

## **Hacia un concepto ampliado de trabajo, de control, de regulación y de construcción social de la ocupación: los “otros trabajos”**

Enrique de la Garza Toledo  
Gustavo Garabito Ballesteros  
Juan José Hernández Castro  
José Rodríguez Gutiérrez  
Miguel Angel Olivo\*

### **Introducción**

El enorme crecimiento que en los últimos años han experimentado en todo el mundo los trabajos no clásicos, los “otros trabajos” (no industriales, no formales, no protegidos), junto con el declive del movimiento obrero tradicional, han dado pie al falso pero influyente supuesto de que la heterogeneidad de las ocupaciones se traducirían en la fragmentación de las identidades que imperarían por doquier imposibilitando la acción colectiva. Sin embargo, los movimientos sociales de nuevos tintes no han dejado de aparecer, una parte de los cuales están relacionados con las ocupaciones, aunque no necesariamente de los asalariados.

Algunos de estos movimientos sociales, aunque no necesariamente aparecen como movimientos de trabajadores, nacen conectados con el ámbito laboral. Sobre su identidad y acción colectiva es probable que influyan espacios de interacciones diversos –familia, escuela, religión, espacio urbano o rural, etc.- pero también el del trabajo. Lo que plantearémos es que el impacto del espacio laboral concerniente a la identidad colectiva en parte es posible analizarlo a partir de la ampliación de conceptos elaborados en la sociología del trabajo del siglo pasado, que si bien tuvo como línea principal de análisis a los trabajos clásicos (industriales, taylorizados, rutinizados, formales y asalariados), son susceptibles de extensión no sólo en lo que se refiere a los conceptos de los trabajos mismos, sino también con respecto de cómo se crean las identidades y acciones colectivas. En las diversas definiciones del término de trabajo “no clásico” o del “otro trabajo”, no sólo hay una dimensión cognoscitiva, sino también y de manera importante aspectos emocionales, morales, estéticos y frecuentemente la inclusión del cliente dentro del proceso

---

\* Integrantes del equipo de investigación sobre “el otro trabajo” de la Universidad Autónoma Metropolitana Iztapalapa, México. Email: [egt@xanum.uam.mx](mailto:egt@xanum.uam.mx), página Web: <http://docencia.izt.uam.mx/egt>

productivo, que permite enfatizar el aspecto subjetivo del trabajo e incluso la posibilidad de las producciones puramente simbólicas. Pero, para los “otros trabajos”, se carece en medida importante de herramienta conceptual adecuado para analizarlos como procesos de trabajo, con sus formas de control, regulación o construcción social de las ocupaciones. Conviene identificar tres ejes analíticos relacionados con el proceso de trabajo susceptibles de ser ampliados, y que permiten incluir ocupaciones de no asalariados y las complicaciones de la intromisión del cliente y otros agentes:

1) El del control del proceso del trabajo en espacios cerrados a los consumidores, donde el énfasis tradicionalmente se ha puesto en el análisis de cómo gerentes, jefes y supervisores, en un lugar específico de trabajo que casi siempre es la fábrica o la oficina, se encargan de vigilar que los ritmos, usos de herramientas, nivel de calidad y de productividad sean favorables a la empresa, o bien como el control de los trabajadores lo realizan las máquinas. Para que este eje conceptual pueda adecuarse al análisis de los otros trabajos, habría que ampliarlo y considerar, como mínimo, tres nuevos aspectos o fenómenos asociados con el mismo:

Primero, que el cliente puede estar implicado en el propio proceso de producción, y por tanto, el control sobre el proceso introduce un tercer agente que no es obrero ni empleador en el propio proceso de trabajo (De la Garza y Neffa, 2001). Además, aparte del cliente, pueden intervenir intencionada o inintencionadamente otros muchos actores, provocando consecuencias tanto deseadas como no deseadas para el control del trabajo, por ejemplo en la venta callejera la emergencia de vecinos, transeúntes no clientes, policías, inspectores, entre otros.

Segundo, que pueden haber trabajos desterritorializados, como la venta a domicilio, donde los conceptos de jornada de trabajo y de espacio productivo, y, por tanto, de cómo se controla el trabajo, se subvierten (Maza, 2006).

Tercero, que pueden existir trabajos de producción eminentemente de símbolos, como la generación de espectáculos públicos o de software, mismos que encuentran dificultades para ser controlados a través de pre-diseños de corte ford-tayloristas, puesto que dependen en gran medida de las capacidades del trabajador, no todas ellas de carácter cognitivo y que pueden incluir directamente al cliente dentro del proceso de producción o no (David y Foray, 2002).

2) El de la Construcción Social de la Ocupación, que es una ampliación del concepto de Mercado de Trabajo, pero con una visión que no lo reduce a la oferta y demanda de trabajo, sino que en la construcción, primero del mercado de trabajo, incluye instituciones (por ejemplo leyes laborales), procesos de información incompletos y escasa capacidad de cálculo de la relación costo beneficio de los actores y, sin embargo, los sujetos buscan de alguna manera empleo y otros lo ofrecen, toman decisiones en cuanto a emplearse o a quien emplear. En estas decisiones influye la construcción de sentidos, del trabajo, del trabajador y del futuro, que no es un simple cálculo racional sino que se alimenta de valores, creencias cognitivas, emociones, estética, formas de razonamiento cotidianas, junto a otras de carácter científico. Además, el encuentro entre oferentes y demandantes de trabajo se puede realizar gracias a la inclusión en redes sociales e institucionales, que también median dicho encuentro. Esta extensión del concepto de mercado de trabajo hacia la construcción social del mercado de trabajo puede conducir al de construcción social de la ocupación, para incluir a los trabajos no asalariados. Es decir, sobre la intención de dedicarse a actividades no asalariadas también influye el mercado de trabajo asalariado, instituciones diversas no solo de carácter laboral, redes sociales, demanda de productos, a veces organizaciones de no asalariados que controlan en territorios específicos ciertas ocupaciones, etc. Además, en muchos de los otros trabajos, la emergencia directa del cliente en el proceso productivo complica la construcción social de la ocupación, este con su presencia o ausencia como futuro comprador del producto del trabajo se vuelve un elemento importante en la construcción social de la ocupación, además de otros actores no vinculados directamente con la compra y venta cuando el servicio se ofrece en espacios abiertos.

Lo anterior significa, en otras palabras, que la consideración de instituciones, redes sociales, organizaciones y la subjetividad amplía el enfoque del Mercado de Trabajo y la consideración de un concepto ampliado de trabajo, que no se refiera solo al asalariado, lleva hacia el de ocupación. Además, que la ocupación es finalmente interacción entre diversos agentes situados en determinadas estructuras que no los determinan sino acondicionan, lo que lleva a considerar la forma de generación de significados involucrados en dichas interacciones, así como el hecho de que esto ocurre durante el recorrido que hacen a través de específicas trayectorias laborales.

3) El de las reglas de cómo trabajar, que tradicionalmente se ha referido a la regulación de la relación capital trabajo en el nivel ya sea de una sociedad, rama, empresa o lugar de trabajo, y también la forma de dirimir los conflictos laborales, así como el tema de la seguridad social. La necesidad de ampliar este eje ordenador para el análisis de los otros trabajos, reside en que las relaciones laborales clásicas han tendido a reglamentarse formalmente en cuerpos de leyes, contratos, convenios o costumbres y la relación para un trabajo que implica dos sujetos extremos en cooperación o conflicto, en territorios cerrados y durante tiempos bien delimitados. La regulación, sin desaparecer, se complica en los otros trabajos, en una parte por su movilidad en el espacio o desterritorialización; también los hay en los que el espacio del trabajo no es sino el urbano con su complejidad de interacciones y multiplicidad de agentes, no todos ellos interesados en la generación de bienes o servicios y su compra venta y que implican regulaciones no laborales que impactan al trabajo; en otros por la inclusión del cliente en el momento de la producción que impone regulaciones al trabajo por un agente que no es patrón ni obrero; en algunos más que traslapan producción y reproducción en la unidad doméstica, y que hacen intervenir en la regulación del trabajo otras propias de la reproducción en la familia en el mismo espacio y el mismo tiempo; en otros en los que la producción es eminentemente simbólica y que tiene gran dependencia del conocimiento o la emotividad del productor. Sin embargo, no se puede negar el hecho de que en todo espacio social existen reglas sociales, y por ende, es obvio que en todo espacio laboral hay reglas de cómo trabajar, formales o informales, unas se refieren estrictamente a lo laboral (leyes laborales) pero en los “otros trabajos” puede ser frecuente la intromisión de normas no laborales en la actividad productiva (sanitarias, de policía, de tránsito, penales, civiles).

Estos tres ejes ordenadores, que también implican un concepto ampliado del trabajo, se alimentan de una perspectiva de la teoría social en sentido amplio que parte de las relaciones entre estructura, subjetividad e interacción social, y las repercusiones que la combinación de éstas tienen sobre la constitución de las identidades y las acciones colectivas, pero también sobre el control, las regulaciones o la construcción social de las ocupaciones. Por ende, “la especificidad de cada trabajo no proviene de las características del objeto sobre el que se interviene, ni de las actividades mismas que se realizan, ni del

tipo de producto sino de la articulación de este proceso de producir con determinadas relaciones sociales amplias, ubicadas en ciertas estructuras e impregnadas de significados” (De la Garza, 1997).

Detrás está un concepto ampliado de trabajo, es decir, que todo trabajo implica objetos de trabajo, medios de producción, la actividad de trabajar y el propio producto que tienen siempre dimensiones objetivas y subjetivas y que las dimensiones subjetivas no se reducen al aspecto cognitivo sino que combinan códigos morales, emotivos, estéticos y hacen intervenir forma de razonamiento cotidiano como la argumentación, la analogía y las metáforas, junto a la ciencia. El nodo de esta complejidad está en la interacción que implica el trabajo, interacción con los medios de producción, con otros sujetos, que se complica en los otros trabajos al intervenir un tercero, un cuarto o un N número de agentes en el proceso de producción, o bien al no haber un territorio y un tiempo cerrados de producción o también con el traslaparse entre producción y reproducción. Asimismo, en la producción eminentemente simbólica, la objetivación es la de códigos culturales o de símbolos. De cualquier manera, es probable que en los “otros trabajos”, por la inclusión de agentes diversos en el proceso inmediato de producción:

\* Haya una mayor relevancia de la producción de símbolos dentro del proceso de trabajo (en relación con el trato al cliente o la producción simbólica). Es decir, en el nivel tanto del objeto de trabajo como del producto y en la propia actividad de trabajar, los símbolos adquieren mayor importancia, independientemente de su soporte material, incrementando con ello las implicaciones de la subjetividad del trabajador, del cliente o de otros agentes, así como en las modalidades como se controla y regula el trabajo y finalmente en como se construye la ocupación.

\* El espacio donde el trabajo se realiza ya no se encuentra necesariamente confinado a un lugar físico cerrado y a partir de esto, pueden intervenir en su control, regulación y construcción social como ocupación, múltiples actores, donde uno de los más importantes es el cliente, y lo emocional en particular puede formar parte del producto (bajo una diversidad de slogans como el de fábrica de sonrisas, venta de afectos, etc.).

\* Las interacciones no son ya necesariamente cara a cara (por ejemplo, el *free lance* por internet) y el espacio de trabajo puede estar desterritorializado (por ejemplo, la venta a

domicilio), relativizando o complejizando con ello, la importancia del tiempo y el espacio de trabajo.

\* Los traslapes e interfases con espacios de interacción no laborales son mayores, lo cual complejiza el problema de especificar el proceso intersubjetivo con base en el cual el trabajo adquiere concreción.

A los aspectos anteriores, propio de nuevos y antiguos trabajos, habría que agregar otros como si el trabajo está protegido por leyes, contratos, si posee cierta seguridad en el salario, el empleo y la seguridad social, si es precario o no, si es flexible en lo interno o externo.

La argumentación actual de que la gran heterogeneidad y la flexibilidad externa (trayectorias laborales sinuosas) se traduce en pérdida de identidad colectiva e imposibilidad de realizar movimientos sociales que partan del trabajo, debe profundizarse y sobre todo investigarse empíricamente. Sobre identidad y movimiento social no solo influye la homogeneidad en algún espacio de relaciones sociales, como para el movimiento obrero clásico pudiera ser el del trabajo, puesto que se trata de construcciones complejas que implican un proceso de abstracción de la diferencia y en el que pueden intervenir espacios de relaciones sociales diversos, no solo el del trabajo, sin los cuales ni ayer ni hoy serían posible los movimientos sociales. La heterogeneidad obrera siempre existió- basta ver las condiciones tan diversas e inseguras del trabajo en Europa en el siglo XIX- y, sin embargo, se crearon sindicatos, partidos, doctrinas, programas, el problema sigue siendo cómo, a pesar de la heterogeneidad, las visiones y demandas que vienen del trabajo pueden influir en el movimiento social. En particular para los otros trabajos no clásicos, cómo es posible que se armen movimientos sociales de taxistas, vendedores ambulantes, microbuseros, migrantes a los Estados Unidos, etc., con demandas claramente laborales, aunque no necesariamente identificando un enemigo empresarial en particular, o bien sí la identidad es posible en nuevos trabajos como en los supermercados, los restaurantes de comida rápida y la elaboración de software.

## **II. Los nuevos “otros trabajos”**

La concepción de la “sociedad del conocimiento” ignora muchas veces la heterogeneidad en las ocupaciones tan aguda que otras perspectivas destacan, es decir, surgen actividades centradas en los nuevos conocimientos relacionados con la informática, la computación, la

biotecnología, las nuevas fuentes de energía o los nuevos materiales, pero, a la vez, se reproducen antiguas ocupaciones manufactureras, en los servicios y la agricultura y aparecen otras ubicadas dentro de servicios modernos pero precarias. No todas las ocupaciones nuevas corresponden al ideal de la sociedad del conocimiento, como las de la comida rápida o las tiendas de autoservicio en la parte de ventas al público.

La emergencia del cliente al interior de los procesos productivos, así como el énfasis en lo simbólico de los productos y los traslapes entre producción y reproducción, hacen necesarios nuevos criterios clasificatorios de los otros trabajos. Por trabajos clásicos estamos entendiendo sobre todo los de manufactura, extensibles a industria y algunos servicios modernos, que han seguido una transformación desde actividades de oficio, a las centradas en máquinas no automáticas, a la introducción de la administración científica del trabajo, a la automatización y el toyotismo. Los “otros trabajos” comprenden servicios con producto material en dos modalidades, sin intervención del cliente durante la producción del servicio (transporte de carga) o con intervención del cliente (comida rápida, transporte urbano de pasajeros, taxis). Pero también puede haber una producción eminentemente simbólica sin interacción cara a cara con el consumidor (televisión no interactiva) o con interacción cara a cara o a través de medios electrónicos (espectáculos interactivos). También en la manufactura se pueden encontrar de los “otros trabajos” en los servicios productivos a las empresas, en el trabajo en casa o familiar, en los trabajadores nómadas migrantes. La agricultura en el fondo siempre ha sido de los otros trabajos al implicar trabajo estacional y sobre todo la influencia del suelo y el clima, a diferencia de la industria. El concepto de producción inmaterial es coincidente con las consideraciones acerca de la intervención del cliente dentro del proceso de trabajo al comprimirse en un solo acto producción circulación y consumo, pero es necesario ampliarlo a los trabajos en territorios abiertos en donde las interacciones no son triádicas sino múltiples y sujetas a la eventualidad, como en la venta callejera o a domicilio y a los trabajos que producen eminentemente símbolos.

Además del criterio de la intervención del cliente, la ampliación y clasificación de los tipos de trabajo admiten otros parámetros de ampliación conceptual, uno de los importantes es el de espacio cerrado de producción vs. espacio abierto. El problema del espacio tiene repercusiones sobre el tiempo de trabajo. La fábrica clásica aislaba la labor productiva de

otras relaciones sociales como las familiares o del tiempo libre y de otros tipos de actores no laborales. Ya no es posible ignorar a los trabajos que no tienen un espacio fijo de actividad, sino que pueden ser móviles siguiendo una trayectoria predefinida (microbuses) o bien puede ser variable en el espacio urbano o rural (el taxista), en otros casos se trata de espacio propio del trabajador (trabajo en casa o en microestablecimientos). El uso del espacio y del tiempo repercute en las formas de control, en quiénes ejercen control, en la regulación y cuáles reglas de cómo trabajar se imponen y en la construcción social de la ocupación, en cuáles agentes, estructuras y sentidos intervienen.

Analizaremos a continuación los modelos productivos en trabajos precarios nuevos como en las tiendas Wal Mart de autoservicio, en las de comida rápida como los MacDonalds y en trabajos nuevos no precarios como los de diseño de programas de computación, con miras a señalar guías acerca de su posible identidad colectiva.<sup>1</sup>

## **1. La McDonalización**

Así como hay teorías –la de la Economía de la información, por ejemplo- que entreven una nueva convergencia necesaria hacia los procesos productivos intensivos en conocimiento hay otras que piensan en un futuro más precario y polarizado para el trabajo. Es el caso de la tesis de Ritzer sobre la McDonalización como la difusión de las estrategias productivas utilizadas en MacDonalds en otras empresas (Ritzer, 2002).

McDonald's es la empresa de comida rápida más famosa en todo el mundo. Para el 2005, contaba con alrededor de 31 mil 886 restaurantes en 118 países, empleando a casi 1.5 millones de personas en todo del mundo y sumando ingresos de más de 20 mil 500 millones de dólares entre ventas por restaurantes operados por la empresa y honorarios pagados por los titulares de franquicia y afiliados.

McDonald's, más que un restaurante, se ha constituido en una “fábrica de hamburguesas”, con procesos productivos y tecnologías de inspiración, por una parte, taylorista-fordista, con un diseño organizacional de pocos escaños jerárquicos, pero con puestos de trabajo polivalentes, capacitación constante, comunicación horizontal y trabajo

---

<sup>1</sup> El análisis del trabajo en Wal Mart, MacDonalds y en la producción de software es resultado de una investigación de campo que no se detalla por cuestiones de espacio.

en equipo tipo toyotista. Así, McDonald's combina elementos de distintos modelos productivos típicos del sector fabril para desarrollarlos en una empresa del sector servicios.

Con un perfil de la fuerza de trabajo constituido por adolescentes y jóvenes, en su mayoría estudiantes entre los 16 y 21 años, como edad límite para poder ingresar, McDonald's cuenta con diferentes tipos de tecnología que buscan principalmente producir más en el menor tiempo posible de la manera más sencilla, con altos niveles de estandarización y con el menor número de participantes. La rapidez en la preparación de los alimentos y del servicio, así como la estandarización de los productos y los procesos son particularmente relevantes para el corporativo. Se han observado tres tipos de tecnología utilizada en McDonald's: a) tecnología computarizada (computadoras registradoras *touch screen* conectadas a un sistema de red interno y proyectadas en el área de producción); b) tecnología automatizada (parrillas, freidoras, dispensadores, heladerías, etc.) y, c) herramientas manuales, tales como cucharones especiales y pistolas aderezadoras. El conjunto de esta tecnología cumple con varios propósitos: 1) aumentar la velocidad de los procesos de preparación y servicio, logrando que los empleados trabajen más y con mayor rapidez, 2) flexibilizar los procesos productivos al cocinar distintos productos con las mismas máquinas de forma simultánea (máquinas polivalentes) obligando al trabajador a ser también polivalente y, 3) simplificar y estandarizar los diversos procesos productivos logrando tener un mayor control gerencial sobre la calidad de los productos y sobre el proceso mismo. La interacción entre los jóvenes y la maquinaria no sólo se da en el proceso productivo, sino también en la limpieza y mantenimiento de las máquinas; los mismos jóvenes, al cierre de las actividades, son responsables de desarmar los artefactos, limpiar sus componentes (tornillos, piezas, hules, etc.) y volverlos a armar.

Por otra parte, la división de tareas sencillas y de fácil aprendizaje, la estructuración precisa de las distintas etapas de la producción a manera de una cadena de montaje, la utilización de maquinaria que impone procedimientos y ritmos de trabajo de forma rápida y precisa, y una organización del trabajo que dicta paso a paso las operaciones a realizar y momentos de intervención, sin dejar margen a la improvisación o innovación por parte de los empleados, nos habla de un modelo productivo taylorista que combina elementos de la tradición fabril clásica con estrategias de flexibilización más modernas.

La división de trabajo es rígida en los pasos a seguir, pero flexible en tanto que el empleado puede elaborar diversos productos, siendo en este sentido polivalente-rígido, en función de la demanda de la producción. En periodos de demanda baja un sólo empleado puede realizar todo el procedimiento de un menú regular (hamburguesa, papas y refresco), pero en periodos de mucha producción entre seis o nueve personas realizan todo el proceso. Encontramos que también se da una flexibilidad horaria en tanto que la asignación de turnos y horarios no es fijo y que puede variar de manera arbitraria por los gerentes. Asimismo, la existencia de una jerarquía más de autoridad que estrictamente de funciones, en el sentido de que las diferencias de actividades y salarios entre los distintos escaños de la pirámide jerarquía son realmente pocas, favoreciendo la impresión de relaciones de mando horizontales que son, a la vez, detonantes de conflictos al interior. Por otra parte, al parecer no hay una sistematización respecto de las políticas de ascenso, si bien los requisitos para subir de puesto son muchos (la elaboración de manuales, cursos, exámenes) los empleados se quejan de políticas gerenciales caprichosas y con favoritismos al momento de promover a un empleado.

La organización de los distintos turnos y horarios –que diseñan los gerentes generales cada semana-, además de ser parte fundamental de la planeación productiva sirve como forma de control y de castigo, en tanto que los gerentes pueden asignar de manera arbitraria los turnos a los empleados, entorpeciendo sus actividades escolares o designando aquellos horarios con más trabajo como una forma de castigo para los trabajadores. Una práctica recurrente es que no se respetan los días de descanso y se puede llamar a los empleados a trabajar cualquier día de la semana con el argumento de que hay mucho trabajo y que los necesitan. Estas sanciones informales no sólo pueden darse de los gerentes a los empleados, sino también de los gerentes generales a los gerentes de turno.

La capacitación funge también como un sistema de supervisión no explícito. En un mismo restaurante, en el mismo turno, un entrenador puede estar capacitando a un aprendiz, a un gerente swing, a un entrenador, y un gerente general entrenando a un gerente swing más o menos con los mismos métodos, explicación, práctica, observación y seguimiento. De esta manera, el entrenamiento permite la observación, supervisión y corrección constante de las distintas actividades, recordemos que hay de uno a dos entrenadores y dos gerentes por turno; es decir, tres supervisores latentes. Hay que añadir

que dado que ser entrenador es el primer ascenso en la jerarquía, los atributos de autoridad se dan entre compañeros sin muchas diferencias de edad. Se suman a la supervisión implícita en el entrenamiento continuo, los cortes de caja “sorpresa” mediante los cuales los gerentes generales en cualquier momento piden al cajero realizar un informe para asegurar que no se hayan realizado robos o transacciones incorrectas. También están las supervisiones generales de restaurante, con personal enviado desde el corporativo, quienes revisan la limpieza del lugar, el trato de los empleados con los clientes, la forma de llevar a cabo los procedimientos, la calidad de los productos y los expedientes de los trabajadores. Otro método de supervisión es el llamado *Mystery Shopper* o “cliente misterioso”: un supervisor del corporativo asiste a un restaurante, actúa como cualquier comensal y evalúa el servicio que le prestan, la calidad de los alimentos que pide, la limpieza del lobby y los comportamientos de los empleados entre otras cosas. Ningún empleado (eso incluye a los gerentes y entrenadores) sabe cuándo irá el cliente misterioso, ni tampoco cómo es, lo que ocasiona una constante y velada intimidación.

El proceso de producción de McDonald’s no se reduce a la tecnología, la organización y el control del proceso de trabajo y del personal en las formas mencionadas, sino que también incorpora al cliente en la etapa inicial y final del proceso productivo, a través de distintos mecanismos para lograr los objetivos de rapidez y eficiencia de la empresa. Desde que el consumidor cruza la puerta del restaurante es involucrado involuntariamente dentro del proceso productivo. Al ingresar se topa directamente con un vistoso y luminoso menú colectivo (a diferencia del menú individual ordinario) y tiene que afrontar a oportunas y sonrientes cajeras(os) quienes preguntan inmediatamente por los deseos del cliente. La reducción del menú y la pronta atención obliga al cliente a tomar su decisión de manera rápida y precisa. Los llamados paquetes o “combos” facilitan la decisión, además de causar la impresión de que la compra es realmente barata. En menos de 90 segundos se le da al comensal una charola con los alimentos y él tendrá que elegir una mesa, comer, arrojar los restos en un contenedor especial, dejar la charola e irse. El diseño incómodo de las mesas y asientos evitan que los clientes se queden conversando después de comer. De la misma manera, el llamado “Auto Mac” también está organizado minuciosamente desde los parámetros de rapidez y eficiencia que maneja McDonald’s. El cliente desde su automóvil hace su pedido en un primer interfono y para cuando pasa a la

siguiente ventanilla ya tiene sus alimentos. El Auto Mac permite vender sin que los clientes ocupen un espacio dentro del restaurante.

Esta *Taylorización* del cliente –si se permite la expresión-, el desarrollo de actividades rígidas y a la vez polivalentes, con horarios flexibles que se ajustan a planeaciones realizadas en función del análisis de la demanda, la estructura jerárquica con fronteras difusas y con comunicación e interacción directa entre los distintos escaños pero con un ejercicio de poder arbitrario, despótico y con condiciones de trabajo que si bien son formales (en tanto que cuentan con seguro social, contrato, pero con un sindicato patronal y totalmente ausente) resultan precarias en cuanto a los salarios, la intensidad del trabajo, la prolongación caprichosa de la jornada laboral y de un constante acoso y chantaje por la gerencia, parecieran remitirnos a lo que se ha llamado como Toyotismo Precario. (De la Garza, 2005) Sin embargo, este concepto ha sido construido a partir de las características de la maquila de exportación la cual es, evidentemente, muy diferente de lo que es McDonald's, quien se encuentra en el sector de los servicios con intervención del cliente en el proceso productivo. Con todo ello, si podríamos señalar que McDonald's ha desarrollado un *modelo productivo de flexibilidad parcial con beneficio máximo* para la empresa, en tanto que articula un proceso de transformación rígido en etapas y operaciones a realizar el trabajador, pero flexible en la organización de la fuerza de trabajo en cuanto a turnos y en la diversidad de productos y actividades que un mismo trabajador puede desarrollar, además de la incorporación del cliente dentro del proceso productivo.

Estas condiciones laborales contribuyen a forjar entre los jóvenes trabajadores una dualidad imaginaria respecto de su trabajo, por una parte les entusiasma ingresar, ser parte de una moderna corporación y aprender de un trabajo con una compleja organización y con alta tecnología. Hay una valoración positiva en el sentido de adquirir cualificaciones que creen que les servirán en el futuro. Pero, por otra parte, los jóvenes reconocen que a pesar de la fama internacional de la empresa, su organización y alta tecnología, las condiciones y prácticas de trabajo caracterizadas por la injusticia, la arbitrariedad, la explotación, el chantaje, la vigilancia y el control dictatorial, son muy poco favorables para los trabajadores.

La experiencia de aprendizaje, la interacción con la tecnología, las relaciones con grupos de pares y jerarquías de poder escasas, la obtención de ingresos y responsabilidades

si bien en un primer momento los entusiasma, con el paso del tiempo se transforma en monotonía y enfado. Esta situación es comprensible si se tiene en cuenta que la mayor parte de la capacitación y adquisición de habilidades se aprende en el puesto de empleado general y entrenador. Los escaños superiores muestran poco avance en cuanto a salarios y nuevas competencias o conocimientos respecto de los puestos inferiores.

Por otra parte, si bien en un principio a los jóvenes les entusiasma la posibilidad de ascender a gerente, con el paso del tiempo, la adición de responsabilidades y las pocas ventajas materiales los decepciona. Al transcurrir algunos meses el trabajo en McDonald's se vuelve más pesado y demandante, y con ello crece su descontento y hastío. Hastío que logra ser contrarrestado por las relaciones de amistad y solidaridad que desarrollan en la empresa con sus compañeros de trabajo y que llegan a tener un lugar muy importante dentro de la construcción de una identidad grupal. Este último aspecto es de gran relevancia ya que sugiere que las condiciones de precariedad laboral, así como el alta rotación del personal, lejos de romper los vínculos sociales fomentando un individualismo exacerbado, crea lazos de apoyo mutuo para hacer frente a las situaciones de arbitrariedad y abuso que llegan a consolidarse en amistades que permanecen aún después de romper toda relación con la empresa. No podríamos hablar tampoco de una identidad colectiva que se identifique con la empresa, pero estos trabajadores sí desarrollan una identidad más amplia como *jóvenes estudiantes trabajadores* que puede ser común a distintas actividades laborales y en la que influye la vida laboral pero también su condición dual de estudiantes y jóvenes. Es decir, hay una identificación con la condición de ser joven, estudiante y trabajador que se relaciona pero trasciende a los espacios productivos. También hay que señalar que el análisis de las experiencias de los jóvenes trabajadores de McDonald's, contrario a lo que han señalado algunas de las llamadas *tesis del fin del trabajo* (Gorz, Offe, Rifkin, Baumann, Sennet y otros) en torno a que el trabajo ha dejado de ser central en la vida cotidiana, ha mostrado que en condiciones de precarización y flexibilización del trabajo, la esfera laboral se impone a los otros ámbitos de vida en tanto que invade los espacios educativos, recreativos y familiares.

El trabajo tipo MacDonaldis no apunta al pasado o a una transición rápida hacia la sociedad del conocimiento, es un trabajo actual de gran extensión, el polo opuesto a la sociedad del conocimiento vinculado con la extensión de los servicios, no los de alta tecnología ( la alta

tecnología en una parte del proceso de elaboración de la hamburguesa no implica en los jóvenes analizados el conocimiento de sus fundamentos sino que se traduce en un trabajo taylorizado con alta tecnología) ni de elevadas calificaciones de la mano de obra o la creación de símbolos de alto contenido cognitivo. Es decir, el modelo macdonalizado es uno de los modelos de producción importantes que están en juego en la nueva economía. Se trata de un modelo centrado en el servicio directo al cliente, es decir de relación cara a cara entre cliente y trabajador, en un espacio cerrado que es el restaurante, su producción se asemeja a la de masa de pocos productos muy estandarizados, aunque al interior del proceso tiene la apariencia de producción en pequeños lotes al gusto del cliente, realmente la estandarización predomina y el resultado en el mediano plazo es la de masas elevadas de pocos productos generados ( a diferencia de la alta cocina). Otro tanto sucede con las operaciones que realiza el trabajador en el proceso de trabajo, estas son estandarizadas y simplificadas rígidamente determinadas por la tecnología y la organización del trabajo, no obstante poder incluir tecnología de punta la parte manual es fundamental y es un trabajo de poca calificación, a diferencia de la de un chef. Sin embargo, la polivalencia es facilitada por la simplificación de las diferentes tareas realizadas en máquinas polivalentes-especializadas en ciertas operaciones, que permiten variación entre un número muy limitado de productos, con materia prima también estandarizada (la mayoría de los insumos como verduras, carnes y panes están precocidos, congelados y cortados, listos para su coacción).

El punto distintivo de este modelo productivo es la inclusión del cliente dentro del proceso, esto impone no solo la necesidad de eficiencia en calidad y tiempo de producción de la hamburguesa sino una “fábrica de sonrisas”, estas también estandarizadas y estereotipadas, la comunicación casi siempre se reduce a frases estándar que buscan también reducir los tiempos de contacto y se esperaría que el cliente ordenara o respondiera también en forma corta y estándar. Lo que hemos llamado la taylorización del cliente está acondicionado primero por la distribución del espacio físico (no hay servicio en las mesas, el cliente tiene que apostarse frente a la caja en donde ordena, paga y recibe el producto), a la vista está el menú con su precio para escoger previamente al contacto con el cajero, el cajero cuando mucho señala muy pocas opciones en cuanto a forma de la preparación o si desea un paquete, normalmente se entrega el producto en el momento y se paga. Posteriormente la

atención desaparece y es el comensal el que escoge su mesa, consume y recoge los desperdicios. Es un caso de compresión entre producción, circulación y consumo con intervención directa del cliente en el proceso comprimido, es decir, si el cliente no trabaja “correctamente” –al ordenar, al pagar, al recoger desperdicios- el tiempo del proceso completo se verá afectado, por eso las operaciones que el cliente debe realizar también se diseñan en simplicidad y estandarización extremas, aunque fallas en la práctica se pueden producir. En pocas palabras, no solo el cliente está presente en el momento de la producción sino que es un factor más que determina el tiempo de producción; para esto el cliente debe conocer las reglas del juego. En la interacción entre los trabajadores, así como con el cliente juega un papel importante la amabilidad o al menos la apariencia de serlo - no se trata de fomentar relaciones profundas entre los actores- pero especialmente la estética. El local debe estar limpio, aunque austero, para no propiciar un exceso de permanencia del cliente en el local que podría interferir con la cadena de clientes; debe ser de colores alegres para atraer a niños y jóvenes; los empleados deben ser pulcros (no usar aretes, tatuajes, pelo largo), ser amables y vestirse con uniformes vistosos, simular ser jóvenes que gozan de su trabajo. El “trabajo del cliente” –ordenar, pagar, sentarse, comer, tirar desperdicios e irse- es bastante simple y estandarizado en todas sus etapas.

En cuanto al control sobre el trabajo, una parte viene de la jerarquía de mando, otra del diseño del proceso de trabajo en términos técnicos y organizacionales que impone la realización solo de ciertas operaciones con movimientos estándar y simplificados. Pero el otro control viene del cliente, que aunque se trate a su vez de controlarlo y taylorizarlo , al mismo tiempo presiona para lograr el servicio en forma satisfactoria. Una parte de la presión es tácita, importan los signos de desagrado, impaciencia o molestia, o pueden ser verbales hasta llegar al reclamo por deficiencias en el servicio –además del “cliente misterioso”. Asimismo, la regulación puede ser técnica, la que imponen las máquinas en tiempos, operaciones y momentos de intervención, o de la de la gerencia a través de premios y castigos, también la de sus propios compañeros cuando trabajan en cadena, además de la del cliente. La construcción social de esta ocupación esta determinada por la política de personal de la empresa que pide jóvenes de nivel educativo alto y a los que pagará poco, con pocas prestaciones, pocas oportunidades de ascenso, trabajo intenso, horarios flexibles que afectan sus relaciones familiares y su desempeño en la escuela, que

se traducirán en alta rotación externa voluntaria, es decir la política de personal no se enfoca a la permanencia sino a la renovación, considerando la poca calificación requerida y la necesidad de mano de obra permanentemente joven. El tipo de demanda de trabajadores por parte de la empresa se compagina con las expectativas del tipo de joven susceptible de ser contratado, no aspira a una carrera de larga duración, solo mientras duran sus estudios, el salario es un complemento a los aportes familiares para sus estudios o diversión, aunque este trabajo es valorado por el ambiente limpio, el tipo de clientela y las amistades en el trabajo de estudiantes de cierto nivel educativo.

Decir que el modelo productivo de MacDonals es híbrido entre taylorismo y toyotismo es simplificar el problema. Hay elementos de los dos, aunque posiblemente predominen del primero, pero ni el taylorismo ni el toyotismo fueron concebido como modelo que implicara directamente al cliente dentro de la producción, de tal forma que por su extensión en restaurantes de comida rápida, multicinemas, autoservicios y otros pudiera llamarse MacDonalismo por ser una empresa pionera, como lo fue la Ford en añejos modelos de producción.

## **2.El Trabajo en Wal-Mart**

Fundada en Arkansas en 1962, Wal-Mart es hoy la corporación más grande del mundo. En el 2006 reportó 5 961 tiendas y ventas por 320 427 millones de dólares, pero sus implicaciones para el comercio al menudeo, en la subcontratación de proveedores y en cuanto a las relaciones laborales con sus trabajadores van más allá de las cifras mencionadas, al grado de que algunos autores han acuñado a semejanza del de MacDonalización el concepto de Walmartización, apuntando a modelos de cómo dirigir empresas y gestionar los recursos humanos (Di Maggio y Powell, 1999). Es decir, la relevancia de esta empresa para las relaciones laborales es, por un lado, por la gran cantidad de trabajadores que contrata, pero sobre todo porque otras empresas la han tomado como modelo de relación con los proveedores y de gestión de la mano de obra. Por tanto, no se trata de un ejemplo atrasado, de una época ya superada por la sociedad de la información, sino uno de los polos de mayor desarrollo del trabajo “postmoderno”. Reflexionaremos acerca del posible “modelo productivo” que inaugura Wal-Mart, también de las

implicaciones en las relaciones laborales y su relación con la construcción de identidades colectivas entre sus trabajadores.

Los casos emblemáticos de Modelos Productivos han cambiado durante la historia del capitalismo, a finales del siglo XIX un modelo fue el de la U.S. Steel, a inicios del siglo XX el de la Ford, a mediados del mismo siglo la General Motors, a finales del siglo anterior la IBM y Microsoft, a inicios del siglo XX es Wal-Mart uno de los ejemplos a seguir por las grandes corporaciones.

Una de las características del Modelo Wal-Mart es el uso de tecnologías de punta de la información para la relación con los proveedores y el suministro óptimo de almacenes. Este uso de la alta tecnología de la información va a contrapelo de los procesos de descentralización de la industria manufacturera, en Wal-Mart por el contrario hay una alta centralización: “las mismas tecnologías y costos que han guiado a otras compañías a la descentralización...han posibilitado a Wal-Mart aumentar ampliamente su control managerial” (Lichtenstein, 2006:10). En segundo lugar, su forma de transportar los suministros está basada en la movilización de grandes contenedores (Bonacich, 2006). El sistema de suministros es de “jale” y no de “empuje”. En el sistema de “empuje”, característico de los suministros del siglo pasado, la producción en masa originaba economías de escala pero generaban inventarios excedidos. En cambio en el sistema de “jale” el distribuidor sigue cuidadosamente las preferencias del consumidor y las transmite a los proveedores, la carga es puesta justo a tiempo en el lugar de la venta (Lichtenstein, 2006:11-12). En tercer lugar, Wal-Mart coordina en forma centralizada la actividad manufacturera o agroindustrial de sus proveedores, debido a que Wal-Mart tiene un poder de compra tal que ha contribuido a convertir a países de mano de obra barata del sudeste asiático y a Centroamérica en polos de manufactura barata y en sus principales proveedores. Por ejemplo, ha transformado a 300 proveedores chinos en “impotentes tomadores de precios más que socios” (Petrovic y Hamilton, 2006). El cuarto elemento es la delicada atención a los costos, en particular a los costos salariales. La importancia de mantener los costos salariales bajos, como veremos, repercute en el control sobre el proceso de trabajo y su regulación, el tipo de trabajador preferido y la política antisindical que caracteriza a esta corporación. Finalmente, la precarización del empleo –la mayor parte de los trabajadores no se ocupan de las labores del sistema informático- está embebida en una

ideología populista neoconservadora (Moreton, 2006) hacia el consumidor y hacia los trabajadores. Se presenta como una corporación que ofrece precios bajos a las clases populares, a la vez que defensora de la libre empresa y como una familia a su interior para sus trabajadores a los que llama “asociados”.

Las implicaciones laborales del modelo Wal-Mart no son solo con su mayoría de trabajadores de bajos salarios y calificaciones en las tiendas de autoservicio, sino también con los de las empresas subcontratas a lo largo del mundo. En cuanto a los trabajadores en el piso de los supermercados, el perfil de mano de obra que prefiere la corporación es el de personas con nivel educativo entre primaria y secundaria (solo para cajeros se considera a la preparatoria terminada), aunque en la práctica la mayoría solo tienen el nivel de primaria; se necesita ser mayor de edad y no se toma en cuenta la experiencia laboral anterior. Se añaden otros requisitos como no haber trabajado en Wal-Mart con anterioridad, vivir cerca de la tienda para poder ser llamado a trabajar en cualquier momento, si es mujer no estar embarazada, sin enfermedades que impidan el trabajo, no haber estado sindicalizado y no pretender un salario superior del que Wal-Mart ofrece. Es decir, se trata de trabajadores no calificados, de bajo nivel educativo, que puedan ser llamados a trabajar en horarios flexibles según los picos de demanda en la tienda y que no promuevan actividades sindicales. El trabajo realizado por los “asociados” acomodadores –como llama la empresa a los trabajadores- es por demás descalificado y rutinario. Consiste en revisar las gavetas por si falta mercancía, ir a las bodegas a cargarlas con un gato hidráulico, jalar el gato hasta las gavetas, acomodar la mercancía, separar los empaques de estas y llevarlos al tiradero. Este proceso, además de rutinario y monótono debe hacerse con la máxima rapidez. Actividades complementarias son las de asear las gavetas, asistir a los clientes de manera proactiva y hacer otras tareas que indique el jefe o subgerente de cada departamento.

El control del trabajador en su trabajo se realiza a través de seis dispositivos: el primero está a cargo de los guardias que resguardan las entradas; el segundo es por medio de circuito cerrado de televisión; el tercero está a cargo de los jefes y subgerentes que son quienes administran el trabajo y lo controlan en forma personalizada, vigilan que cada tarea se haga en el tiempo previsto, asignan nuevas tareas, supervisan la eficiencia en las operaciones y los trabajadores deben reportarles al terminar cada encomienda. El cuarto

son los propios compañeros de trabajo que también contribuyen al control, las denuncias “anónimas” son promovidas por la corporación. En quinto término interviene el cliente que a veces pide información o la reposición rápida de mercancías y también puede quejarse del servicio ineficiente o del trato poco amable de los empleados. El sexto dispositivo del panóptico pretende ser el autocontrol del trabajador reforzado por el discurso de la corporación desde el proceso de contratación, durante la capacitación y toda su vida laboral en esta empresa. Este discurso trata de seducir y a la vez amenazar, se apela a la lealtad por favor de haber recibido trabajo y a la vez que no se perdonará la deslealtad, boletinando al trabajador a otras empresas para que no vuelva a ser empleado.

Por lo que respecta de las relaciones laborales, es famosa la política antisindical de la corporación, promovida sistemática y concientemente por las gerencias —una modalidad del antisindicalismo es aceptar sindicatos patronales de membrete para obstaculizar las intenciones de formar otro tipo de organización obrera- y el preferir la contratación individual. La jornada normal es de ocho horas, pero el tiempo extra es obligatorio para el trabajador según necesidades del servicio, los horarios de trabajo se rotan en varios turnos, en los días festivos se trabaja y solo se descansa un día a la semana. El salario promedio de los vendedores de piso, como se llama a los trabajadores que analizamos, es de aproximadamente 250 dólares mensuales, existen las prestaciones mínimas de Ley como Seguro Social, vacaciones, aguinaldo.

La mayoría de los trabajadores de Wal-Mart trabajan en el piso de la tienda, pero hay varios tipos: los vigilantes, los cajeros, los especialistas (verduras, carnes, pan), los acomodadores de mercancías y los cerillos (no considerados formalmente empleados de la empresa): Cada tipo se diferencia en calificación, pero todos tienen en común los bajos salarios y las malas condiciones de trabajo. Los trabajadores más antiguos en la empresa, que son una pequeña minoría tienen mayores oportunidades de afianzar relaciones con sus compañeros, en cambio la mayoría que rota en forma externa y voluntaria, con poca antigüedad y realizando tareas individualizadas establece menos lazos con sus compañeros. Sin embargo, se comparte el sentimiento, la moral y el conocimiento de se labora en una empresa de trabajo precario y que la antigüedad no permitirá remontar esta situación: los trabajadores de mayor antigüedad y edad elaboran estrategias de permanencia en el trabajo, los jóvenes escogen la salida individual de búsqueda de otros empleos. Es decir, ni la

ideología de la empresa de formar una sola familia, ni la fascinación inicial que provoca entre los empleados el contacto con un Universo de medios de consumo impactan durante mucho tiempo la no identidad con la empresa y con este tipo de trabajo. Lo que se impone como forma de control es el panóptico. El panóptico implica que el trabajador de Wal-Mart es vigilado para que la insatisfacción no derive en acciones colectivas y la política antisindical de la empresa explícita son obstáculos importantes en esta corporación para la acción colectiva, sin embargo, en varios países, especialmente en los Estados Unidos ha habido intentos de organizar sindicatos, la represión ha sido la constante, pero el apoyo de otras organizaciones y, campañas de denuncias en los medios a veces se han traducido en fallos judiciales a favor de los trabajadores.

Entre el modelo de producción de Wal Mart y de MacDonalds hay semejanzas y diferencias. En los dos se trata de una organización que busca el justo a tiempo y costo bajo en los suministros, poniendo a los proveedores al servicio de la corporación en forma centralizada. Para esto se utilizan las últimas herramientas de la programación de la producción y del transporte en forma computacional e informatizada. Pero el número de trabajadores que participan con las tecnologías de la información es pequeño y separado tajantemente de los que laboran en la tienda o el restaurante. Los MacDonalds prefieren estudiantes de nivel educativo alto por la importancia del trato con el cliente, a diferencia del Wal-Mart en que predominan los niveles elementales y el trato con el cliente es simplificado y eventual. El número de productos que maneja MacDonalds es muy inferior a los de Wal Mart y aunque estos se pueden mantener por largo tiempo sin cambio, siempre hay variaciones en presentaciones, marcas o bien algunos nuevos productos marginales. En ambos trabajos el cliente es un ser activo que participa dentro del proceso, en MacDonalds haciendo una parte del trabajo de ordenar y presionado para la eficiencia en el servicio. En Wal-Mart el cliente también participa y es obligado a “trabajar” haciendo sus propias selecciones de los productos, cogiéndolos de las gavetas, colocándolos en los carritos y llevándolos a las cajas y pagando. Es finalmente el cliente el que “jala” a toda la cadena de suministros primero en las gavetas y finalmente hasta los proveedores. Sin embargo, en Wal-Mart el cliente tiene relativamente más autonomía en su elección, desde el momento en que la cantidad de opciones es muy superior a la de MacDonalds, aunque acotada por las decisiones de la gerencia de que productos vender. En los dos procesos el aspecto emotivo

tiene un papel explícito, como en todos los servicios a clientes que implican el trato directo del trabajador con el comprador, pero en el Wal-Mart este trato puede volverse anónimo en el recorrido de las gavetas, solo al momento de pagar aparece inevitablemente la interacción, aunque casi siempre reducida a frases hechas preestablecidas por la gerencia y respuestas que se espera igualmente simplificadas y estereotipadas, es decir, como en MacDonalds la interacción existe pero el proceso de trabajo no favorece intimar, el contacto es superficial. Sin embargo, en ambos lugares los trabajadores de piso llegan a conocerse y, a pesar de la vigilancia y las políticas antisindicales, en el MacDonalds la interrelación puede ser intensa y formarse una identidad como trabajadores-estudiantes, en el Wal-Mart la interacción es difusa así como su identidad como trabajadores precarios descalificados sin futuro cierto de sus condiciones laborales.

### **3. El Trabajo del programador de Software.**

Los profetas de la también llamada “tercera revolución industrial” (Rifkin:1996; Castells:1999; OIT:2001) aprecian que la *nueva ola tecnológica de fin siglo* tiene presencia en mayor o menor medida en las economías del mundo. Ésta “tercera revolución de industrialización” para los schumpeterianos, evolucionistas y posmodernos, la definen como un nuevo estadio capitalista en varios ejes, destacando: Convergencia entre Producción y Servicios, denominada también “*producción industrial de servicios*” (Zarifian:1999; Negri: 2001 le llama industriservicio); Nueva función de producción del conocimiento (Romer:2000, David y Foray:2002) donde las variables con peso relativo son Información y el Conocimiento por encima del tradicional Investigación y Desarrollo; Trabajador individualizado, situado por la *Sociedad del Conocimiento*, sin un punto de referencia de su lugar en el proceso de producción y sin capacidad de acción. Ejes, en los cuales las poblaciones, gobiernos, sistemas de producción, trabajadores, se circunscriben en una *nueva economía optimista* rotulada por los *profetas de la nueva era* como la *sociedad de la información y el conocimiento* (Castells, 1999, 2005, Rifkin:2000; CEPAL:2003, 2004).

**Rompiendo las rigideces tayloristas en el desarrollo de un Sistema Informático (Software)**

Se denomina software a un programa informático, equipamiento lógico o soporte lógico, a los componentes intangibles de un ordenador o computadora, es decir, al conjunto de programas y procedimientos necesarios para hacer posible la realización de una tarea específica, en contraposición a los componentes físicos del sistema (hardware). Esto incluye aplicaciones informáticas tales como un procesador de textos, que permite al usuario realizar una tarea, y software de sistema como un sistema operativo, que permite al resto de programas funcionar adecuadamente, facilitando la interacción con los componentes físicos y el resto de aplicaciones. Bajo esta definición, el concepto de software va más allá de los programas de cómputo en sus distintas formas: código fuente, binario o ejecutable, además de su documentación, es decir, todo lo intangible (Presman, 2002)

Un aspecto importante que constriñe el complejo proceso de desarrollar un sistema informático, son los cientos de lenguajes de programación existentes con los cuales se puede confeccionar software<sup>2</sup>, los lenguajes de programación deben ser *interpretados* y *evaluados* en un compilador. Una vez que el compilador traduce el programa de software desarrollado por el programador al *lenguaje maquina*, el hardware ejecuta la tarea asignada y retorna un resultado al Software.

El proceso mediante el cual se escriben las líneas de código (algoritmos) en determinado lenguaje de programación se circunscriben a una serie de *paradigmas*<sup>3</sup>, a los que el conjunto de programadores, director del proyecto y todos aquellos que participan en el proyecto de software acuden directa o indirectamente. La elección de uno u otro *paradigma*, se asocia a la experiencia, habilidades de los desarrolladores, conocimientos

---

<sup>2</sup> Los lenguajes de programación se determinan según el nivel de abstracción, según la forma de ejecución y según el paradigma de programación que poseen: Lenguajes de alto nivel: Ada, ALGOL, Basic, C, C++, C#, Clipper, COBOL, Fortran, Java, Lexico, Logo, Object Pascal, Pascal, Perl, PHP, PL/SQL, Python, Ruby, MATLAB, Modula-2, en la listas de Wikipedia, se pueden obtener enlaces de más de 500 lenguajes de programación. Lenguaje de bajo nivel es aquel que es fácilmente trasladado a lenguaje de máquina. La palabra "bajo" no implica que el lenguaje sea inferior a un lenguaje de alto nivel; se refiere a la reducida abstracción entre el lenguaje y el hardware, por ejemplo el lenguaje Ensamblador, Código maquina, entre otros. Pressman, 2002; <http://es.wikipedia.org>

<sup>3</sup> Un paradigma de programación es un enfoque particular. No es mejor uno que otro sino que cada uno tiene ventajas y desventajas. Hay situaciones donde un paradigma resulta más apropiado que otro. Los más citados son: Dirigida por eventos; Estructurada; Extrema; Dinámica; orientada a objetos; Iterada. (Pressman, 2002); <http://es.wikipedia.org>

formales e informales, conocimiento de la empresa, etc. que en conjunto van configurando en el nivel cognoscitivo una posición no rígida, sino flexible de aquellos que interactúan en el desarrollo de un proyecto informático, esta posición es flexible, negociada acorde a la *filosofía de como desarrollar el Software*<sup>4</sup> la cual implementarán en el proceso de trabajo.

La ingeniería del Software, señala éstas posibles condiciones estructurantes en el proceso de trabajo entre los programadores de software; sin embargo en las entrevistas realizadas para esta investigación, entre programadores junior y senior, líderes de proyecto, gerentes de empresa entre otros, coincidían en que no necesariamente operan rígidamente la selección de lenguajes de programación acorde al proyecto; o bien que los “paradigmas” y “filosofías” de programación de Software deban elegirse antes de iniciar el proceso; acontece mas un acto de “ida y vuelta”, entre el desarrollo de los requisitos solicitados por el cliente, el proceso mismo de diseñar los módulos que integrarán el sistema y la confección de los algoritmos que cumplan las tareas especificadas en los módulos. Es en este acto sincrónico que se van configurando una serie de decisiones ágiles, oportunas, entre los que participan en el desarrollo del Sistema informático; lo cual no significa forzosamente que se estén implementando los proceso más eficientes o bien, que se minimice la incertidumbre que encierra el desarrollo de sistemas informáticos. Estas singularidades en el desarrollo de Sistemas informáticos, se circunscriben a una serie de *flexibilidades cognoscitivas y arreglos sociales* entre los que participan en el proceso de trabajo.

La *flexibilidad cognoscitiva* puede ser entendida como la disposición del individuo a asumir una actitud relativamente abierta en la resolución de problemas, implicando al aprendizaje personal y la ampliación de habilidades cognoscitivas. Además, entre la pantalla y teclado de la computadora del programador se sucede una serie de *arreglos sociales* entre el conjunto de programadores y el responsable del proyecto informático; entre el conjunto de programadores y el cliente-usuario del Sistema Informático, entre el responsable del proyecto informático y el cliente-usuario. Estos arreglos sociales no son estrictamente jerárquicos, lineales o rígidos. Son flexibles en cuanto a la disponibilidad de

---

<sup>4</sup> Las filosofías mas citadas en la red son: Desarrollo ágil; Mejor Práctica; La Catedral y el Bazar; Desarrollo de diseño-dirigido (D3); Método de desarrollo de sistemas dinámicos (DSDM); Programación extrema (XP); Desarrollo iterativo y creciente; Principio KISS (Keep It Simple); Enfoque MIT; Proceso racional unificado (RUP); Scrum; Desarrollo en espiral; Test-driven development (Desarrollo guiado por pruebas); Modelo en cascada; Peor es mejor (estilo Nueva Jersey).; <http://es.wikipedia.org>

los ejecutores del proyecto frente al cliente, a minimizar la incertidumbre en el proceso, reducir los errores, a atenuar las incompatibilidades a la implementación del sistema, a compartir la responsabilidad en cumplimiento de tareas más que de jornadas de trabajo, en comprometerse a solucionar un problema a través del autoaprendizaje en lugar de exigir cursos o especializaciones.

### **Flexibilidad cognitiva en el desarrollo de un Sistema Informático.**

Una característica fundamental en el desarrollo de una parte de los Sistemas Informáticos como solución empresarial, es la participación directa del cliente-usuario en distintas fases del proceso de producción –hay otros que transcurren en una soledad relativa del free lance que no tocamos aquí. El cliente, a diferencia del pasado Taylorista, deja de ser un sujeto pasivo, ausente en el proceso de trabajo, se filtra no sólo en el diseño del Sistema informático, sino en el proceso mismo de desarrollo. El cliente conviene con los actores de la empresa de software que tareas debe ejecutar el programa, que formas y contenidos cumplirá el Sistema Informático. Además se convienen fechas de entregas, progresos en los módulos y cumplimiento de los requisitos convenidos. El cliente, llegado el momento, aprueba el cumplimiento de los requisitos firmados con anterioridad.

Para llevar a buen término el desarrollo de un programa informático (Software), es necesaria una *concertación* de requisitos entre Usuario-Cliente y empresa prestadora del servicio informático. Es importante que el responsable del proyecto (Analista, Gerente o Líder del proyecto) realice una serie de entrevistas de las cuales derivarán una *lista de requisitos* que posteriormente el equipo de analistas y programadores traducirán en un diseño informático. Ahora bien, la lista de requerimientos no se limitan al desarrollo de un Sistema Informático, puede suceder que el usuario-cliente lo que necesita es un rediseño ó incorporación de nuevas funciones al sistema informático que posee.

La *interacción* entre el usuario-cliente y la empresa desarrolladora debe ser exhaustiva, ya que se definen los rasgos y requerimientos funcionales y no funcionales del proyecto (matriz de datos que contendrán los módulos del programa informático). Quien sea seleccionado para llevar a cabo la entrevista no sólo debe ser hábil en las relaciones

humanas, también debe poseer una perspectiva amplia de los conocimientos tácitos y codificados de los recursos humanos, así como el nicho de especialización o capacidades tecnológicas que la empresa desarrolladora es capaz de proveer al cliente. Después de varias entrevistas y “pláticas hacia atrás” entre el cuerpo técnico y el usuario-cliente, se firma (en el mejor de los casos) una lista de requerimientos, la cual establecerá no sólo las necesidades técnicas del programa, también fechas de entrega, costos y documentación del programa.

Posteriormente da inicio un segundo momento cuando se firma el *convenio de requisitos*, que contiene una serie de *especificaciones*; a partir de éstos se lleva a cabo una serie de reuniones entre el responsable del proyecto (Analista, Gerente o Líder del proyecto) con el equipo de desarrolladores (programador senior o líder, programador Junior, diseñador de base de datos, analista; tester de calidad, documentador, entre otros), con el fin no sólo de iniciar el diseño de los módulos, también de involucrar a los integrantes del equipo de trabajo en el cumplimiento de metas, requisitos y tiempos de entrega.

Es importante que el Software que se desarrolla se acerque lo más posible a los requerimientos solicitados por el usuario-cliente. Según estadísticas de Nielsen (1998) -uno de los fundadores de la ergonomía del Software o Ingeniería de la Usabilidad- el 70% de los problemas en el software desarrollado en Europa se deben a requisitos no cumplidos por la empresa desarrolladora.

Una vez que se está de acuerdo con la lista de los requisitos, el Arquitecto de Software, el Ingeniero de Software, o bien el programador más experimentado, en forma individual o en equipos (dependiendo de la complejidad del proyecto, tamaño de empresa, experiencia del programador, etc.) se procede a realizar el Diseño del Sistema, establecer como se va a configurar el ciclo de vida del software. El ciclo de vida, es el paradigma de desarrollo (hay más de 10 modelos de desarrollo) y dependiendo del paradigma elegido será como se integren las pruebas, los entregables, los módulos, etc. Una vez que se termina el Diseño, si el proyecto de desarrollo es complejo, está integrado por distintos módulos, se hace una entrevista con el Cliente, para el visto bueno del diseño del proyecto.

Una vez terminado el Diseño, se explica al Líder de proyecto o gerente de proyecto, o equipo de trabajo la especificación de los módulos, que rutinas se espera que cumplan los

módulos que les corresponde desarrollar. Si es un proyecto simple, lo pueden desarrollar pocos programadores o bien, todo un equipo de programadores, que por lo regular se integran por:

- ◇ El Líder de proyecto. Son aquellos ingenieros de Software que coordinarán y vigilarán que se cumplan en tiempo y forma los requisitos señalados en el diseño. Son los encargados de formar los equipos de trabajo, evaluar el desempeño, calidad y eficiencia de los programadores y del sistema desarrollado.
- ◇ Los programadores o desarrolladores. Es el conjunto de programadores que transforman, diseñan o identifican el conjunto de requisitos en algoritmos matemáticos o sentencias de líneas de código que integran los módulos del software. Un conjunto de requisitos conforman un modulo. Los programadores, pueden dividirse en Senior y Junior. La diferencia entre ambos, se concreta en experiencia, habilidades, destrezas, conocimientos personales, más que en el tipo de estudios formales.
- ◇ Tester de calidad o de configuración. Cuando el programador concluye el desarrollo de una rutina, o modulo, éste es verificado/Calificado por el Tester. Se verifica que la configuración del sistema presentado cumpla con lo especificado en la lista de Requisitos del Sistema. Dependiendo de la empresa y de la organización misma del proceso de trabajo, el Tester confirma o rechaza un componente presentado, ya que éste debe contener la documentación necesaria que requiere el sistema.
- ◇ Documentador. Se integra por un programador que especifica las características de las rutinas que ejecuta el sistema desarrollado. Se conoce como documentación administrativa. También especifica los comentarios necesarios de las Líneas de Código (LDC) que componen el sistema informático. Tanto la documentación administrativa del Sistema, como la documentación o comentarios de las Líneas de código que integran las rutinas, son importantes para que en el mediano o largo plazo se pueda proveer mantenimiento y actualización al sistema desarrollado.

En la entrega del Sistema informático el Cliente evalúa el software que se le presenta, puede estar satisfecho o bien exponer una serie de incumplimientos. De aquí se prosigue con la implementación o se revisan los acuerdos firmados (si es que existen) y de ahí se conviene, si se incorporan o no dichos incumplimientos que el cliente reclama. La

exigencia debe apegarse a lo firmado en el contrato de requisitos. El problema común que se presenta es que no se firma una lista de requerimientos suficientemente detallados, o bien las diferencias en interpretación heurística que se la da a un requisito por parte del usuario y por el lado del programador.

Supongamos que se acepta el Software desarrollado; el software se implementa en la empresa, esta “en campo”. Se le conoce como “en campo” al periodo en que el Software esta en proceso de implementación, operabilidad e interoperabilidad en la empresa del cliente. En este momento coexiste una doble problemática a superar:

- ◇ Errores del Sistema. Enfrentar posibles vicisitudes, desde errores internos del sistema informático; errores asociados a la usabilidad de la interfaz grafica del sistema; errores de operabilidad con el software local; errores de operabilidad por los usuarios finales; incompatibilidad o problemas de interoperabilidad con otros sistemas de hardware; etc.
- ◇ Resistencia al uso del Sistema Informático. Resistencia al uso del Software por parte del usuario final de la empresa que adquirió el Software. El cliente u organización que solicitó el desarrollo del Sistema es asesorada por la empresa desarrolladora, ya sea con cursos, charlas, asesorías, memos donde especifique las bondades del nuevo sistema informático. Sin embargo, las posibilidades de romper con las sinergias, cotos de poder de los usuarios que se traducen como resistencia finales al uso del Sistema informático no siempre tienen éxito en el corto plazo.

Según datos de la Ingeniería del Software, la implementación del Sistema Informático en las instalaciones del cliente final, es de las partes más críticas del desarrollo ya que hasta el 20 y 30% de los programas informáticos pueden fallar, y no necesariamente debido a errores internos del código, configuración en los módulos, problema de operabilidad, etc.; por el contrario, están mas asociados a factores de resistencia en la implementación.

Recapitulado, en el desarrollo de Software a la medida de las necesidades del cliente – es el tipo de proceso que estamos presentando – el producto es un bien inmaterial, eminentemente simbólico, que si bien se presenta en una envoltura física, como un CD o

una memoria externa USB, éstos sólo son un vehículo temporal, que igual se desecha una vez que se instala el Software, la tendencia actual es la de proveer el Software por medio de Internet. Se producen símbolos y relaciones entre estos que sirven para resolver problemas de diversa índole, siguiendo determinada lógica de los lenguajes de programación. Pero la producción de software se distingue de la producción inmaterial de proceso comprimido entre producción-circulación y consumo en que los símbolos quedan objetivados en programas que pueden almacenarse, revenderse o utilizarse durante cierto tiempo sin que desaparezcan en el consumo productivo o improductivo. Otra producción simbólica presenta los atributos de la inmaterial, en tanto compactación en un solo acto de la producción, la circulación y el consumo, como los espectáculos musicales o de teatro en vivo. En la producción de símbolos objetivados, estos adquieren vida propia más allá de sus creadores y consumidores inmediatos, puede ser con la intervención del cliente en el proceso productivo, como hemos explicado, controlando en parte las etapas de desarrollo, presionado sobre los tiempos o llegando a nuevos acuerdos acerca del diseño sobre la marcha, o bien puede ser realizada en relativo aislamiento. Sin embargo, hay un nivel más de interacción que puede intervenir en la generación de software que son las comunidades simbólicas o virtuales, es decir, las comunicaciones vía internet con otros programadores que a veces contribuyen en forma comunitaria no interesada a la solución de problemas de programación, o bien la información sobre programación que en forma anónima pudiera existir en la red.. Lo que pudiéramos llamar modelo de producción de símbolos objetivados se realiza en espacios físicamente cerrados, la empresa, el domicilio, o la Universidad, el cliente puede penetrarlos o no, pero lo cerrado en cuanto a lo físico no opera en lo virtual. En esta medida el espacio de interacciones entre sujetos está permanentemente abierto en forma voluntaria o eventual. Puede haber una división del trabajo en el diseño de un software pero las actividades son eminentemente cognitivas, en tanto formas de razonamiento y conocimientos que permiten siempre cierto nivel de creación. Los arreglos sociales, en tanto interacciones, acuerdos y cooperaciones son importantes, no solo cuando la relación entre gerencia, programador y cliente puede ser cara a cara, sino especialmente en la comunidad virtual de conocimiento.

El problema es qué tanto los procesos de producción de software han seguido la línea de los trabajos clásicos manufactureros y como el cambio en formas de producción han impactado al control sobre el proceso de trabajo. El diseño de software históricamente ha pasado de una etapa cuasiartesanal a otra con la ingeniería del software como intento de organizar en forma estándar el proceso de producción y de rutinizar el diseño de las líneas de códigos a través de su modularización. Entre 1950-1970 el desarrollo de la industria electrónica estaba frenada por la falta de socialización del conocimiento, eran unos cuantos expertos los que sabían programar en lenguajes de bajo nivel como ensamblador, éstos lenguajes son los que están más próximos al lenguaje máquina o código-máquina, son aquellas instrucciones que procesa directamente el circuito microprogramable, como el microprocesador de un ordenador o el microcontrolador de un autómatas. Aún así se requiere entre el lenguaje ensamblador y el código máquina, un interprete. El interprete es el que “traduce” el lenguaje al código máquina. Sin embargo en la década de los 60 y 70, los conocedores de éstos lenguajes trabajaban largas jornadas, no documentaban los procesos, no diseñaban prototipos, sino que laboraban al estilo artesanal por “ensayo y error”, por ello muchos de los programas no cumplían las metas de entrega, los requisitos específicos del cliente, etc.

En este contexto, se desarrollaron los lenguajes de programación de alto nivel, que son aquellos que se alejan de la estructura de los lenguajes de máquina o código-máquina, pero se aproximan mas a una lógica común en cuanto a la conexión de ideas, desarrollo de conceptos, objetivación de ideas o mapas cognitivos. Un segundo paso ha sido el establecimiento de metodologías, “paradigmas” y “filosofías” de programación que han disminuido el caótico proceso de incertidumbre a medida que han avanzado los diseños de prototipos, y se acuerdan lenguajes de programación específicos, acorde a cada proyecto, y necesidades o requerimientos de los clientes para cumplir mejor fechas de entrega. Sin embargo, aun con las metodologías de la ingeniería del software, la ingeniería de requisitos y la de la “usabilidad”, la incertidumbre en el desarrollo del software continúa y, a la vez, el nuevo modelo de producción del software presenta diversas rigideces:

Una es la herencia de la programación digital, la base de muchos nuevos lenguajes de programación de alto nivel, ya sean lenguajes orientado a objetos, aspectos u otros no escapan a la lógica de sistematizar las rutinas de código en el sistema binario, herencia de

su pasado eléctrico, legado de su antecesor en circuitos cerrados (0) o abierto (1), lenguaje que es el llamado código máquina (combinación de 0 y 1). Quizás la programación misma está embebida de esta rigidez, al seguir presuponiendo que la superación a la crisis e incertidumbre en el desarrollo del Software está en seguir ampliando los tipos y proceso de los lenguajes de programación basados en aquella lógica. Cuando la salida, quizás esté en otro tipo de programación todavía imberbe como la programación genética.

Otra rigidez, de este posible nuevo modelo productivo, es el atribuible a las condiciones que deben regir entre los equipos de trabajo, el primero es el **concepto de Flexibilidad Cognitiva** de los trabajadores. La pretensión de repetir en la producción objetivada de símbolos las etapas de la producción manufacturera ha encontrado obstáculos importantes frente a la flexibilidad cognitiva necesaria y los arreglos sociales requeridos, lo que no significa que las pretensiones de estandarización hayan desaparecido, todo esto frente a la llamada aflicción del software que tiene detrás el nivel de control del programador sobre su trabajo y hasta cierto punto sobre el tiempo de producción. En ese control y regulación intervienen las gerencias, los participantes en los equipos de trabajo si los hay, el cliente cuando sea el caso y también la comunidad simbólica a través de la red. En la construcción social de la ocupación de programador es más importante la habilidad cognitiva en cuanto a forma de razonamiento de este, que los estudios formales y el conocimiento de programas. La juventud de los programadores, el sentirse participar en una actividad de punta, el considerar su trabajo como un aprendizaje para mejores empleos o el autoempleo los lleva a identificarse más que con la empresa con su profesión de programadores y como parte de una comunidad virtual que para sentirse parte de la misma no es necesaria la relación cara a cara, la comunidad virtual que incluye programadores pero es más amplia que estos.

## **Conclusiones**

Para los “otros trabajos” es necesario replantear las dimensiones principales de lo que serían sus modelos productivos. En manufactura es común mencionar la estrategia de negocios, la tecnología, la organización y gestión de la mano de obra, las relaciones laborales, el perfil de la mano de obra y las culturas gerenciales y laborales. Pero se trata de forma de producción en espacios y tiempos cerrados, sin intervención directa de los clientes y otros agentes en el proceso de producción y en donde el proceso depende sobre todo de

las máquinas sean automatizadas o no. En cambio en muchos de los “otros trabajos” la estrategia de negocios incluye de manera importante el trato al cliente en el propio lugar de trabajo, el cliente forma parte del proceso de producción, participa en el control y la regulación del trabajo y a veces es el mismo controlado. En esta medida podemos intentar una primera clasificación de los modelos productivos de “los otros trabajos” de la siguiente manera:

1). Empresas capitalistas

A. MacDonalizadas o Walmartizadas.

En estos modelos productivos se trata de la producción o la venta en masa de un número definido de productos (en MacDonalds muy pocos, en Wal-Mart muchos) que implican materias primas o proveedores estandarizados. El control de proveedores es por vía de la informática y la programación de los suministros tendiente al justo a tiempo. La estrategia de negocios es la producción o venta de productos de costo bajo, de calidad no elevada para un público masivo, la ganancia está basada en la venta al menudeo y no de gran volumen a un mismo consumidor. El trabajo está claramente segmentado entre una minoría separada física y socialmente que trabaja con altas tecnologías de la información y una mayoría de trabajadores que trata directamente con el público comprador. Las operaciones que realizan estos últimos trabajadores son rutinarias y estandarizadas, a pesar de que pueden trabajar con equipos automatizados, la calidad del servicio depende en buena parte de sus habilidades y buen trato a la clientela; sin embargo, dentro de opciones claramente establecidas, hay una flexibilidad rutinaria en cuanto a poder intervenir con diversos productos un mismo trabajador, su trabajo es descalificado y la comunicación con la clientela estereotipada y superficial. Estos trabajos se dan en espacios específicos para la producción, cerrados a la población en general excepto los que buscan el servicio. Una parte del servicio que se ofrece, aparte del contenido material de lo que se compra, es el trato que supone emociones y en buena medida estética de los empleados, las presentaciones de los productos y de los locales de venta. Las relaciones laborales son precarias en los salarial y en prestaciones, así como en seguridad en el empleo, el trato a los trabajadores oscila entre paternal y despótico y los sindicatos reales están prácticamente negados. Se induce una ideología de identificación con la empresa por el trabajador, pero se complementa con muchas formas de control, una de las cuales la ejerce el propio cliente,

que funge como controlador controlado, es decir se trata de estandarizarlo en su comportamiento en el lugar de trabajo para disminuir el tiempo de producción que depende también de este último. Una de las consecuencias es la alta rotación de personal, sea por insatisfacción en el trabajo o porque este fue concebido desde el inicio por el trabajador como trabajo de pasaje hacia una actividad más remunerada y creativa. Este modelo de producción es probable que se reproduzca en los muticinemmas, las tiendas de CDs, las tiendas de ropa de masas, las pequeñas tiendas de autoservicio (Seven Eleven, Oxxo), en las cadenas de comida rápida o los cafés de cadenas.

B. La producción de símbolos objetivados que se realiza en espacios cerrados empresariales, educativos o en el hogar. Como en la producción de software, donde la tecnología que se moviliza principalmente no es el hardware sino las bases lógicas contenidas en lenguajes de programación, “paradigmas” o ingeniería del software, que con propiedad puede ser llamada “tecnología blanda”, puesto que concentra conocimiento acumulado que puede ser reemplazado para construir otros softwares. En esta producción importa el conocimiento de lenguajes, pero sobre todo la habilidad en cuanto a forma de razonamiento del programador, así como la capacidad de interactuar con otros agentes dentro de la empresa y con el cliente: Esta producción implica para el programador dos tipos de parámetros, los que vienen de la lógica misma de los sistemas de programación utilizados y los de la empresa como forma de organizar el trabajo, sin embargo permanece una relativa autonomía del programador, a pesar de los intentos recientes por estandarizar las programaciones con miras a tener las gerencias mayor control sobre la calidad y tiempos de producción. La preferencia por la mano de obra joven y sin gran experiencia laboral tiene dos implicaciones, el dejar mayor espacio a la creatividad (flexibilidad cognitiva) y por el otro, el que los jóvenes vean su trabajo como una escuela de aprendizaje de tránsito con miras de tener, en otra empresa o por su cuenta, mejores condiciones de salario y de vida, frente a las empresas que no respetan horarios de trabajo, días libres o vacaciones por las exigencias de la clientela. Es decir se trata de trabajos de alto desgaste de la mano de obra y muy pocas protecciones formales.

C. Este mismo tipo de servicios puede ofrecerse en lotes estrictamente pequeños, en locales mas reducidos para una clientela de mayor ingreso. Es decir, los productos no son de masa sino de lotes pequeños de alta calidad que requieren de una mano de obra más calificada,

como en los restaurantes gurmets, en las peluquerías de alta estilización, librerías muy especializadas, clínicas no masivas, iglesias exclusivas, teatros de espectáculos de lujo. La clientela es más exigente y el trato tiende a ser más personalizado y menos estereotipado.

D. La producción de símbolos con interacción no cara a cara entre trabajador y cliente, como el de los call centers, la venta de boletos por teléfono o internet. A diferencia del anterior la producción puede ser en masa de un número definido de productos, las relaciones ser muy superficiales y la presión del cliente por encontrar respuesta a sus necesidades se complementa con la presión sobre el cliente para que dialogue se realice en forma mínima y responda tipo cuestionario a las preguntas del trabajador. El trabajo del empleado es estándar pero hace intervenir más su juicio en las búsquedas que implica una habilidad de localización de información, se necesita un nivel educativo intermedio pero sobre todo un buen trato al cliente para ayudarlo a decidir entre las opciones, lo estético cuando mucho interviene en el lenguaje y las relaciones son anónimas a pesar de que se puede tomar nota de los nombres del trabajador y del cliente.

E. Producción simbólica con interacción unilateral de la empresa y el trabajador con el público, como en la radio o la televisión no interactivas. En estos trabajos el cliente es pasivo y solo sanciona con su rating el gusto o la satisfacción por los símbolos recibidos; sin embargo la unilateralidad también puede generar vínculos, morales, emotivos, estéticos o cognitivos con quien los genera, como es el caso de las pasiones que los actores pueden despertar en un público anónimo. En este caso el trabajo puede implicar un esfuerzo considerable por parte de quien trabajo al movilizar códigos cognitivos, afectivos, morales o estéticos que dependen en gran medida de su habilidad. Es decir, en la efectividad de la comunicación sobre el público influye mucho la “calificación” del productor de símbolos, calificación que está distante de la de la operación de máquinas de la producción manufacturera y tiene que ver con el uso del lenguaje en su polisemia sobre todo emotiva, mortal y estética. Aunque se produce para grandes masas, el trabajo no puede ser taylorista fordista, el cliente es básicamente pasivo en el momento de la producción de los símbolos y solo “trabaja” en su asimilación, a pesar de que la interacción y el consumo a distancia en forma unilateral puede existir en el mismo momento de la producción. Las protecciones laborales pueden ser precarias, aunque no necesariamente los salarios y una parte del

atractivo de estos trabajos es el poder de influencia sobre un público amplio aunque anónimo y la “fama” como aspecto de un prestigio complejo.

2.) Trabajo nuevo y antiguo no capitalista: en espacios cerrados (manufactura en casa o familiar, teletrabajo en casa) o abiertos (vendedor ambulante, taxista, microbusero) con lugares de trabajo fijos o móviles. En estos, cuando no son asalariados, opera la confusión entre trabajador y pequeño patrón, sin embargo no están exentos de controles y regulaciones sobre su trabajo que pueden provenir de sus propios compañeros, de los clientes, de agentes extralaborales como policías, inspectores diversos, transeúntes o vecinos o del propio mercado de sus productos.

En cuanto a la posibilidad de construcción de identidades colectivas entre los dos tipos de trabajadores de la nueva economía, los precarios y descalificados y los calificados que trabajan con tecnologías de la información. Hemos analizado como el espacio del trabajo sigue siendo importante en la formación de dichas identidades, pero que no las determina unilateralmente, sino que juega con otros espacios de relaciones, culturas acumuladas e interacciones diversas. Es el caso de los jóvenes trabajadores y estudiantes de MacDonaldis para los que el espacio del trabajo ha permitido identificarse con sus compañeros, en tanto una capa especial de trabajadores temporales, jóvenes que estudian y que no son de alto ingreso. Entre estos el espacio del trabajo se combina con el de la familia y la escuela, así como el sentirse joven para generar una identidad particular del trabajador-estudiante-joven.

Los trabajadores del Wal-Mart de piso no son de alto nivel educativo, ni la mayoría estudiantes, sus oportunidades o al menos expectativas de obtener en el futuro mejor empleo los presiona a someterse a la empresa, sin embargo permanece la conciencia de ser de los perdedores sin futuro que también es una fuente de identificación aunque difusa por el panóptico que establece la empresa para evitar demandas colectivas. En el caso de los trabajadores de la programación de software, jóvenes con cierta capacidad de creación, que esperan un futuro mejor, muchas veces en empresas diferentes o independizándose, se saben con calificaciones altamente apreciadas en la “sociedad del conocimiento” y más que identidad con el trabajo y con una empresa en particular la tienen con su profesión de expertos en programación, al grado de formar parte de una comunidad virtual que no presupone las interacciones cara a cara pero que se sabe que ahí está.

Es decir, el trabajo sigue siendo importante en la constitución de identidades colectivas, pero no hay una relación de determinación lineal entre posición en una estructura ocupacional e identidad, sino que influyen estructuras de espacios de relaciones diversos, que presionan pero no determinan a la identidad, junto a códigos de la cultura acumulados a través de los cuales los actores dan sentido a su situación, a sus interacciones, a su futuro y en particular a quienes somos “nosotros”, a los “ellos” y eventualmente a amigos y enemigos.

El problema teórico de constitución de identidades colectivas puede tener que ver con relaciones sociales semejantes compartidas, pero este concepto implica siempre una abstracción de las diferencias. En el siglo XIX los obreros que poseían un mismo oficio se consideraban diferentes de los de otros oficios en la misma fábrica, esto les daba ciertas características a su identidad y, a la vez, los limitaba para realizar acciones conjuntas con los de otros oficios. La moderna gran empresa capitalista limó las diferencias entre oficios y a la vez mitigó la importancia de las relaciones cara a cara y, sin embargo, fueron posibles grandes organizaciones, movilizaciones y proyectos en la primera mitad del siglo XX. Es decir, la construcción de la identidad colectiva supone en la colectividad un proceso de abstracción que pone en juego situaciones estructurales (por ejemplo cierta forma de relacionarse con su trabajo o con otros actores del trabajo) pero no dependen mecánicamente de dichas estructuras, las presiones estructurales sufren la mediación del proceso de creación de sentidos, vinculado con la cultura, la estética, la cognición, la emoción y el razonamiento cotidiano o el científico. Además, otros espacios de relaciones sociales extralaborales y los acontecimientos económicos, políticos, que escapan a la voluntad inmediata pueden influir también de manera importante, así como las biografías y trayectorias ocupacionales. Pero, no es menester para constituir sujetos colectivos que haya una correspondencia entre todas las biografías, trayectorias ocupacionales o estructuras de las ocupaciones, porque en la conformación de identidades juegan también los eventos impactantes extraordinario que provocan el relegamiento de lo que separa y permiten destacar lo común, aunque eso común sea real o imaginario. Tampoco las identidades se desenvuelven en un solo nivel, uno de los más generales actualmente puede ser el sentirse parte de la masa de los perdedores en la globalización y la flexibilización, frente a una minoría de ganadores, sentimiento-cognición-valores-estética que iguala, que relega, o

mimetiza las diferencias, que puede opacar la fragmentación de las biografías y trayectorias ocupacionales. Pero también la identidad puede jugarse en un nivel más corporativo o profesional y no solo presentarse cuando se labora por largo tiempo en una sola empresa y con los mismo compañeros, sino que puede ser por un tipo de trayectoria en un tipo de rama, como los programadores del software.

También, pudieran conformarse trayectorias ocupacionales heterogéneas pero tipificables que estuvieran asociadas a una identidad de trayectoria, pudiera ser el caso de los indígenas migrantes, que en el año pasaran de la pequeña producción al campo de jitomate en una agroindustria y luego a la de cereales, en espacios geográficos muy diferentes. Las trayectorias ocupacionales podrían complejizarse con las trayectorias de vida, en donde el trabajo sería solamente un espacio entre varios de los importantes como el de la familia, el barrio, el espacio urbano o rural, y se pudiera considerar a la biografía como trayectoria de espacios de relaciones sociales, incluyendo los del trabajo, con articulaciones diversas entre estos. De tal forma que más que pura fragmentación de identidad, la identidad se conforma en la trayectoria, como en el caso de los migrantes a los Estados Unidos de los que sería aventurado decir que no tienen identidad alguna por cambiar de ocupaciones y más aún de mundos de vida a veces en forma radical. Lo que no es posible sostener es que el espacio del trabajo, continuo o discontinuo, territorializado o no, tenga que ser siempre la clave de la formación de la identidad colectiva, juega con otros espacio, con relaciones que pueden ser complejas entre estructuras-procesos de dar sentido y acciones sociales. Pero tampoco se puede afirmar por dogma postmoderno o parapostmoderno<sup>5</sup> que el mundo del trabajo sea siempre irrelevante en la constitución de identidades y acciones colectivas como hemos demostrado. En todo caso tendrá que ser probado en cada tipo de trabajador la eficiencia identitaria del espacio del trabajo, sin suponer que lo laboral es marginal siempre en la conformación de dichas identidades o que estas son ahora imposibles.

## **Bibliografía**

---

<sup>5</sup> Llamamos Parapostmodernos a los autores que sin asumir en toda su profundidad a la Postmodernidad que los llevaría finalmente al agnosticismo toman la tesis de la flexibilización como fragmentación de trayectorias laborales y de vida y tratan de mostrar en forma impresionista o a través de ejemplos, el fin de las identidades, proyectos, organizaciones y acciones colectivas amplias

Bonacich, E. (2006) "Wal-Mart an the Logistic Revolution", en Lichtenstein, N., op. cit.

Castells, Manuel (1999) La Era de la Información. La sociedad red, México: Siglo Veintiuno Editores, vol..

Castells, Manuel (2002) La Galaxia Internet. Reflexions sobre Internet Barcelona: Plaza & Janés Editores

Celani, M y E. Stanley (2005) Una Introducción a la Política de Competencia en la Nueva Economía. CEPAL, Serie estudios y perspectivas numero 24. Disponible en: <http://www.eclac.cl/cgi-bin/getProd.asp?xml>.

CEPAL (2005) "Políticas Ppúblicas para el Desarrollo de Sociedades de Información en América Latina y el Caribe" Disponible en formato electrónico en: <http://www.cepal.org/cgi-bin/getProd.asp?xml>.

David P. y D. Forey, (2002), "Fundamentos Económicos de la Sociedad del Conocimiento", Comercio Exterior V. 52, no. 6, Junio.

David, P., y Foray D., (2002) Una Introducción a la Economía y a la Sociedad del Saber, en Foray D., Sociedad del Conocimiento, Revista internacional de Ciencias Sociales, numero 171, Marzo.

De la Garza, E. (2006), ¿Cuál Puede ser el Campo de la Sociología a Inicios del Siglo XXI, pp.9-18; en De la Garza, E. (Coord.), Tratado Latinoamericano de Sociología. Barcelona: Anthropos-UAM.

De la Garza. E. (2006), Del Concepto Ampliado de Trabajo al de Sujeto Laboral Ampliado, pp. 7-22; en De la Garza, E. (Coord.), Teorías Sociales y Estudios del Trabajo: Nuevos enfoques. Barcelona: Anthropos-UAM.

De la Garza y J. C. Neffa (comps.) (2001), El Futuro del Trabajo, el Trabajo del Futuro, Buenos Aires: CLACSO.

De la Garza, E. (1997), "Trabajo y Mundos de Vida", en H. Zemelman (coord.), Subjetividad: umbrales del pensamiento social. Barceloan: Anthropos.

Di Maggio, P. y W. Powell (1999) El Nuevo Institucionalismo. México, D.F.: FCE

Lazzarato, Maurizio y Negri, Antonio (2001) Trabajo Inmaterial. Formas de vida y producción de subjetividad. Rios de Janeiro: DP&A Editora.

Lichtenstein, N. (ed.) (2006) Wal-Mart: The Face of Twenty. N.Y.: The New Press.

Maza, Octavio, (2006), Las Ventas Multinivel, Aguascalientes: UAAC.

Moreton, B. (2006) “It Came from Bentonville: the agrarian origins of Wal-Mart culture”, en Lichtenstein, N. op. cit.

OIT, (2000) “La Globalización de Europa: el trabajo decente en la economía de la información”; Ginebra: OIT

Petric, M. (2006) “”Making Global Markets: Wal-Mart and Its Suppliers”, en Lichtenstein, N. op. cit.

Pressman, Roger (2002) Ingeniería del Software. Un enfoque práctico. 5ª Edición, España, McGraw Hills.

Rifkin, Jeremy (1996), El Fin del Trabajo. Barcelona: Paidos.

Rifkin, Jeremy (2000), La Era del Acceso, la revolución de la nueva economía. Barcelona: Paidos.

Ritzer, G. (2002) La MacDonalización de la Sociedad. Barcelona: Ariel.