

## ELEMENTOS PARA LA CONSTRUCCION DE LA CULTURA EMPRESARIAL CASTELLANO-LEONESA

Francisco DE LOS COBOS ARTEAGA

Profesor Asociado. Universidad de Castilla-La Mancha. Profesor-Tutor  
Sociología de la Empresa. U.N.E.D. Cuenca.

### 1.- INTRODUCCION

Bajo el concepto de cultura de la empresa o de la organización se han acogido, en los últimos años, múltiples estudios dirigidos, generalmente, a un público no científico que los consume y trata de instrumentalizarlos. Esta decidida voluntad de ofrecer un cuadro de acción puntual, ha impedido, hasta el momento, exponer modelos teóricos completos desde las disciplinas propias del término; sin que, por ello, debamos desatender el necesario aporte intelectual de otras disciplinas humanas para intentar ofrecer, de este modo, una visión interdisciplinar lo más total posible del concepto.

Nuestro trabajo, de orientación teórica, tiene como objetivo la presentación y utilización de un conjunto de proposiciones generales, verificables en cualquier ámbito; aceptadas por la sociología/antropología y derivadas de la observación de grupos pequeños formados para la consecución de un fin determinado. Estos agregados humanos son las unidades sociales básicas, los ladrillos sobre los que se edifica la sociedad. Desde ellos, nos incorporamos a la sociedad y cuando, en nuestra mayoría, participamos de organizaciones más extensas lo hacemos desde ámbitos en los que siguen primando las relaciones cara a cara; ejerciéndose la forzosa administración intergrupala mediante la generación de valencias emocionales que organizan y legitiman la dependencia mutua de actividad e interacción, debiendo ser éstas aceptadas y compartidas por los grupos primarios.

La necesidad del estudio de los grupos pequeños se manifiesta, en su capacidad de sancionar/premiar la conducta que se aparta de sus fines, es decir, en su poder de desviar o determinar los objetivos de la organización en la que se hallan inmersos; y en la satisfacción recíproca, tema casi central de los análisis industriales, que conlleva la aceptación y cumplimiento de la norma para los actores en estos grupos.

### 2.- ARTICULACION ETNOTERRITORIAL

Elementos constitutivos de toda sociedad son una población y un territorio. Mediante el proceso de enculturación, ritos iniciáticos (Clastes,

1981, 84-85), el ser humano se incorpora a la colectividad territorializada; entendido como "una forma de aprendizaje parcialmente consciente y parcialmente inconsciente a través de la cual la generación de edad más incita, induce y obliga a la generación más joven a adoptar los modelos de pensar y comportarse tradicionales" (Harris, 1986, 124); esta incorporación conlleva una domesticación interpuesta por los vínculos de parentesco: tabú del incesto (Freud, Levi-Strauss) y, posteriormente, una diferenciada transmisión cultural en correspondencia a las distintas categorías de sexo y edad; "toda sociedad configura sus escenarios significantes donde acontece la discriminada separación/reunión de sus distintos sujetos en función de su particular clasificación de términos de sexo y edad." (Moya, 1984 B, 29). El valor de la norma en la socialización primaria y su sistema de recompensas sociales, nos es manifestado por Marvin Harris; cada generación es programada no sólo para replicar la conducta de la generación anterior, sino también para premiar la conducta que se conforma a las pautas de su propia experiencia y castigar, o al menos no premiar la conducta que se desvía de éstas. (Harris, 1986, 125). Finalmente Malinowski descubre en los Trobriand<sup>(4)</sup> el elemento que considera fundamento de la estructura social; la reciprocidad de satisfacciones: "el principio de 'toma y daca'" -dar, recibir, devolver-(Mauss), que el cumplimiento de la norma lleva consigo. De este modo, la sociedad se constituye en una sociedad moral (Durkheim) al concebirse que la aceptación y cumplimiento de la norma envuelven una cierta satisfacción recíproca para los actores.<sup>(2)</sup>

Toda sociedad humana construye y percibe su concepción del mundo desde sus escenarios significativos, es este etnocentrismo cultural el que permite repetir y reiterar "simbólicamente el mismo mundo objetivo y figura de humanidad que fue patrimonio originario de sus propios ancestros." (Moya, 1984 B, 27). La visión particular colectiva de la realidad social industrial, se plasma en un etnocentrismo organizacional, matriz de la identidad de la empresa frente al entorno, que se manifiesta a través de:

1.- Los slogans que evidencian "una creencia suprema que llamaremos 'superordinate goal'" (Deal, 1982, 6). El slogan crea el "core values", los valores son el alma de la cultura.

2.- La narración de mitos, leyendas, anécdotas (Schein, 1986, 132). Las historias y anécdotas que se transmiten de generación en generación (memoria colectiva). (Ouchi, 1982, 87).

3.- La identificación consciente/inconsciente, rituales de ratificación (Goffman), del empleado respecto a "su" empresa.

"La organización, a la vez que impone el marco objetivo que determina la acumulación de los resultados individuales como 'objetiva dinámica empresarial', segrega una ideología que legitima el resultado colectivo de la libre participación de todos en un conjunto complejo que se autodefine como 'nuestra empresa', imponiendo así, normativamente, la mutua interdependencia y colaboración de todos sus miembros en un cierto clima de 'comunidad' de 'moral empresarial colectiva', de 'motivación e integración corporativa': la 'Gran Familia'" (Moya, 1975, 20).

### 3.- LENGUAJE

El complejo de caracteres, objetos y actos colectivos significantes que constituyen la expresión externa de una cultura, encuentran su manifestación en las asociaciones que una sociedad enlaza a ese complejo. (Linton, 1970, 390). Esta expresión exterior simbólico-significante se constituye en una entidad suprarreal que actúa en primer lugar como separada de su significado (Lacan, 1981 I, 359). Todo discurso, incluso si no comunica nada al sujeto consciente, representa la existencia de la comunicación (Foucault, Baudrillard, Freud, Levi-Strauss, Goffman...); incluso si niega la evidencia, afirma que la palabra constituye la verdad; incluso si está destinado a engañar, especula sobre la fe del testimonio" (Lacan, 1981 I, 73); al mostrarse como operante determinativo del sujeto y de la misma acción social.

Consideramos que la escritura/lenguaje cumple una doble función:

1.- Legitimación. En este sentido de licitar la realidad social y utilizándolo como instrumento principal, estimamos que sobre el lenguaje se construye el edificio de la legitimación (Berger, 1972, 87). El símbolo quiere decir pacto, contrato social, que se manifiesta en primer lugar como asesinato de la cosa, y esta muerte constituye en el sujeto la eternización de su deseo envuelto bajo la forma de narcisismo. (Lacan, 1981 I, 192, 136, 174). Adquiriendo el lenguaje, de esta forma, bajo su forma legitimadora, la categoría de "instrumento mágico ritual para la consagración canónica de las fórmulas en que se pronuncia y reitera la soberanía." (Moya, 1984 B, 34).

2.- Organización. La cultura nunca hubiera existido sin la posibilidad de transmisión fácil y exacta de ideas que hizo posible el lenguaje. (Linton, 1970, 94). "El lenguaje objetiva las experiencias compartidas y las hace accesibles a todos los que pertenecen a la misma comunidad lingüística, con lo que se convierte en base e instrumento del acopio colectivo de conocimiento." (Berger, 1972, 91). Por tanto, podemos proclamar que el lenguaje se ordena en el "medio universal de organización y administración y organización burocrática de ese poder omnímodo sobre su territorializado espacio social y escenario colectivo." (Moya, 1984 B, 34).

En la vida corporativa el valor del lenguaje ha sido evidenciado por diversos autores; "al objeto de alcanzar el consenso en las metas, el grupo necesita un lenguaje común y presunciones compartidas sobre las operaciones lógicas" (Schein, 1988, 69); "el lenguaje juega un gran papel en los rituales de los negocios de una cultura de trabajo fuerte" (Deal, 1982, 115); una parte de la cultura profesional la constituye el desarrollo de una jerga, un lenguaje técnico y un argot." (Miller, 1969, 299).

La fundación de lo social es obra de aquellos que precedieron a los hombres en un tiempo anterior al nuestro; es la obra de los ancestros y el mito, como relato de la gesta fundadora de la sociedad por los ancestros, lo que constituye el fundamento de la sociedad (Clastes, 1981, 85), al aportar sus máximas, sus normas y sus leyes e iniciar a las nuevas cohortes

en el conjunto del saber transmitido.

Leach afirma, que expresamos la entidades metafísicas, las exteriorizamos mediante:

1.- Contando historias (mitos) en los que las ideas metafísicas son representadas por actividades de seres sobrenaturales, hombres y animales no naturalmente glorificados.

2.- Creando objetos materiales especiales, edificios y espacios que sirven de representación de las ideas metafísicas y su medio mental.

1 y 2 son interdependientes: una es metáfora de la otra (Leach, 1989, 52).

El mito vivido nos es definido como el poder traumatizante de una situación cualquiera no puede resultar de sus características intrínsecas, sino de la capacidad que posee en ciertos acontecimientos que surgen de un contexto psicológico, histórico y social apropiado de inducir una cristalización afectiva que tiene lugar en el molde de una estructura definida." (Levi-Strauss, 1977, 183). El mito pertenece al orden del lenguaje, del cual forma parte integrante: con todo, "el lenguaje, tal como se lo utiliza en el mito, manifiesta propiedades específicas. Estas propiedades solo pueden ser buscadas por encima del nivel habitual de la expresión lingüística" (Levi-Strauss, 1977, 190). Pero, Elias nos advierte que la mitología ligada a la tradición lingüística nos lleva a pensar que siempre ha de haber "alguien" que tenga poder. (Elias, 1982, 110)

Según Miller, en ninguna parte existe mayor mitología que en la mentalidad de la dirección, en el apartado de las relaciones humanas (Miller, 1969, 306). Las empresas poseen mitos acerca de sí y de otras organizaciones con las que se relacionan, estos mitos tienen la función de preservar los valores del grupo, mantener la moral, explicar el sistema social y, por último, otros son creados por los líderes para conseguir los fines corporativos.

Los rituales y ceremonias son de gran importancia en la empresa, "porque revelan mejor que otros rasgos culturales los sentimientos e ideas básicas del grupo." (Miller, 1969, 302). La incorporación del trabajador a la compañía mediante un rito iniciático, que hace pasar al postulante de un estado de ignorancia a uno de conocimiento, tiene por objeto, conducirlo a la revelación de una verdad a la comunicación de un saber. (Clastes, 1981, 84). Entendemos que el ritual es "un acto formal, convencionalizado, mediante el cual un individuo refleja su respeto y su consideración por algún objeto de valor último a ese objeto de valor último o representante." (Goffman, 1979, 78). La ceremonia es determinada por el mismo autor como un expresivo rejuvenecimiento y reafirmación de los valores morales de la comunidad. (Goffman, 1981, 47).

Hemos recopilado los siguientes rituales, como los más representativos de los que pueden acontecer en la empresa. ( )

1.- Ritos de iniciación. Comprueban los recursos del individuo, su actitud respecto al grupo y su deseo de participar en los sentimientos del mismo.

2.- Ritos de paso. Manifiestan la identificación y lealtad del grupo, facilitan el proceso de separación, destacan la finalidad de la ruptura social o simplemente indican que se olvidan y perdonan todas las enemistades del pasado.

3.- Ritos de paso comunitarios. Mantienen y manifiestan los sentimientos de solidaridad en el grupo y también simbolizan los valores comunes.

4.- Ritos de intensificación. Demuestran la unidad esencial del grupo.

5.- Ritual de "ringi" (Japón). "Proceso colectivo de toma de decisiones, en el cual un documento pasa de directivo en directivo a fin de obtener su sello oficial de aprobación:" (Ouchi, 1982, 54).

Por último nos referiremos a los espacios y edificios (totémicos) que sirven de representación de la identidad corporativa. Estos "lugares sagrados" son el "puente mediador con la divinidad que está en otro mundo. El control sobre el puente mediador lo ejercen 'hombres santos' (sacerdotes, chamanes, profetas)." (Leach, 1989, 100).

La red cultural (cultural network) articula las distintas unidades operativas mediante la transmisión de informaciones y la posterior interpretación de las mismas por los asalariados. En este proceso participan actores, personal de la empresa, adoptando roles que pueden ser caracterizados como: storytellers (contadores de historias), priets (sacerdotes), whisperers (murmuradores), gossips (chismosos), secretarial sources (fuentes de secretaria), spies (espías) y cabals (conspiradores). (Deal, 1982, 87-98).

Mediante el historial de la empresa podemos observar si ésta se ha mantenido fiel a su imagen corporativa. La permanencia o los cambios de imágenes, de valores, manifiestan mejor que cualquier otro elemento la evolución de la firma y como ha afrontado sus problemas exógenos y/o endógenos. Los relatos épico-paradigmáticos (historia de vida de directivos, trabajadores destajistas, etc...), nos permiten descubrir por su número y por el apasionamiento con el que son relatados, las culturas fuertes. Estos relatos refuerzan la memoria colectiva del grupo y son el necesario apoyo interior de la imagen de la compañía.

#### 4.- EL GRUPO HUMANO EN LA EMPRESA

Los hombres al estar inmersos en una sociedad no pueden ser aislados para contemplar su comportamiento, como pretendía el scientific management. Los individuos son unidades de participación (Goffman, 1979, 37-45) y cooperan en grupos humanos. "Entenderemos como grupo, cierta cantidad de personas que se comunican a menudo entre sí, durante un cierto tiempo, y que son lo suficientemente pocas para que cada una de ellas pueda comunicarse con todas las demás, no de forma indirecta, a través de otras personas, sino cara a cara." (Homans, 1971, 29). Las modernas corporaciones están integradas por grupos más pequeños donde el miembro de la organización está articulado de una manera inmediata, coopera con otros miembros y está en contacto social permanente. El modelo empresarial japonés ha conseguido

desarrollar una estructura donde los trabajadores participan en diferentes grupos al mismo tiempo, Ouchi la define como clan "asociación íntima de individuos que se relacionan entre sí a través de una diversidad de lazos." (Ouchi, 1982, 98). Por último, introduciremos la variable temporalidad; "todo grupo duradero, incluyendo a los profesionales e industriales tiende a desarrollar un esquema peculiar de comportamiento." (Miller, 1969, 298).

Podemos afirmar, que los requisitos previos para poder generar un cuerpo común de creencias en un agregado humano son la necesidad de vincularse a un territorio durante un período de tiempo suficiente e interactuarse.

Todo grupo es determinado inicialmente por una serie de "factores dados"; Homans, señala los siguientes:<sup>(4)</sup>

- 1.- Ambiente (físico, técnico y social).
- 2.- Tamaño del grupo y composición (edad y sexo).
- 3.- Historia que determina las normas transmitidas de una generación a otra.

La conducta del grupo está constituida por una serie de elementos "actividad, interacción y sentimiento" (Homans, 1971, 70). Estos elementos y sus interrelaciones forman el sistema externo; "la conducta que permite al grupo sobrevivir en su ambiente" (Homans, 1971, 135) y, el cual, determina el sistema interno, "la conducta del grupo que constituye una expresión de los sentimientos recíprocos desarrollados por sus miembros en el curso de su vida en común." (Homans, 1971, 135-6).

Nos centraremos en las relaciones que establece Homans de los elementos de la conducta:

1.- Dependencia mutua de interacción y sentimiento. En los grupos pequeños se satisfacen las necesidades de contacto humano y convivencia (Mayntz, 1982, 168). "Cuanto mayor sea la frecuencia con que las personas interactúan una con otras, más fuertes podrán ser sus mutuos sentimientos amistosos," (Homans, 1971, 158).<sup>(5)</sup>

2.- Dependencia mutua de sentimiento y actividad. Un sentimiento (motivo), es decir, un interés propio individual u originado por el grupo (conciencia colectiva), si es satisfactoriamente completado de acuerdo a unas normas, el motivo desaparece y, por el contrario, en caso que la actividad no termine con la obtención del objetivo propuesto, se engendra una frustración.<sup>(6)</sup>

Una constante en la literatura managerial (Mayo, Mc Gregor, Maslow, Crozier, Herzberg, Mc Clelland...) es la preocupación por la productividad, asociada a la satisfacción de motivos individuales por el trabajador. Esta clásica identificación, ha sido puesta en entredicho por recientes estudios,<sup>(7)</sup> que afirman que el acrecentamiento de la productividad se produce de manera indirecta, al disminuir el turnover y el absentismo.

3.- Dependencia mutua de actividad e interacción. Esta dependencia es el principio de la organización, entendida como interacción escalar o estilos de dirección (Lewin, Likert, Tannenbaum, Fiedler, Vroom & Yetton, House...). La organización (división del trabajo) no puede progresar como no aumente

la variabilidad individual, y ésta no puede progresar sin el retroceso de la conciencia común (Durkheim, 1982, 333). Esta retirada de la conciencia colectiva desliga al individuo del ambiente y lo sustrae de la acción de los antepasados y disminuye así la autoridad de la tradición." (Durkheim, 1982, 342).

Retomando el esquema weberiano clásico, la organización plantea la lucha en el seno de la empresa de dos opuestos tipos ideales.<sup>(8)</sup>

---

<u>Momento fundacional</u>	<u>Momento actual</u>
Racionalidad respecto a valores.	Racionalidad respecto a fines.
Criterios particularistas.	Criterios universalistas
Dominación carismática.	Dominación racional.
Héroes.	Burócratas.
Diletantes.	Expertos.

---

Los estudios que versan sobre la "cultura de la empresa", apelan que la firma rescate los valores fundacionales carismáticos para legitimar el momento "actual" que no corresponde al tipo ideal racional,<sup>(9)</sup> viciado por la influencia de la "power elite" que interviene en el staff de la organización,<sup>(10)</sup> que posiblemente precise un pasado visible, un mito visible acerca de sus orígenes que les tranquilice acerca de sus fines.  
(11)

## 5.- IDENTIDAD COLECTIVA

La búsqueda de las señas de identidad de una comunidad es una de las primeras tareas encomendadas a los investigadores sociales. La diferenciación del "nosotros", que se afirma frente al "ellos", contiene una doble dimensión; por una parte la articulación etnocéntrica se presenta como un factor de desarrollo, al hacer partícipes a todos los miembros territorializados en un proyecto común, pero, a su vez, representa un cierto enfrentamiento por los concurrentes símbolos exógenos sobre los que se construye la inclusión/exclusión en una sociedad progresivamente más urbanizada, industrializada y burocratizada. Estos procesos uniformizadores representan la pérdida de valor funcional de la lengua y, asimismo, el quebranto de la cultura tradicional, rural y folklórica; pero desde el punto de vista significativo sus valores se sobrevalorizan y pueden adquirir transcendencia de símbolo y posteriormente de identidad colectiva.

Todo pueblo se remonta en su historia buscando el "acto fundacional" de

su territorializada población. Esta conmemoración genealógica se presenta en el orden administrativo en una doble faz: victoria/derrota; posibilidad de ejercer el monopolio de la violencia (Weber) o imposibilidad o pérdida del mismo.

Las relaciones cara a cara o indirectas a través de símbolos comunes generan valencias emocionales que vinculan específicamente a las personas, estas valencias individuales hacen posible la consciencia ampliada de "yo" y "nosotros"; identidad colectiva (Durkheim, Mead, Erikson, Berger y Luckmann, Bordieu, Paz...). Esta consciencia constituye un vínculo de unión aparentemente imprescindible para el mantenimiento de la cohesión de los pequeños y grandes grupos (Elias, 1982, 166).

En el mundo empresarial la construcción de la identidad colectiva se ve sometida a una serie de peligros:

1.- Turnover. Representa la incapacidad de mantener un grupo humano estable. En 1913, Ford para un efectivo de 15.000 obreros, se vio obligado a contratar 53.000. Los operarios faltos de motivadores intrínsecos al trabajo, debido a la política de la empresa: no antigüedad, dirección autoritaria y monotonía en la tarea, abandonaban masivamente la producción (Coriat, 1982). Ford abordó el problema mediante una política de "open shop", instaurando el sistema de "five dollars day", factor higiénico según la teoría bifactorial de la satisfacción.<sup>(12)</sup>

2.- Cantidad de poder. El mundo empresarial plantea, a sus integrantes, una disonancia entre el entorno democrático y la jerarquía interior, generalmente, estructurada de forma muy sólida.<sup>(13)</sup> Los estudios de Tannenbaum establecen que existe una correlación entre cantidad de poder percibida y producción y satisfacción.<sup>(14)</sup>

3.- Racionalidad respecto a valores versus racionalidad respecto a fines. El conflicto planteado entre la racionalidad respecto a valores "determinada por la creencia consciente en el valor -ético, estético, religioso o de cualquier otra forma como se le interprete- propio y absoluto de una determinada conducta, sin relación alguna con el resultado, o sea puramente en méritos de ese valor" (Weber, 1983, 20), creada en el momento fundacional carismático y la rutinización del impulso inicial, que genera la racionalidad respecto a fines "determinada por expectativas en el comportamiento tanto de objetos del mundo exterior como de otros hombres, y utilizando esas expectativas como 'condiciones' o 'medios' para el logro de fines racionalmente sopesados y perseguidos" (Weber, 1983, 20), que apela formalmente a los valores iniciales para legitimar sus acciones.

4.- Difusión/transculturación (acculturation). La difusión consistiría en la irrupción en una sociedad de un sistema de valores extraños, que pretende de manera consciente o inconsciente la supresión de las diferencias entre culturas (etnocidio), reduciendo lo múltiple en lo uno al juzgar las diferencias como inferiores o perniciosas (Clastes, 1981, 60). Una firma puede incorporar un conjunto de elementos no autóctonos culturalmente con capacidad de producir disfunciones en su actividad; Gouldner<sup>(15)</sup> recoge en "Patterns of industrial bureaucracy", el encuentro de la cultura patrimonial de la "General Gypsum Corporation" con un administrador burocrático-monocrático.



## 6.- CULTURA DE LA EMPRESA

Desde que Tylor, a mediados del siglo pasado, formulara una primera definición, el término cultura ha sido objeto de innumerables estudios y como otros conceptos fundamentales de la antropología/sociología, sigue debatiéndose en la actualidad, sin haberse alcanzado un consenso categórico sobre el mismo.

El término cultura de la empresa se ha desarrollado recientemente y parece, en muchos de los casos, omitir la vasta literatura sociológica y antropológica anterior. Desde este trabajo proponemos una relectura de los clásicos de ambas disciplinas, iniciadores de las vías de debate actual; sin descuidar, por ello, las recientes aportaciones de otros órdenes y los trabajos de sociólogos y antropólogos contemporáneos.

Parsons, señala tres características de cultura, que nosotros desarrollaremos en nuestro acercamiento a la definición del término:<sup>(16)</sup>

- 1.- Es transmitida. Es originaria de la herencia o tradición social.
- 2.- Es aprendida. No es una manifestación genética.
- 3.- Es compartida. Es un producto de los sistemas de interacción social humana y un determinante de esos sistemas.

Otros autores, han coincidido en recoger el concepto de forma parecida:

"Una cultura es la configuración de la conducta aprendida y de los resultados de la conducta, cuyos elementos comparten y transmiten los miembros de una sociedad." (Linton, 1982, 45)

"Un conjunto trabado de maneras de pensar, de sentir y de obrar más o menos formalizadas, que, aprendidas y compartidas por una pluralidad de personas, sirven, de un modo objetivo y simbólico a la vez, para constituir a esas personas en una colectividad particular y distinta." (Rocher, 1983, 111-2)

"La cultura denota un esquema históricamente transmitido de significaciones representadas en símbolos, un sistema de concepciones heredadas y expresadas en formas simbólicas por medios con los cuales los hombres comunican, perpetúan y desarrollan su conocimiento y sus actitudes frente a la vida." (Geertz, 1988, 88)

Estas tres características parsonianas del concepto, están interrelacionadas y retroalimentan el sistema.

Nuestra definición de cultura de la empresa intentará integrar las características de la misma y las funciones que desarrolla. Entenderemos que la cultura organizacional ejerce las siguientes funciones:

- 1.- Facilita la integración de los nuevos trabajadores.

- 2.- Reduce la incertidumbre en el proceso de toma de decisiones.
- 3.- Posibilita una unidad de acción organizacional.
- 4.- Transmite una fuerte y única imagen corporativa.

Una vez enumeradas las características y funciones de la cultura de la empresa, definiremos ésta como: el aprendizaje de un cuerpo de valores, compartidos por los elementos de la conducta y sus interrelaciones, en un grupo humano territorializado y duradero, que transmite su identidad etnocéntrica a otros grupos corporativos.

## 7.- REFLEXIONES ACERCA DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL AUTOCTONA DE CASTILLA Y LEON

En los últimos años los apasionantes análisis de Chandler<sup>(17)</sup> y sus proposiciones acerca del nacimiento de la empresa moderna en los Estados Unidos, han constituido el principal foco de referencia organizacional. Su estudio histórico de empresas tipo, aplicando la clásica tipología de Bendix (fundadores, herederos, directores), utilizada, también, en los primeros estudios sobre el empresariado español (Linz y De Miguel, 1964 y 1966)<sup>(18)</sup>, se presenta en la actualidad como necesario e inevitable proceso evolutivo de racionalización burocrática. Estos análisis, válidos en el caso norteamericano, no explican las "peculiaridades" de países como Japón, Alemania, Italia y España. Esta tipología del proceso de burocratización, deviene ininteligible separada de todo desarrollo histórico (Moya, 1975 y 1984 A), que en el caso español se presenta como restauración de la aristocracia, entendida como élite política, militar y económica (power elite, Mills).

La historia económica española, fracaso de la revolución industrial (Vicens Vives y Nadal), concedió, en el análisis del caso español, una importancia desorbitada a sectores productivos emergentes en las ondas largas de los países centrales, arrinconando al sector más significativo en el desarrollo español del XIX; el alimentario. Recientes estudios (Prados, Sánchez Albornoz, Anes, Sudrià, Carrera, Nadal<sup>(19)</sup>) han evidenciado que el proceso de modernización industrial se cimentó en el sector primario y en segmentos del secundario no analizados anteriormente y no en los sectores propios de las revoluciones industriales en los que el fracaso fue axiomático.

La fabricación textil castellano y leonesa de gran esplendor artesanal (Béjar, Segovia, etc...), retrocede ante la pérdida colonial y la tardanza en incorporar telares mecánicos. La favorable normativa arancelaria que disfrutó el centro productor catalán, agudizó aún más la crisis, al impedir la libre competencia, limitando a la manufactura textil castellano y leonesa a un ámbito estrictamente local y regional de reducida demanda.

Los sucesivos intentos de crear una potente industria metalúrgica fallaron; Villafranca del Bierzo, Sabero (primer horno al coque instalado en España por la Sociedad Palentina de Minas), el proyecto del

Crédito Mobiliario Español (controlado por los franceses Pereire, pero vinculado a los intereses de la aristocracia cerealista) de crear en el norte de Palencia un gran complejo minero metalúrgico aprovechando la cuenca de Barruelo-Orbó y el intento vasco de construir en 1918 la empresa Minero-Siderúrgica de Ponferrada. Valladolid por su estratégica posición ferroviaria, será el lugar elegido para los talleres de la Compañía de Ferrocarriles del Norte (1861), hecho fundamental y mítico de la diversificación de la economía regional y propiciador de la aparición de firmas auxiliares o autónomas como; Talleres Miguel de Prado (1875), Elesio Gatón (1892) o Fundiciones Gabilondo (1904). Valladolid, asimismo va a ser el principal centro harinero durante el siglo XIX y la provincia donde se gestará el innovador sector azucarero (Sociedad Industrial Castellana, 1899).

Este desarrollo focalizado no va a impedir que, actualmente, las principales empresas industriales domiciliadas en Castilla y León, todas ellas pertenecientes al sector alimentario, se caractericen por su marcado localismo y "particularismo familiar". Excepción hecha de la cooperativa ACOR, que recoge el innovador/diversificador sector remolachero pucelano, las empresas aparecen vinculadas a un proceso histórico en el que interviene la decimonónica hiperprotegida aristocracia latifundista cerealista, atraída por el modo de vida provinciano y, principalmente, por el centro político madrileño. Esta intervención, que llega casi a nuestros días, descapitalizó monetaria y humanamente la región. Desde este marco, los necesarios e inacabados procesos de modernización industrial y burocratización fueron afrontados por la Banca y el Estado (vía prusiana). Estos procesos, forzados desde Madrid y País Vasco, convirtieron a Castilla y León en principal exportadora de materias primas, imposibilitando su desarrollo autóctono (vía democrática).

La aristocracia harinera trasladada a la ciudad, funda en 1857 el Banco de Valladolid, vinculado a los intereses de los hombres de negocios del Crédito Mobiliario Español. Su actividad se despliega en dos frentes; conseguir protección arancelaria para el grano y en el proyecto de construcción del ferrocarril Madrid-Bilbao a través de las provincias de Valladolid, Palencia y Burgos. Cubiertos los objetivos, los capitales se evaden a otras plazas más especulativas donde no faltan posibilidades de poder político (Madrid).

Es este proceso de formación histórica de la aristocracia financiera durante la Restauración, es el que determina, en gran parte, la actual configuración empresarial autóctona castellano y leonesa, caracterizada por el poder familiar, entendiéndose que "la familia, no la persona física, es la verdadera unidad de la clase y de la teoría de las clases (Schumpeter, 1965, 150), pero, debemos advertir que, éstos herederos fueron desprovistos del creativo impulso fundacional, no así de sus criterios particularistas. "Parece preciso asumir que el salto hacia una sociedad industrial, altamente burocratizada, implica, frente a toda pretensión política, la crisis de una cierta estructura familiar tradicional; pero ése es el coste social del salto desde el viejo particularismo a la nueva racionalidad burocrática." (Moya, 1975, 246)

En contraposición a la política centralista de los Polos de Desarrollo Industrial (realmente, Polos de descongestión), parece evidente que la racionalidad política del sistema (su capacidad redistributiva, disver-

sificadora, y descentralizadora) y la integración europea; deben conducir a Castilla y León a un nuevo marco económico construido por voluntad propia a través de instituciones como SOCICAL; polígonos de uso industrial ofertados por SEPES, GESTUR, Ayuntamientos, Cajas de Ahorros e iniciativa privada; la creación de la Gran Área de Expansión Industrial, la Concentración de las Cajas de Ahorros y la actividad empresarial privada de la ciudadanos de la comunidad.

## BIBLIOGRAFIA

ARONSON, E., El animal social. Alianza, Madrid, 1987, pp. 302.

BAUDRILLARD, J., Cultura y simulacro. Kairós, Barcelona, 1987, pp.193

BERGER, P. y LUCKMANN, TH., La construcción social de la realidad. Amorrortu, Buenos Aires, 1972, pp. 233.

CLASTES, P., Investigaciones en antropología política. GEDISA, Barcelona, 1981, pp. 255.

CORIAT, B., El taller y el cronómetro. Siglo XXI, Madrid, 1982, pp.204.

CHANDLER, A., La mano visible. La revolución en la dirección de la empresa norteamericana. Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Madrid, 1987, pp. 719.

DEAL, T. y KENNEDY, A., Corporate cultures. The rites and rituals of corporate life. Addison-Wesley Publishing Company, New York, 1982, pp. 232.

DURKHEIM, E., La división del trabajo social. Akal, Madrid, 1982, pp. 491.

ELIAS, N., Sociología fundamental. GEDISA, Barcelona, 1982, pp. 216.

EMERY, F. & TRORSRUD, E., Democracy at work. Martinus Nijhoff Social Sciencies Division, 1976, pp.179.

GARCIA FERNANDEZ, J., Desarrollo y atonía en Castilla. Ariel, Barcelona, 1981. pp. 262.

GEEERT, C., La interpretación de las culturas. GEDISA, Barcelona, 1988, pp.387.

GOFFMAN, E., Relaciones en público. Microestudios de orden público. Alianza, Madrid, 1979, pp. 379.

GOFFMAN, E., La presentación de la persona en vida cotidiana. Amorrortu, Buenos Aires, 1981, pp. 273.

HARRIS, M., Introducción a la antropología general. Alianza, Madrid, 1986, pp. 599.

HERZBERG, T., Work and the nature of man. Crosby Lockwood, London, 1974,

pp. 141.

HOMANS, G., El grupo humano, EUDEBA, Buenos Aires, 1971, pp. 497.

HOMANS, G., Procesos sociales fundamentales. En SMELSER, N., Sociología. pp. 59-120, Euramérica, Madrid, 1974, pp. 892.

LACAN, J., Escritos I, Siglo XXI, Madrid, 1981, pp. 509.

LEACH, E., Cultura y comunicación. Siglo XXI, Madrid, 1989, pp. 142.

LEVI-STRAUSS, C., Antropología estructural. EUDEBA, Buenos Aires, 1977, pp. 371.

LINTON, R., Estudio del hombre. F.C.E., México, 1970, pp. 486.

LINTON, R., Cultura y personalidad. F.C.E., Madrid, 1982, pp. 155.

LOPEZ TRIGAL, L., Geografía humana de Castilla y León. Oikos-Tau, Barcelona, 1987, pp. 109.

LUCAS MARIN, A., Motivación y satisfacción en el trabajo. En GARMENDIA, J. (comp), Sociología industrial y de la empresa. pp. 391-419, Aguilar, Madrid, 1988, pp. 512.

MALINOWSKI, B., Los argonautas del Pacífico occidental: un estudio sobre comercio y aventura entre los indígenas de los archipiélagos de Nueva Guinea. Península, Barcelona, 1986, pp. 505.

MANERO, F., CABELLO, M., GARCIA ZARZA, E., Industria y recursos minero-energéticos. Geografía de Castilla y León nº 5. Ambito, Valladolid, 1988, pp. 174.

MAYNTZ, R., Sociología de la organización. Alianza, Madrid, 1982, pp. 188.

MILLER, D. y FORM, W., Sociología industrial. Rialp S.A., Madrid, 1969, pp. 941

MOYA, C., Teoría sociológica. Una introducción crítica. Taurus, Madrid, 1971, pp. 318.

MOYA, C., Burocracia y sociedad industrial. EDICUSA, Madrid, 1972, pp. 280.

MOYA, C., El poder económico en España (1939-1970). Un análisis sociológico. Tucur, Madrid, 1975. pp. 262.

MOYA, C., Señas de Leviatán. Alianza, Madrid, 1984 a, pp. 356.

MOYA, C., Identidad colectiva: un programa de investigación social. En REIS nº 25, Madrid, 1984 b, pp.7-35.

OUCHI, W., Teoría Z. Cómo pueden las empresas hacer frente al desafío Japonés. Fondo Educativo Interamericano, México, 1982, pp.

PARSONS, T., El sistema social. Alianza, Madrid, 1984, pp. 528.

PERROW, CH., Complex organizations. A critical essay. Random House, New York, 1978, pp. 270.

ROCHER, G., Introducción a la sociología general. Herder, Barcelona, 1983, pp. 710.

SCHEIN, T., La cultura empresarial y el liderazgo. Plaza y Janes, Barcelona, 1988, pp. 328.

SCUMPETER, J., Imperialismo. Clases sociales. Tecnos, Madrid, 1965, pp. 331.

TANNEMBAUN, A., Hierarchy in organizations. Jossey-Bass, San Francisco, 1977, pp. 248.

WEBER, M., Economía y sociedad. F.C.E., México, 1983, pp. 1237.

## NOTAS

1.- B. MALINOWSKI, Los argonautas del Pacífico occidental, Península, Barcelona, 1966.

2.- La cuestión de la reciprocidad social es tratada con mayor exactitud en: C. MOYA, Teoría sociológica. Una introducción crítica, Taurus, Madrid, 1971. pp. 171-195.

3.- Sobre los rituales en la empresa, véase Delbert C. MILLER y William H. FORM, Sociología industrial, Rialp S.A., Madrid, 1969.

4.- George C. HOMANS, El grupo humano, EUDEBA, Buenos Aires, 1971, p. 461.

5.- Este tema se desarrolla ampliamente en Elliot ARONSON, El animal social, Alianza Editorial, Madrid, 1987. pp. 220-251

6.- George C. HOMANS, Procesos sociales fundamentales: en SMELSER, N., Sociología, Euramérica, Madrid, 1970. pp. 59-120.

7.- A. LUCAS MARIN, Motivación y satisfacción en el trabajo. En J.A. GARMENDIA, (comp), Sociología industrial y de la empresa, Aguilar, Madrid, 1988, pp. 391-419.

8.- Una exposición más coherente y precisa se encuentra en C. MOYA, Burocracia y sociedad industrial, Cuadernos para el Dialogo, Madrid, 1972.

9.- Max WEBER, Economía y sociedad, F.C.E., México, 1983. pp. 173-180.

10.- Ch. PERROW, Complex organizations. A critical essay. Random House, New York, 1978.

- 11.- J. BAUDRILLARD, Cultura y simulacro, Kairós, Barcelona, 1987. p. 25.
- 12.- Enunciada por Herzberg distingue entre factores motivadores o de satisfacción y factores higiénicos determinantes de la insatisfacción. La exposición más concreta de sus tesis se encuentra en: T. HERZBERG, Work and the nature of man, Crosby Lockwood, Londres, 1974.
- 13.- Sobre la experiencia de democracia industrial en Noruega, véase: Fred EMERY & Einar TRORSRUD, Democracy at work, Martinus Nijhoff Social Sciences Division, 1976.
- 14.- Arnold S. TANNENBAUM, Hierarchy in organizations, San Francisco, Jossey-Bass, 1977.
- 15.- Citado en Ch. PERROW, op. cit.
- 16.- T. PARSONS, El sistema social, Alianza, Madrid, 1964. p. 25.
- 17.- Alfred CHANDLER, La mano visible. La revolución en la dirección de la empresa norteamericana, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Madrid, 1987.
- 18.- A. DE MIGUEL y J.J. LINZ, Características estructurales de la empresas españolas: tecnificación y burocracia, en "Racionalización", Revista del Instituto Nacional de Trabajo nº 1 al 4, Madrid, 1964.
- J.J. LINZ y A. DE MIGUEL, Los empresarios ante el poder público, I.E.P., Madrid, 1966.
- 19.- Jordi Nadal rectificó las tesis de "El fracaso de la revolución industrial en España"; "Porque yo mismo he contribuido a ese sesgo no me recato en denunciar que una reconstrucción histórica basada casi exclusivamente en el algodón y la siderurgia de una imagen no sólo parcial, sino también deformada de la realidad." NADAL, J., "La industria fabril española en 1900. Una aproximación". p. 23. En NADAL, J, CARRERAS, A y SUDRIA, C. (comp), La economía española en el siglo XX. Una perspectiva histórica. Ariel, Barcelona, 1987.