a la propia plantilla de trabajo. La mano de obra, además de ser económicamente más rentable por su progresiva pérdida de importancia cuantitativa, garantiza utilidades extraordinarias a través de una agresiva política de recursos humanos. La alta participación de los trabajadores en el control de calidad constituye actualmente una estrategia esencial en las políticas de ingeniería capitalista con el fin de lograr la mejora de los procedimientos de la organización del trabajo, y, por lo tanto, la consecución de mayores niveles de productividad. Esta tendencia a incorporar al trabajador con una disposición de polivalencia en un marco de autorrealización y alta cualificación de la mano de obra explica, en parte, el recurso habitual a las políticas de educación permanente y de comunicación interna, como ejes estratégicos de las actuales políticas informativas.

Polivalencia e integralidad son cualidades que definen el perfil del nuevo sujeto trabajador. Por un lado, la mano de obra debe desempeñar diferentes puestos de trabajo y ser capaz además de adaptarse a los cambios de manera innovadora. El trabajador, por otro lado, debe mostrar un desarrollo íntegro de sus facultades humanas, no sólo en función de ser apto para el empleo sino también en el sentido de disponer de actitudes adecuadas. La difusión moralista de la cultura laboral según el espíritu Toyota, al exaltar las virtudes en grupo como una mejora técnica de la producción posindustrial, reafirma el carácter comunitario de la sociedad de la información, tal y como preconizara McLuhan.

Las nuevas teorías gerenciales introducen así el concepto-enclave de “ambiente colaborativo” como el interés de la empresa por garantizar condiciones competitivas mediante el trabajo en equipo, por encima de los intereses individuales y la competencia laboral.

"Este ambiente denominado colaborativo en las empresas tiene un nuevo elemento: no sólo es importante tener datos o información disponible sino un mecanismo estructurado de intercambio de esta información, de tal manera que cualquier equipo, en cualquier ámbito de trabajo puede manejar, estructurar, desarrollar y, finalmente, tomar decisiones en forma adecuada, precisamente a través de ese intercambio de información"

Ello implica como veremos la formación de un nuevo trabajador activo y polivalente. La colaboración de la academia y de la industria en el desarrollo científico-técnico es la otra cara de la misma moneda productivista en la que la institución escolar reorienta sus programas curriculares con el fin de formar las futuras mercancías con destino al mercado de trabajo que regula estrechamente el capital transnacional. Pero este es un asunto que no viene al caso tratar aquí, pues exigiría una interpretación más en detalle antes de clarificar el papel de la comunicación en la nueva organización japonesa

del trabajo, que por falta de tiempo no vamos a abordar, remitiendo al lector a la bibliografía que acompaña el presente artículo.

Ahora conviene poner en orden algunas ideas fundamentales sobre el uso de la comunicación interna como estrategia global en la que se insertan los diversos usos formativos de las nuevas tecnologías en las políticas de cualificación de la mano de obra. Pues tal ejercicio, sin lugar a dudas, ofrecerá nuevas pistas sobre la consideración del lugar que ocupa la comunicación como dominio en la economía tardocapitalista, o posindustrial, frente al uso emancipadoramente alternativo que propondría una política de la información basada en un modelo integral de desarrollo.

El Discurso de la Calidad

Si decimos que entre las funciones del empresario figuran la de crear, gobernar y lograr la promoción de la empresa, comprenderemos fácilmente que, en último término, ostente el poder final de decisión (derecho de propiedad). Tal poder deriva, se supone, de la responsabilidad y el riesgo que el empresario afronta en el ejercicio de los derechos y obligaciones que dimanen de la propiedad privada de los medios de producción en la actividad empresarial. Sin embargo, esta interpretación clásica de la teoría económica ha sido matizada con el tiempo por la propia realidad. A pesar de que la autoridad del empresario se materializa precisamente en la toma de decisiones, no deja de resultar paradójico que la pregunta en la empresa continúa siendo a quién corresponde decidir en cada fase del proceso de producción. Interrogante este que tiene que ver con la precisión que Gutenberg hace cuando habla del crecimiento económico y observa que el factor dirección empresarial es constante mientras que los medios de producción necesarios para la realización de las decisiones empresariales pueden variar cuantitativamente.

Por un lado, la decisión unilateral se presenta ineficaz; por otro lado, los problemas de organización que actualmente debe superar la empresa son en el fondo problemas de decisión, esto es, de descentralización. Luego concluimos que la decisión es responsabilidad del empresario en la medida en que él es quien, en última instancia, está legitimado para desempeñar la actividad empresarial, pues tiene la capacidad de apropiarse rápidamente de los progresos técnicos para competir en el mercado. Ya no se autoerge en centro de decisión por su disponibilidad al riesgo. Atrás quedó el empresario individual que invertía con previsión su fortuna privada en la aventura empresarial. Las formas anónimas de las sociedades le desplazaron hace demasiado tiempo. Las formas de organización, y en consecuencia de decisión, no se corresponden con lo que Schumpeter explicaba acerca de que el empresario creador es aquel que continuamente pone en cuestión los métodos de producción tradicionales y con decisión abre nuevos caminos en un proceso de destrucción creadora mientras que el factor trabajo sólo dificultaba dicho proceso. Ahora, la situación se ha invertido. La decisión sigue estando centralizada en la persona - física o más bien jurídica - del empresario, lo cual supone un obstáculo al

desarrollo de la tecnoestructura y, a otro nivel, un freno al saber social acumulado, al desarrollo de las fuerzas productivas mediante el desarrollo de la innovación tecnológica.

En resumen, teóricamente la decisión es responsabilidad del empresario; en la práctica, la decisión es una función de corresponsabilidad entre los diferentes grados o puestos de trabajo. Nos encontramos, sin duda, ante una irresoluble paradoja que remite a la consideración de las contradicciones sociales de un nuevo modelo de organización del trabajo en el sistema de producción capitalista. Este nuevo modelo esboza un discurso que se sitúa en el núcleo de las paradojas antecedentes.

Siguiendo la teoría del “obrero social” que desarrolla Negri, podemos llegar a la conclusión de que ya no es el obrero el eje productor hacia el que se orientan los saberes de la megamáquina del capital. No es el individuo social el objeto de la nueva crítica marxista, puesto que él es la nueva, paradigmática, singular y creativa potencia productiva. Asumiendo plenamente las consecuencias de los procesos de automatización industrial y de informatización de la sociedad, Negri esboza la hipótesis del obrero social como el análisis de la figura social del trabajo productivo en cuanto subjetivación del proceso de producción. La nueva fase de subsunción de lo real por el capital, que ya analizara en los setenta Tronti, significa, según esto, la extensión del proceso productivo a la totalidad de la sociedad, incluso a los mecanismos considerados reproductivos, y la mercantilización de cualquier actividad social mediante la transformación de la composición de clase del conjunto de los asalariados del modelo de obrero masa (el obrero de los grandes complejos industriales, de la cadena de montaje) a la figura del obrero social (el asalariado terciario, de alta cualificación y a veces sin embargo dependiente de la economía sumergida).

La creciente socialización del proceso productivo sitúa en las singularidades creativas de la fuerza colectiva de trabajo la posibilidad del desarrollo de las fuerzas de producción, del saber social acumulado. Por ello, cobra vital importancia comprender la realidad transversal de todos los procesos productivos. Luego, en resumen, la industria de recursos humanos actualiza el papel de los trabajadores intelectuales. La acumulación de plusvalía depende directamente del saber y el conocimiento: información + saber-hacer. Por ello, el hombre, el profesional liberal en general, o el informador en particular, son la materia prima fundamental de la explotación capitalista (recursos humanos), que lógicamente por la ley del mercado pauperiza, objetivándolo, las potencialidades creativas de su background intelectual. Hacia él justamente se dirige el nuevo discurso de la Calidad Total, y sobre él, como no podía ser de otro modo, se pergeñarán las estrategias de reingeniería productiva.

Sin duda, el modelo de organización productiva característico del toyotismo destaca por ser un sistema participativo y motivacional, merced a la aplicación de la ciencia psicológica en la “buena” administración de las relaciones laborales. Esta

participación y el protagonismo otorgado a los trabajadores puede decirse, sin embargo, que se reduce a una operación ideológica, en la medida en que mantiene la misma estructura en las relaciones de producción. La ideología de la “tecnoestructura” (Galbraith) lo que oculta, o más bien trata de soslayar, es el problema del poder en la empresa, desplazando los conflictos y contradicciones esenciales en el proceso de producción como propios de la in-comunicación interna o del ruido informativo que introduce cualquier disfunción dentro del organigrama empresarial.

La Calidad del Discurso

La nueva metodología del control social que aquí hemos tratado de explicar, de manera sucinta, se apoya en el despliegue de un amplio dispositivo de técnicas de comunicación para que el flujo de información sea consecuente con los flujos de poder que establece como condición la circulación y valorización del capital. La comunicación interna es por ello el emblema actual de las empresas. Como señala Coriat, la empresa tardocapitalista “parece atrapada en un frenesí de comunicación tanto más cautivador cuanto que da la ilusión de actuar allí donde las cosas son apreciables”.

La comunicación en la empresa ha pasado a convertirse, de manera progresiva, en materia estratégica para la acumulación de plusvalías. Cada vez más, la función propia del poder gerencial se identifica con la política de promoción comunicativa. Es decir, la comunicación tendría esencialmente un efecto y un cometido movilizador, orientado a tres objetivos principales: forjar una identidad fuerte y valorizada de la empresa; ayudar al surgimiento de una nueva gestión del trabajo; y participar en la modernización de la producción.

La función de forjar una identidad corporativa es quizás el principal objetivo comúnmente aceptado por los especialistas en esta joven disciplina. Cabe subrayar, en este sentido, que a través de la imagen externa la empresa ha sido capaz de redefinir los términos tradicionales de relación con la sociedad, instaurando un nuevo sentido de responsabilidad comercial como ejercicio de retrospección sobre los orígenes del capitalismo (2). Este uso estratégico de la comunicación que elimina las fronteras entre sociedad/mercado y la organización productiva se perfila en los estudios de comunicación organizacional de manera unificada. Jaeger y Rallet señalan que la novedad de las nuevas redes de comunicación aplicadas al trabajo consiste en su capacidad de enlace entre las partes de la empresa, y entre éstas y la sociedad. “La red no induce un modelo de organización social, mientras que el remodelaje tayloriano de las tareas implicaba intrínsecamente un modo de reorganización funcional” (Miège, 1992, p. 54).

Como resume Dieterich,

“la relación entre el hardware capitalista - la tecnología de los imperativos de ganancia - y su software (complemento) humano, es decir: el paradigma antropológico

que hace operativo lo primero, tiene que adquirir en la sociedad global un perfil diferente al de la etapa fordista, básicamente por tres nuevas realidades: a) las empresas transnacionales, tanto en lo financiero como lo productivo y mercantil, aparecen como las entidades dinámicas formativas determinantes en la economía nacional e internacional (...), b) para las entidades formativas de la sociedad global, el mercado nacional deja de ser la plaza primordial de reproducción de capital y c) los medios electrónicos de imágenes se vuelven globales y hegemónicos frente a las sociedades nacionales” (Dieterich, 1995, p. 135-136).

Desde una perspectiva estructural analíticamente globalizadora, Mattelart ha sido hasta el momento el único autor que ha sabido destacar las implicaciones de esta mutación social y económica en curso. Considerando la lógica social de la economía política,

“las redes, y más generalmente las NTIC, se inscribirían así, con absoluta naturalidad en esta corriente de la gestión de las empresas, que, levantando acta del agotamiento de la organización científica del trabajo, pone el acento sobre todo en la producción de información como condición de la supervivencia económica de la empresa: tanto en la imagen social de la misma, como en la continua formulación de proyectos de empresa, en la experimentación permanente de los métodos de producción y en la elaboración de productos que integra mucho creatividad” (Miège, 1992, p. 54).

La ilusión del fetichismo tecnológico que la mayoría de autores expresan, al aislar la variable “nuevas tecnologías” en la interpretación de las transformaciones del sistema productivo, resulta solidaria de las pretensiones demiúrgicas de las técnicas de la comunicación que muchos *managers* sostienen como supuesto en la aplicación de sus políticas de Calidad Total.

Miège distingue, a este respecto, dos fundamentos básicos en la justificación de este nuevo modelo:

1. La confianza en que el éxito económico en el mercado sólo es factible actualmente logrando una fuerte cultura de empresa.
2. La creencia de que su compromiso en el proyecto civilizador garantiza la estabilidad y buena consecución de los fines económicos.

En consecuencia, la comunicación contribuye, según esto, a la modernización de las empresas, de tres formas distintas:

1. Mediante el acceso a la información estratégica.
2. Reorganizando las condiciones de producción.
3. Insertando a la empresa en un conjunto complejo de redes, servicios y tecnologías de la información, que garantizan el aprovechamiento de las alternativas de mercado.

La tendencia a aplicar los factores comunicativos en la empresa forma parte de un movimiento de introducción, uso y aplicación del saber social acumulado, que instrumenta el conocimiento pragmático de las humanidades (psicología, pedagogía, sociología, ciencias de la comunicación, etc.) al servicio de la producción de plusvalía relativa. Cuando afirmamos que el marketing es determinante en la empresa posmoderna, y esencial para comprender la lógica estructural desinformadora por ejemplo en la empresa periodística, es por algo. Íntimamente relacionado con el marketing, el área de comunicación interna pretende mejorar las relaciones laborales, favoreciendo la identificación del personal con la cultura de la empresa, a cambio - se supone - de favorecer la capacidad de autonomía productiva en el trabajo. En esta línea, las encuestas de clima laboral, las técnicas de medición cualitativa del nivel de satisfacción personal de los empleados o el reagrupamiento colectivo de las funciones de explotación representan avances sustantivos en la lógica de reproducción y acumulación de plusvalía relativa. Sin embargo, identificar, como hacen numerosos autores, la comunicación interna o corporativa de la organización empresarial toyotista con la democracia industrial supone, en el fondo, una nueva forma de empirismo abstracto, que elude objetivar los procesos reales de comunicación y el uso de las tecnologías y técnicas informativas en función de objetivos y premisas ideológicas más o menos inconfesables.

En la práctica, la aplicación del nuevo saber-hacer gerencial consiste en la movilización de todos los recursos de la comunicación interna para lograr la adhesión de la fuerza de trabajo a los objetivos fijados de antemano por la empresa mejorar la productividad, perfeccionamiento de la calidad de la producción, búsqueda de nuevos mercados, etc.).

“Lo propio de la gestión empresarial participativa y de las demás formas de organización del trabajo más informatizadas es, efectivamente, desarrollar un agudo sentimiento de responsabilidad ante la organización y, de ahí, incluso de culpabilidad, si no se alcanzan los objetivos fijados, paradójicamente sin posibilidad de echar sobre el prójimo las dificultades” (Ibid, p. 58)

“En los llamados talleres de la Nueva Era, el entrenamiento está diseñado para intensificar los sentimientos de trabajo en equipo, lealtad a la compañía y autoestima... La mayoría de los programas comparten una sencilla meta común: aumentar la productividad por medio de la conversión de la apatía del trabajador por la lealtad corporativa” (Schiller, p. 11).

Si la competitividad y la innovación productiva depende del grado de conocimiento y la aportación creativa de la mano de obra, es evidente que el reto fundamental del tardocapitalismo será lograr el compromiso e identificación de los recursos humanos con los requerimientos de productividad que exige el nuevo contexto de la economía-mundo. La construcción de una positiva cultura laboral representa, pues, a nivel interno, una dimensión primordial en la política de costes.

El objetivo del marketing y la comunicación interna en la empresa es reducir la conflictividad promocionando una nueva política que cuide la calidad de la producción, la transparencia informativa hacia el exterior, así como la formación continua de los empleados.

“Para los especialistas en recursos humanos, los beneficios de la implantación de la comunicación interna son evidentes: desaparecen los rumores y las informaciones radio-macuto, favorece la identificación del personal con los objetivos de la empresa, aumenta la calidad y se reducen los costes (...) El rumor es el enemigo a batir, porque se considera que la frecuente falta de información dentro de la empresa tiene un coste, difícilmente medible pero real sobre la marcha de una compañía” (Jurado, 1994, p. 17).

Ahora bien, no obstante, ¿cómo se explica entonces que se produzcan rumores en el seno de las empresas, pese a la aplicación de las normas de comunicación corporativa al uso? La pregunta pareciera, a la luz del discurso de la Calidad Total arriba reseñada, un tanto confusa. Si la comunicación favorece una nueva cultura laboral y los objetivos de la empresa se ven perjudicados por las disfunciones comunicacionales a nivel interno sólo cabría, desde este punto de vista, dos explicaciones alternativas: o bien la política de comunicación organizacional no ha sido suficientemente eficaz, o, por el contrario, los recursos humanos se resisten a asumir tales objetivos.

Parafraseando a Negri, nos encontramos en el punto sin retorno según el cual todo comportamiento vital es producto y, por consiguiente, toda singularidad, definida en el Umwelt de la explotación, lucha por la libertad de vivir. La transversalidad informativa que favorecen a nivel interno las redes de la empresa para comprender y controlar todo el proceso productivo en su conjunto entra de lleno en la trama contradictoria del ser como potencia, haciendo inviable el dominio de la comunicación y sus dinámicas transversales en el ámbito de lo social:

“Desde el punto de vista de los procesos de subjetivación, la alternativa se resuelve con celeridad: para vivir debemos comunicar, para comunicar debemos liberarnos del control de la comunicación. El tema revolucionario, que es el mismo que el de los procesos de subjetivación, es la toma de posición de la comunicación como ámbito creativo de la multitud de las singularidades; es, por consiguiente, la afirmación ontológica de la comunicación liberada. La comunicación se convierte en horizonte humano en la que es el contexto de un proceso de liberación” (Negri, p.22).

El dilema para el postfordismo está cifrado en el rompimiento que supone el modelo, en cuanto implica, paradójicamente, una marginación social participativa. La adecuación reformista del modelo Toyota pone en evidencia la irracionalidad de un sistema de producción basado en la división social del trabajo. Por ello, el reto para el capital es la creación entre la mano de obra de una nueva cultura laboral que comprometa a los trabajadores con los objetivos de productividad que hoy imperan en el mercado. El recurso a las técnicas y tecnologías de la información forma parte, sin embargo, de una fricción elemental en el nuevo modelo de gestión, pues solicita de los trabajadores su

adhesión al proyecto de empresa a través de la producción audiovisual, como un lenguaje propio de su tiempo de ocio, dirigiéndose a las profundas aspiraciones y deseos del individuo para imponerle, paradójicamente, el total abandono de dichas aspiraciones individualistas, en función del objetivo general y abstracto de la producción.

Luego el fracaso de la comunicación interna no es una consecuencia derivada de la incorrecta aplicación de los principios reiterados por los manuales al uso escritos por especialistas de recursos humanos. Más bien al contrario, tal disfunción está relacionada con el sistema y la concepción implícita del término – “recursos humanos” - que reduce la comunicación - cuya definición etimológica remite a una puesta en común - a mero proceso informativo de arriba a abajo - proporcionando una imagen más completa sobre la compañía y el proyecto corporativo que refuerza la deseada identificación con los objetivos antagónicos de la empresa - o de abajo a arriba, conociendo el óptimo de adaptación de los trabajadores por los ejecutivos de cara a fortalecer la productividad de dichos recursos humanos, en cuanto garantía de producción de plusvalía relativa, además de eliminar los rumores. En el fondo, domina por tanto el pensamiento cosificante del trabajador como resorte o apéndice dependiente del complejo sistémico que es la empresa.

La comunicación organizacional hereda por ello del método de las public relations una perspectiva psicologista del proceso y sistema de las relaciones de producción. El objetivo último de las relaciones públicas en su primera aplicación era el desarrollo de una ingeniería humana (Comte) para la “fabricación de hombres” dispuestos a cumplir con los objetivos de la empresa. De hecho, la ingeniería humana, basándose en la cibernética de primera generación, se definía como una ciencia de las comunicaciones humanas, cuyo objetivo era la utilización de métodos psicológicos y publicitarios que modelizaran la actitud y mentalidad cultural de la clase trabajadora. Así, “la sociología se psicologiza, y la human engineering se establece como una forma terapéutica, aunque en última instancia se trate simplemente de una mezcla de publicidad y demagogia” (VV.AA., p. 13).

Si bien es cierto que no constituye parte del objeto del presente artículo, sería hartamente interesante analizar las conexiones existentes entre la moderna psicología industrial y la teoría de las organizaciones, que trazan caminos paralelos en la pedagogía y las relaciones laborales: el taller y la escuela. Ello en parte explicaría a nivel epistémico por qué, paradójicamente, estos planteamientos renovadores de la empresa toyotista limitan la participación, la organización descentralizada y los flujos de información y las decisiones a nivel transversal en el interior de la empresa, dentro de un marco linealmente uniforme. Por supuesto, explicaría también por qué razón, por ejemplo, la nueva gestión holista en la empresa Toyota recurre a una terminología metafórica proveniente de la biología; por qué “la empresa y el mercado-mundo son tratados a través del prisma del organismo vivo” (Mattelar, 1992, p. 243). Y por qué, de puertas adentro, la jerarquía

empresarial heredada del capitalismo clásico es sustituida por la capilaridad monopolizadora de la función directiva, difundida a lo largo y ancho del cuerpo de la empresa, conceptualizada significativamente como si fuera una ameba.

Tal contradicción entre el fomento de una lógica participatoria - que no participativa - y la identificación del trabajador con el organismo corpóreo de la empresa (luego inane y por tanto automático, en cuanto automatizado) forma parte también de las contradicciones existentes entre las demandas del sector productivo y la dinámica de la enseñanza formal, que guía actualmente el desarrollo de la comunicación educativa y que, en este sentido, determina la dirección economicista de las políticas de Investigación y Desarrollo, concibiendo el sector de la industria cultural y la economía de la información en general desde el marco reduccionista del cientificismo (económico/tecnológico, esto es, tecnocrático) que se traduce, a nivel micro, en una inconsistente aplicación conductista de las potencialidades técnicas de las nuevas tecnologías de la información frente a la expresividad requerida al nuevo trabajador posindustrial en su creatividad dentro de los islotes de producción.

En efecto, el viejo proyecto positivista del padre negado, aunque está originariamente en el trasfondo sustancial del modelo fordista de producción, también fundamenta en la actualidad el paradigma japonés reduciendo la complejidad de lo humano a esquemas propios del organicismo. Ese fue el origen de las ciencias de la comunicación - Goebbels/Lippmann - y explica el hecho de que la flexibilidad laboral halle hoy su contrapeso en la rigidez de la norma, y en una educación integral contemporizada por la homogeneización individualista. Por eso el nuevo modelo productivo de organización horizontal y de participación de los trabajadores en la gestión de la empresa se reduce a la asunción automática de los valores, rituales y objetivos de la organización, por influjo directo de la mercadotecnia y la comunicación corporativa; por eso la educación tecnologizada consiste en una educación reproductora, moderadamente reformista, de progreso en orden, según la lógica de una física social - tal y como la entendía Comte, o como en su día describió Moles al hablar del nuevo muro de la comunicación -, y por eso, también, hoy la comunicación, la educación y la economía tienen por objetivo fundamental en sus políticas de Investigación y Desarrollo aprender a medir para tomar medidas: urbi et orbe.

Bibliografía

- Hamelink, C. (1981) *La aldea transnacional*. Barcelona: Gustavo Gili, p. 27-103.
- Collon, M. (1995) *¡Ojo con los media!* Guipuzcoa: Editorial Iru, p.131.

- Schiller, H. (1993) *La apropiación corporativa de la expresión pública*. México: Universidad de Guadalajara, p.70.
- Ibid., p.48.
- OCDE (1979) *El papel de los bienes de servicios de información en el comercio internacional*. París.
- Díaz Rangel, R. (1985) *Estudios de comunicación social*. Caracas: Monte Avila Editores, p.113.
- Castells, M. La sociedad de la información. Diez tesis., en *Temas para el Debate*, número 5. Madrid, p.68.
- Coriat, B. (1992) *Pensar al revés. Trabajo y organización en la empresa japonesa*. Madrid: Siglo XXI.
- Coriat, B. (1993) *El taller y el cronómetro. Ensayos sobre el fordismo y la producción en masa en la era de la electrónica*. Madrid: Siglo XXI.
- Martínez, G. & Montesinos, R. (1994) *La innovación organizacional del trabajo*, en *Memoria-CEMOS*, número 68. México, p.40.
- Tosel, A. (1992) Americanismo, reacionalización, universalidad según Gramsci, en VV.AA., *Gramsci y la izquierda europea*. Madrid: FIM.
- Alonso, L. E. (1992) Postfordismo, fragmentación social y crisis de los nuevos movimientos sociales, en *Revista de Sociología del Trabajo*, número 16. Madrid.
- Mattelart, A. (1995) *Los nuevos escenarios de la comunicación internacional*. Barcelona: Centre D'Investigació de la Comunicació.
- Negri, A. (1993) Meditando sobre la vida. En *Anthropos*, número 144. Barcelona.
- Capote, A. (1995) El manejo de los negocios y la informática. En *TecnoIndustria*, número 25. México.
- Miège, B. (1992) *La sociedad conquistada por la comunicación*. Barcelona: ESRP/PPU.
- Dieterich, H. (1995) Globalización, educación y democracia en América Latina. En *Noam Chomsky y Heinz Dieterich, La sociedad global*. México: Joaquín Mortiz Editoriales.
- Jurado, E. (1994) *Rumores que matan*. El País/Negocios, domingo 24 de abril de 1994.
- VV.AA. (s.f.) *Imperialismo y medios masivos de comunicación*. México: Ediciones Quinto Sol.

Mattelar, A. (1992) *La comunicación-mundo. Historia de las ideas y de las estrategias*.
Madrid: Fundesco.

Notas

* Publicado en el número 8 de *Razón y Palabra*, agosto-octubre, 1997. Disponible en:
<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n8/sierral.htm#f2>

1 Pese a la creciente determinación sobre los movimientos bursátiles de grandes grupos económicos como Dow Jones o la agencia Reuters en el desarrollo de la economía real, la investigación sobre la influencia de estos grupos multimedia ligados a los grandes operadores financieros prácticamente brillan por su ausencia.

2 La ética de la empresa tan en boga hoy en día no es sino el señuelo comunicativo del puritanismo calvinista, analizado sagazmente por Weber, y defendido conservadoramente por Bell en el proyecto político de involución neoliberal ,que pretende el regreso a los fundamentos morales del capitalismo.