



Revista Austral de Ciencias Sociales  
ISSN: 0717-3202  
revistaustral@uach.cl  
Universidad Austral de Chile  
Chile

Mujica Arredondo, Gladys  
La "Empresomanía": problemas de lenguaje e identidad  
Revista Austral de Ciencias Sociales, núm. 2, 1998, pp. 103-112  
Universidad Austral de Chile  
Valdivia, Chile

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=45900211>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en [redalyc.org](http://redalyc.org)

influye en el tejido social de los países periféricos (de acuerdo con la expresión acuñada por Raul Prebisch). Se asiste a modificaciones en el mercado laboral que se traducen en una nueva visión de la gestión empresarial apoyada en el uso de un vocabulario determinado, la jerga de la "empresomanía", que afecta, específicamente, a las personas, los llamados "recursos humanos" y la construcción de su identidad individual y social.

#### **EL CONTEXTO DE LA GLOBALIZACION**

El tema de la globalización, al parecer autosuficiente en términos de su significado, es señalado como una tendencia generalizada a partir de la segunda mitad del siglo XX. Sin embargo, diversos autores sitúan su origen histórico en los viajes de descubrimiento de hace aproximadamente 500 años, que coinciden con la expansión de los imperios europeos y el nacimiento del mercado de bienes. El resultado para los países "descubiertos" es el pillaje autorizado y premiado de sus recursos naturales, la sujeción de su población, la implantación de estructuras políticas y la transformación cultural acorde a parámetros foráneos.

Se podría pensar que hay mucho de nuevo en el actual sistema de la globalización, pero nuestra reflexión, focalizada en el aspecto empresarial y en lo específico al uso del lenguaje en el "manejo de los recursos humanos" (antes administración de personal) nos remitirá a "viejas ideas en un nuevo envase".

Aumentan las firmas multinacionales, multiproductivas y de múltiples divisiones, entre las cuales existe una estrategia corporativa central que involucra a todas las organizaciones subordinadas como unidades de negocio. Se puede advertir pequeñas diferencias de manejo organizacional y de políticas adecuadas al entor-

## **La "Empresomanía": problemas de lenguaje e identidad**

*Gladys Mujica Arredondo* <sup>1</sup>

### **INTRODUCCION**

Nuestra sociedad ha cambiado profundamente en los últimos años. Vivimos en el mundo post-industrial, post-moderno y post-ideológico y nos sumergimos en la globalización. Ya no es "un solo mundo, voces múltiples", es una sola estrategia que regula las relaciones internacionales y que

<sup>1</sup> Docente del Instituto de Comunicación Social de la Universidad Austral de Chile. Master en Comunicación Social y Relaciones Públicas.

no donde estas unidades realizan sus funciones. Aún así, no se puede pensar que las empresas subordinadas a corporaciones multinacionales no estén sujetas a decisiones, estrategias y estructuras diseñadas centralizadamente. (Storey 1995:70).

Hoy todo tiene un nombre diferente, se habla de "el mundo como universo de conductas estratégicas" (E. Enriquez en R. Sansaulieu 1992:207) y de la empresa como el lugar donde se establecen los mecanismos de regulación global. Es la sociedad organizada, la unidad en la diversidad.

La globalización implica la sistematización y estabilización de un tipo de gestión. Para asegurar rentabilidad y ganancia el sistema neoliberal debe organizar el trabajo de tal manera que el sistema se sustente, se reproduzca a sí mismo y logre expandirse a todos los confines del mundo.

### *¿Que pasa en los países emergentes?*

Parecería que ya no está de moda hablar de la relación centro-periferia, o del dominio norte-sur, ni siquiera de los derechos del hombre, como el derecho a la educación, a la salud, a la vivienda y al trabajo. En suma de la justicia social.

Los países del Norte marcan sus áreas de dominio político-económico en la cual pretenden establecer un solo mercado, donde las compañías usen una sola moneda, operen bajo un solo set de regulaciones y que los inversores puedan medir éstas de acuerdo a parámetros financieros comunes (Business Week Oct.27/97).

En las naciones emergentes, el Estado provicia, sistema del cual muchos países se están alejando como si tuvieran que pedir disculpas por haber tenido en su historia épocas de mayor equidad y justicia social, ha sido criticado por los organismos internacionales de ayuda financiera tales como el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional entre otros, quienes apoyan la

privatización de la economía y el desarrollo del "libre mercado".

En un aspecto, el Estado cada vez más disminuido, no tiene capacidad para absorber el creciente desempleo, por lo que es el sector privado el que puede invertir en la creación de fuentes de trabajo y aportar soluciones a dicho problema. Por otra parte, la demanda de empleo se ve sujeta a normas creadas por las propias empresas para reglamentar el trabajo. Esto no es nuevo ya que la normativa jurídica establece ciertas posibilidades de negociación. Lo que llama la atención en los últimos años es que, en ocasiones, esta autoregulación de las empresas, verdadera normativa jurídica interna, trasgrede principios de igualdad y equidad.

### *La globalización en el campo laboral*

En el marco de la globalización predomina el llamado "free labour market", mercado libre del trabajo, que poco tiene de libre y mucho de eufemismo para designar la ausencia de poder de negociación colectiva, la necesaria protección social de empleados y obreros y el derecho de las personas a un trabajo digno.

La mutación de las relaciones interpersonales en la vida profesional<sup>2</sup> se ve influida por la precariedad del empleo, la competitividad y la movilidad permanente en busca de "mejores condiciones de vida" cuyos parámetros se relacionan cada día más al poder de compra y obtención de bienes de consumo.

La cohesión social que se establece en el lugar de trabajo se ve afectada por la limitación del contacto. La "comunicación", en la mayoría de las ocasiones, se establece sólo a través de la

<sup>2</sup> Nos referimos aquí y en adelante al trabajo de oficina como categoría diferenciada de relación laboral.

electrónica, lo que logra no sólo cambiar el ambiente laboral hasta hacerlo irreconocible sino eliminar muchas plazas de trabajo.

Las organizaciones laborales, los movimientos colectivos, hoy día han desaparecido o se encuentran desmembrados, dispuestos sólo a actuar, puntualmente, como agentes negociadores.

Aparecen nuevas formas de dominio, esta vez no como explotación sino como un dominio simbólico que tiene como signo predominante el manejo de alta tecnología, de la informática. El mundo asalariado debe enfrentar cada día nuevas exigencias, nuevos aprendizajes.

Pareciera que volvemos al pasado en que los obreros, especialmente aquellos de sectores rurales, podían ser explotados en términos salariales debido a su aislamiento, carencia de especialización en el oficio y falta de organización. Hoy, el temor al desempleo, la negociación individual y no colectiva, la informática y no la comunicación, transforma el ámbito laboral y debilita el vínculo social indispensable para la construcción de la identidad colectiva y el reconocimiento de sí en el trabajo. (Sansaulieu 1988:302).

#### **EL LENGUAJE EN LA "EMPRESOMANÍA"**

En el ámbito de la gestión empresarial, las diversas prácticas que rodean a la "empresomanía", verdadero virus post-moderno convertido en herramienta primordial de la globalización y el acceso al mercado mundial de los países emergentes, se observa una amplia gama de términos que van desde la "eficacia", "eficiencia", "excelencia", la "calidad total", la "participación", la "integración", la "flexibilización", hasta la "inteligencia emocional" entre otros. Por una parte se crea un lenguaje exclusivo y excluyente y por otra, se imponen normas de competencia que más bien podrían tipificar una situación de enfrentamiento o de en-

cuentro deportivo, en que sólo hay ganadores y perdedores.

A estos vocablos se agregan préstamos extranjeros como "outsourcing", "performance" y por supuesto el "management" la clave esencial para el logro del éxito. Esto nos permite abordar el tema empresarial, desde un ángulo crítico, analizando la coherencia de este nuevo "mercado lingüístico", (Bourdieu: 1990) en relación a nuestra realidad como nación emergente, que mantiene a la gran masa asalariada en la periferia del sistema neoliberal, toda vez que nuestro país pretende, en ocasiones, "fotocopiar" experiencias exitosas de otros entornos.

#### **Lenguaje y poder.**

Estamos conscientes de que el uso de este lenguaje cargado de terminología técnica, no sólo es la jerga de ese sector profesional específico, sino una práctica lingüística relacionada con el poder, que funciona como instrumento en la diferenciación y coherencia del grupo en cuestión y la fijación de límites claramente establecidos, que en ningún caso pueden ser traspasados por novicios o trasgresores que provengan de otras esferas del saber. (Fowler, en Teun van Dijk, 1985:65).

En relación al poder y control, Roger Fowler señala que el lenguaje de los diversos grupos y de los individuos con diferentes roles sociales, articula distintos significados sociales característicos. Estos grupos necesitan reafirmar diferentes ideologías, "la práctica lingüística es la más poderosa herramienta capaz de articular experiencia, creencias y valores".

#### **Lenguaje e ideología**

Por otra parte Gunter Kress al analizar la estructura ideológica subyacente en el lenguaje,

opina que toda teoría sobre el lenguaje o discurso, que se precie de seria, debe enfocar, deliberadamente, la relación de lenguaje y la condición material de su uso y de sus usuarios. Advierte Kress, que es esencial aceptar la categoría "ideología" como el término que cubre lo que atañe a formas de conocimiento y su relación con la estructura, intereses y conflicto de clase, los modos de producción y estructura económica y las formas de conocimiento en diversas prácticas sociales. Este contexto se hace claro y específico por la copresencia de otras formas de texto o discurso que determinan el significado de cualquier forma lingüística dada.

"Es necesario decir aquí que la selección o escogencia de una forma lingüística puede no ser un proceso 'vivo' para el hablante individual: si los discursos son la organización de material ideológico en forma discursiva, y si estos (discursos) existen en el ya establecido repertorio (de discursos) en un grupo social, entonces el individuo hablante no estará creando en realidad el discurso sino que simplemente reproducirá lo que ella o él haya aprendido". (Kress en T.van Dijk 1992:31).

### ***La noción de mercado lingüístico***

Esto hace referencia al modelo de Pierre Bourdieu y su noción de "habitus". Bourdieu presenta un modelo sencillo de análisis del discurso, que se formula como: *habitus lingüístico + mercado lingüístico = expresión lingüística o discurso*. Definiendo el "habitus" como el producto de las condiciones sociales y no como simple producción de discurso, sino producción que se ajusta a una situación dada... el *habitus* es un producto de los condicionamientos que tiende a reproducir la lógica objetiva de dichos condicionamientos. En el aspecto de mercado lingüístico, al que hicimos referencia antes, simple-

mente se trataría de las relaciones en las cuales se define el "valor", atribuido al producto lingüístico. Este producto lingüístico está asociado a su vez, a la noción de capital lingüístico relacionado con la naturaleza misma del lenguaje usado por ciertas personas en una determinada situación social de nivel medio-alto y que se rodea de interlocutores situados en un mismo nivel en la jerarquía social. Estas personas, dado el capital lingüístico que poseen, "están autorizadas para hablar, a tal punto que poco importa lo que digan" (Bourdieu 1990:146).

Así pues en el uso de esta nueva terminología tenemos presente aspectos relacionados al poder y control, y a la presencia de una determinada ideología que le otorga al discurso un valor, siendo éste, además, el referente de una élite.

### ***ALGUNOS EJEMPLOS DEL GLOSARIO EMPRESARIAL***

Deliberadamente hemos resaltado el uso de algunos términos, que nos parecen un ejercicio equívoco a la hora de expresar fielmente lo que se persigue y que pueden tener una interpretación acomodaticia en el mercado lingüístico actual.

#### ***El "manejo de recursos humanos"***

Lo que hasta los años 70 se llamaba administración de personal, hoy día se presenta como "recursos humanos". Una manera de colocar a las personas como un factor más de producción, conjuntamente con los recursos económicos y tecnológicos, una mezcla de deshumanización con beneficio económico, una especie de taylorismo post-moderno de "inputs" y "outputs".

Surgen así seminarios, conferencias y múltiples maneras de "manejar estratégicamente" este "recurso" como parte del negocio de las empre-

sas.

En un interesante capítulo de Karen Legge titulado "HRM (human resource management) Rhetoric, Reality and Hidden Agendas" (Storey: 1995), se elabora una distinción que diversos autores plantean, entre lo que es el manejo "duro" y el "suave" de los "recursos humanos", único "recurso capaz de hacer que los factores inanimados de producción se transforme en riqueza" (35) Legge define el modelo duro como focalizado en la importancia crucial de la integración de políticas, sistemas y actividades de los recursos humanos con la estrategia de negocios. En tanto el modelo suave se relaciona a la administración de personal que, enfatizando también la integración de las políticas de recursos humanos con objetivos de negocio, trata a los empleados como bienes valorables, fuente de ventajas competitivas a través de su compromiso, adaptabilidad y calidad.

La diferenciación radica entre una práctica descriptiva en la administración de personal y una práctica normativa en el manejo de recursos humanos. Este aspecto normativo descansa en parte en el uso de un lenguaje ambiguo en que el concepto de "integración", por ejemplo, implica un ajustarse a la estrategia de negocio, lo que también, eventualmente, podría significar un acomodo complementario que busca, en reciprocidad, políticas de empleo cuyo objetivo es lograr el compromiso, la flexibilidad y calidad de la labor. (Legge en Storey 1995:39).

### *La "participación"*

Aspectos como la "participación" de las personas en el ambiente laboral, están cruzados por elementos de poder y control, de ideología y de la cultura de empresa en general.

De acuerdo a Eugene Enriquez, la empresa ofrece una estructura de valores y normas, una

manera de pensar, un modo de aprehender el mundo que orienta la conducta de los diversos actores que la componen. Por otra parte, la empresa también implica el aprendizaje de una forma de relacionarse dentro de ella y el establecimiento de ciertos parámetros que miden, evalúan y definen a los actores en relación al ideal propuesto por la empresa. (Enriquez en Sainsaulieu 1992: 211).

Desde este punto de vista cabe preguntarse por la posibilidad concreta de los actores de, efectivamente, "participar" en la formación de la estructura de valores y normas de una empresa, que influirán en la visión de mundo y las conductas apropiadas dentro y fuera de ella. Asimismo la probabilidad de intervenir en las estrategias de desarrollo que conformarán el espejo ante el cual los asalariados en una organización deberán mirarse, para evaluar su propia presencia. La estructura empresarial surge como un constructo y no como un resultado que explica las decisiones tomadas por los empleados y actores de una organización, para lograr los imperativos de la empresa (Bernoux 1995:13),

Si la estructura es un constructo, el lenguaje sería la apariencia. En otras palabras, más allá del aspecto semántico y el léxico que emplea la "empresomanía", está la relación que se establece entre quienes están a cargo del "management" y aquellos que son objeto de éste.

Como dice Enriquez, el sistema imaginario que la empresa construye para lograr un sistema simbólico y cultural que la diferencie de otras, puede resultar en una falsa idea de comunidad donde, aparentemente, cada uno de los "participantes" puede encontrar una respuesta a la angustia de la marginación social y la fragmentación de la vida cotidiana que hace difícil la definición de un rol y la construcción de un status en las personas, ambos constitutivos de la identidad social.

### ***La "flexibilización"***

El tema de la "flexibilidad" tiene, de acuerdo a Legge, dos variables: una es la flexibilidad numérica que implica la subcontratación o contratación externa, el llamado "outsourcing", y otra sería la flexibilidad funcional, que se refiere a la ampliación de tareas, inscrita como movilidad laboral, que poco tiene que ver con la posibilidad de los asalariados de avanzar en la estructura contractual sino, de una rotación de labores, en vez de un enriquecimiento de la actividad. La ampliación de las tareas trae consigo, como efecto secundario, la posibilidad de reducir costos vía despido de personal, por su no adaptación a los nuevos requerimientos. Ambas formas de "flexibilidad" laboral crean un conflicto a la hora de buscar el compromiso y la identificación con la organización, el trabajo en equipo y la responsabilidad que lleva, en teoría al menos, a la consecución del sistema de calidad total (Legge en Storey 1995:45).

### ***"La eficacia, excelencia y efectividad"***

Otros términos de la estrategia empresarial, se refieren a la "eficacia", "excelencia" y "efectividad". Es bastante conocido el enfoque de la Programación Neurolinguística, PNL, que se define como "un conjunto de medios de estudio de la comunicación y de la estructura de la experiencia subjetiva". El origen de dicho estudio está en la obra de dos investigadores norteamericanos Bandler y Grinder, de la escuela de Palo Alto para quienes la "excelencia es sinónimo de eficacia". En el libro "Cómo Comprender la PNL" Catherine Cudicio (1992) explica que el objetivo de su obra es "dar los puntos de referencia necesarios para una comunicación eficaz... comunicarse con eficacia, llegar a un punto óptimo en la comunicación, significa que hemos podido alcanzar el ob-

jetivo que nos habíamos fijado" (Cudicio 1992:15). Bandler y Grinder parten de la observación para establecer "modelos" prácticos y cómo pueden éstos facilitar la comunicación "destinada a aumentar la eficacia de influencia en quienes la utilizan". En otras palabras, se supone que toda acción sólo se mide por sus resultados, su "eficacia", sin medir la influencia y consecuencias que pueden ejercer las múltiples contradicciones del mundo actual, por ejemplo la contradicción entre lo económico y lo social, en especial en un país como el nuestro, donde frecuentemente se requiere de acciones valorizables en sí, como es la solidaridad, en vez de la competencia. Como dice la misma autora en otra de sus obras, se trataría de "reducir la realidad a dimensiones tranquilizantes" (Cudicio 1991:208).

La "efectividad", también medida en términos de costo-beneficio, puede resultar en que una determinada empresa, muestre los signos inequívocos de un clima organizacional negativo y que éste influya en sus resultados, aún con un manejo racional de acuerdo a criterios que miden precisamente la efectividad solo desde el punto de vista de la rentabilidad y con esto olvida la visión sistémica de una organización, en la cual como dice Edgar H. Schein "la efectividad del sistema se puede definir como su capacidad para sobrevivir, adaptarse, mantenerse y crecer, independientemente de las funciones que desempeñe" (Schein 1993:213).

### ***Lo nuevo y lo viejo: la "inteligencia emocional" y la discriminación***

Uno de los aspectos más interesantes de las nuevas tendencias de la empresomanía es aquella que se refiere a la "inteligencia emocional" a partir de la publicación de un libro en 1996, del autor estadounidense Daniel Goleman, transformado rápidamente en best seller mundial. Esta

"nueva" manera de acercarse al éxito vía "inteligencia emocional", como se señala en la presentación del libro: "nos permite tomar conciencia de nuestras emociones, comprender los sentimientos de los demás, tolerar las presiones y frustraciones que soportamos en el trabajo, acentuar nuestra capacidad de trabajar en equipo y adoptar una actitud empática y social que nos brindará más posibilidades de desarrollo personal".(Goleman 1996)

Podríamos tomar la descripción anterior, sin temor a equivocarnos, como características que se observan en el comportamiento femenino. El rol asignado por la sociedad a la mujer, y la ideología, tomada como la "creación de significados en una sociedad caracterizada por ciertos modelos de control... modelos que involucran una cierta oposición o dicotomía y una evaluación de los términos que esa dicotomía emplea, de tal manera que un término puede tener mayor valor que otro" (Poynton 1989:18).

En este sentido, la oposición razón/emoción incorpora la noción de hombre como racional, lógico, razonable y en control de los sentimientos, comparado con la mujer que es irracional, ilógica y emocional. Esto tendría relación con el concepto de mercado lingüístico que tratáramos anteriormente, ya que aquellos vocablos asociados al accionar masculino: razón, conocimiento, acción y cultura, están mejor evaluados que los términos que se asocian al género femenino: expresividad, gentileza, comprensión y emoción.

Como podemos apreciar, la dicotomía establecida y el valor que el mercado lingüístico le otorga a esta oposición deja claramente definido que la emoción es, y ha sido, una característica poco favorable, por decir lo menos, a la hora de apreciar, enjuiciar, estimar y considerar la contratación de una mujer en el campo laboral. Sin embargo, hoy día la "inteligencia emocional" que podría traducirse en capacidad de expresión y

comunicación, es altamente valorada y buscada en los puestos directivos de la estructura gerencial, reservado en gran número a los varones.

### **TRABAJO E IDENTIDAD**

Las normas y comportamientos impuestos, de una u otra forma, por la "empresomanía" influyen en diversas esferas.

No produce asombro que el rubro transporte en un país como el nuestro deba "empresarizarse" (Ministro Claudio Hohmann 21/Oct/1997), que el Municipio de Viña del Mar se convierta en "empresa" (Mercurio 4/Oct/1997), ni que las entidades de educación superior tengan que "posicionarse" en el "mercado", a través del llamado "marketing universitario", donde el alumno es el cliente y la universidad es la "empresa" que le vende el servicio y que a su vez, responde en muchos casos al sector privado que le ayuda a "autofinanciarse" porque el Estado ya no se hace responsable por el derecho a la educación. Es necesario recalcar y no confundir la "empresomanía" actual y su connotación especulativa con una gestión administrativa apropiada a cada caso, cuando se trata, por ejemplo, de las organizaciones sin fines de lucro del sector público, que deben asumir una tarea ética y responsablemente.

En la actualidad la "empresomanía" propicia el surgimiento de "líderes" y "gurús", lo que implica un culto al individualismo, a la osadía, la agresividad y audacia y que se escuda en un lenguaje, como dijimos, exclusivo y excluyente, características que contradicen el espíritu de equipo y la participación que las empresas promueven.

La empresa privada de hace unos años promovía a sus empleados basándose en la experiencia adquirida y la antigüedad en el lugar de trabajo. Hoy la promoción se funda en el manejo

de capacidades diversas: tecnología, gestión, manejo de relaciones humanas e investigación. Surge así el conflicto entre aquellos directivos de la jerarquía administrativa tradicional y los nuevos empleados que manejan la redes informáticas.

Anteriormente la base del accionar de los empleados era la lealtad al jefe y la identificación con las metas de la organización. Hoy, es el desarrollo de una carrera dentro de la empresa cuya motivación es el celo, la rivalidad y la ambición.

En la realidad y ante la precariedad del empleo, muchos trabajadores, lejos de identificarse con las metas que deben cumplir, sólo actúan para evadir el desempleo y la competencia en el campo laboral.

Esto dice relación con uno de los problemas más recurrentes en los países del primer mundo, que hoy enfrentan altos índices de desempleo, problema que empieza a afectar a los países emergentes y a la posibilidad cierta de tener que "flexibilizar" el llamado "libre mercado del trabajo".

Un caso curioso se observa en tanto en Francia como en Inglaterra. En el primero, la "flexibilización" se llama "souplesse", es decir adaptabilidad<sup>3</sup> y se refiere tanto a las modalidades de compartir el empleo, ya sea compartir tareas u horarios, como a la disminución del horario de trabajo semanal (35 horas), con el fin de crear más empleo, situación que es ampliamente debatida por sindicatos y empresarios, cada uno buscando su propia conveniencia.

En el caso de Inglaterra, durante la reciente reunión sobre el problema del empleo en los países industrializados, realizada en Londres, (22 de

Febrero, 1998) el Ministro de Educación y Trabajo, David Blunkett, trató el tema desde un punto de vista innovador. Los gobiernos, declaró el ministro, no deben asumir la responsabilidad por la creación de empleos, ni aumentar el seguro por desempleo a los trabajadores, "hoy se trata de preparar a los individuos a adaptarse a las nuevas circunstancias, a la tecnología, en fin a formarse a lo largo de su vida laboral, es decir que se debe garantizar la 'empleabilidad', lo que significa un compromiso de las organizaciones de capacitar a los asalariados en forma permanente, para hacerlos 'empleables' y tener la posibilidad de cambiar de trabajo cuantas veces sea necesario" (Le Monde 23/Feb/98)<sup>4</sup>

Como ocurre con cierta frecuencia, cualquier normativa que coaccione o restrinja la actividad de la empresa privada en favor del asalariado (mantención de salario con mayores beneficios, disminución de horario, etc), de la sustentabilidad de su actividad, o de cualquier otro aspecto, enfrenta la posibilidad de que las empresas busquen una "relocación" en países con mano de obra barata, permisivos en lo que a medio ambiente se refiere y en general benevolentes en relación a las normativas laborales. Otra posibilidad es la llamada "diversificación del proceso productivo" que resulta en la segmentación de la producción realizable en diferentes puntos del globo que ofrezcan mayores ventajas. Las variables mencionadas interfieren en la negociación laboral colectiva como en la contratación individual de empleados que, accediendo a una ley no escrita, ansiosos por evitar el colapso de las empresas y la subsecuente pérdida del empleo, conceden amplias ventajas en lo que respecta a sa-

3 El término "souplesse" tiene, en realidad, el mismo significado que flexibilidad, salvo que, la traducción como adaptabilidad se ajusta más a la connotación participativa del vocablo en francés. Aclaración del Prof. Agustín Redondo, Etudes Iberiques. Univ. Sorbonne Nouvelle, París.

4 No queda claro si la capacitación para lograr la "empleabilidad" será de acuerdo a las necesidades de la empresa privada o si, por el contrario, tendrá como objetivo el desarrollo personal de los asalariados en aquellos ámbitos de su interés.

larios, beneficios, duración de la jornada de trabajo, permisos, vacaciones, etc.

Si nos referimos al tema de la identidad veremos que en su configuración, a través de la socialización del individuo, el ambiente laboral juega un papel definitivo. Este proceso de construcción de la identidad tiene en cuenta, por una parte, aquello que los demás nos atribuyen y por otra, lo que el individuo se atribuye y expresa como acto de pertenencia a un grupo social (Bernoux 1995:183).

Por lo tanto, en el contexto laboral, tanto lo que se nos atribuye como aquello que valoramos en nosotros mismos, está en relación directa con lo que a nuestro parecer defiende, resalta y fundamenta nuestra identidad. Desde este punto de vista, la identidad es más bien una herramienta que usamos en la adecuación de conductas apropiadas a nuestro contexto social, cultural y laboral (Thompson & McHugh 1990:287). Esto último nos refiere a lo expresado por Eugene Enriquez anteriormente, en relación a que es la propia empresa la que en forma no explícita, a veces, orienta indirectamente y logra un consenso en torno a normas y valores, plantea jerarquías, modos de relacionarse de los actores dentro de la organización, etc. Todo ello en torno a los parámetros que la empresa establece como necesarios para posicionarse en un mundo globalizado.

Esto nos conduce a la distinción clásica entre los componentes personales y colectivos de la identidad individual y la posibilidad de una exclusión mutua, vale decir presencia de identidad personal y ausencia de identidad social de un lado y presencia de identidad social y ausencia de identidad personal de otro. En este último caso, la presencia de identidad social, trae como consecuencia la noción de despersonalización (Turner: 1981, citado en Lorenzi-Cioldi: 1988) en que los individuos llegan a considerarse más como ejem-

plares intercambiables de una categoría que como individuos únicos y distintos de otros (Lorenzi-Cioldi:1988,15)<sup>5</sup>

El hecho de trabajar, aunque en muchos aspectos se transforme en una forma de alienación, permite a la persona evadirse de su propia angustia y vivir relativamente sin mayores conflictos aún cuando sus ambiciones y deseos individuales permanezcan adormecidos y esta renuncia se justifique en los beneficios materiales que obtiene y en un cierto sentido de pertenencia.

Paradojalmente, la empresa requiere que los individuos existan como tal, con sus ambiciones y deseos para así lograr la realización de las tareas, pero por otra parte también exige, para que el individuo tenga un futuro, que todas estas aspiraciones no se escapen de aquello que la empresa, dentro de su ideología, estima apropiado. "La orden es entonces: sea autónomo, pero integrado, dinámico y sumiso, adaptable y conforme, combatiente y adherente" (Enriquez en Sainsaulieu 1992:221).

### A MODO DE CONCLUSION

Como dice Jacques Le Mouél en su libro *Critique de L'Efficacité* (1991) "ayer era necesario ser consciente, respetuoso, riguroso y honesto, hoy lo que cuenta, son los resultados".

En nuestra opinión, la apropiación de la jerga empresarial en nuestro país coincide con aspectos de bonanza económica que nos han situado en lugares de reconocido prestigio internacional. La responsabilidad en el manejo de dicha imagen recae, en un porcentaje significativo, en jóvenes ejecutivos que demuestran audacia y osadía. La valoración de la experiencia y la lealtad se oponen al actual ímpetu innovador, el riesgo y

5 Esto hace referencia a los grupos dominados y no a los individuos dominantes.

la carrera al éxito motivada por la rivalidad y el hedonismo.

Existe un supuesto consenso respecto a las vías de desarrollo en nuestro país, pero cabe preguntarse cuán legítimo es este consenso en relación a la participación en dicho acuerdo, de quie-

nes son el verdadero objeto de ese desarrollo. Como también debemos interrogarnos sobre el rol de la economía y el lugar que debe ocupar en las relaciones sociales y la importancia del trabajo en la vida de los individuos.

## BIBLIOGRAFIA

- Bernoux, Philippe: *La Sociologie des Entreprises* Ed. Seuil París 1995.
- Bourdieu, Pierre: *Sociología y Cultura* Editorial Grijalbo Mexico, 1990.
- Cudicio, Catherine: *PNL y Comunicación, la dimensión creativa*, Editorial Gránica-Vergara, Barcelona, 1992.
- Enriquez Eugene: "L'Entreprise Comme Lien Social, un colosse aux pieds d'argile" en Sainsaulieu, Renaud: *L'entreprise une Affaire de Société Presse de la Fondation Nationale des Sciences Politiques* 1992.
- Fowler, Roger: "Power" en T. Van Dijk (ed.) *Handbook of Discourse Analysis* Vol 4. Academic Press Limited, London, 1992.
- Goleman, Daniel: *La Inteligencia Emocional, porqué es más importante que el cociente intelectual* Javier Vergara editor, 1996.
- Kress, Gunter: "Ideological Structures in Discourse" en T. Van Dijk (ed.) *Handbook of Discourse Analysis* Vol 4, Academic Press Limited, London 1985.
- Legge, Karen: "HRM: rhetoric, reality and hidden agendas" en John Storey, editor. *Human Resource Management, a critical text* Routledge, London 1995.
- Le Mouél, Jacques: *Critique de L'Efficacité* Ed, Seuil L'Histoire Immediate París 1991.
- Lorenzi-Cioldi, Favio: *Individus dominants et groupes dominés: images masculines et féminines*. Séries Sociales #3 Presses Universitaires de Grenoble. 1988
- Pearson, Judy C. Turner Lynn H. y W. Toodd-Mancillas: *Comunicación y Género* Editorial Paidós Barcelona 1993.
- Poynton, Cate: *Language and Gender: Making the difference* Oxford University Press 1989.
- Sainsaulieu, Renaud: *L'identité au Travail Presse e la Fondation Nationale des Sciences Politiques*, París 1988.
- Sainsaulieu, Renaud (Director): *L'entreprise une Affaire de Société Presse de la Fondation Nationale de Sciences Politiques*, París 1992.
- Schein, Edgar H.: *Psicología de la Organización* 3a ed. Prentice Hall Hispanoamericana 1993.
- Storey, John (Editor): *Human Resource Management, a critical text* Routledge, London 1995.
- Thompson, Paul y David McHugh: *Work Organizations, a critical introduction* Macmillan, 1990.
- Van Dijk, Teun (editor): *Handbook of Discourse Analysis* Academic Press Limited, London, 1985.