El desarrollo diferente de la Europa latina

POR **ANNE-MARIE LAULAN**

La modernidad juega habitualmente como concepto unívoco y universal. Pero trabajos y experiencias recientes apuntan su estallido en múltiples modernizaciones, ligadas a las diferentes identidades culturales.

La conclusión tiene una considerable trascendencia sobre el desarrollo de la Europa mediterránea.

1. EL CONCEPTO DE MODERNIDAD

Tradicionalmente, el problema de la modernidad se ha presentado de forma binaria: moderno contra arcaico, retrógrado, retrasado, en el registro psicológico; moderno, dinámico, prometedor en oposición a conservador, subdesarrollado, sin futuro, cuando se trata de planificación económica, industrial, política. ¿Quién teme a la modernidad?

Sin duda, ninguno de los responsables que nos gobiernan. De ahí la idea, muy generalizada desde el Siglo de las Luces, de un modelo a la vez único y universal de pensar la modernidad, válido para todos los pueblos, cualesquiera que sean los puntos de partida culturales. La modernidad y la racionalidad industrial se encarnaron hace mucho tiempo en los rasgos del capitalismo occidental y más recientemente en el Extremo Occidente que representan las plazas financieras de Tokio o Singapur.

Desde esa perspectiva, los países en desarrollo, para ser admitidos en el seno de las sociedades modernas, han de poner en práctica las reglas económicas, de gestión, contables y jurídicas de Occidente. Las transformaciones de Europa del Este reflejan a las claras ese ineluctable alineamiento,sin presiones exteriores ni invasiones militares.

La actualidad geopolítica reciente revela con claridad la amalgama paradójica de los países del Golfo: el llamamiento a la Guerra Santa contra Occidente va acompañado por los cálculos estratégicos sobre el monopolio de la producción petrolífera en el seno de los países árabes súbitamente reunificados.
La sociedad moderna transforma y asimila igualmente las actividades culturales, también ellas

Fundación Telefónica
Telefónica

industrializadas: japoneses y estadounidenses rivalizan entre sí por producir y vender a escala mundial dibujos animados y programas de televisión, pero también satélites y magnetoscopios.

En el ámbito de la información televisada, Rumania e Irak muestran un dominio de la puesta en escena a la occidental perfectamente asimilada.

El sociólogo holandés Van Nieuwenhuijze, sin embargo, está en desacuerdo con quienes plantean una oposición entre identidad cultural específica y desarrollo, oposición muy generalizada en el mundo occidental, que ha optado por sacrificar la primera. Oposición practicada también en los países del Tercer Mundo, pero en sentido inverso: ansiosos por denunciar el imperialismo cultural e industrial de Occidente, y por preservar la necesidad imperiosa de realización endógena, muy a menudo adoptan medidas que apuntan en dirección contraria al objetivo perseguido.

Estas paradojas, contradicciones y confusiones se basan, a nuestro entender, en un modelo simplista por su carácter binario; reductor, por su carácter más económico que social; estático, por impedir una evaluación de la importancia respectiva de los procesos de cambio. «Las incertidumbres y necesidades a largo plazo son ocultadas por las preocupaciones a corto plazo», escribe Van Nieuwenhuijze.

En el sentido de los análisis de A. Touraine, M. Maffesoli o L. Sfez, por nuestra parte, nos gustaría insistir en el carácter histórico, evolutivo, fluctuante por su propia fluidez, de los movimientos sociales; preconizar estudios comparativos y longitudinales; recordar la importancia de los efectos boomerang que analizamos como otras tantas manifestaciones de resistencia (A.M. Laulan, Cinéma, presse, public, 1977; La resistance aux systèmes d'information,1985, Ed. Retz-Nathan), de las que más adelante ofreceremos algunos ejemplos.

La insuficiencia del modelo universal (de origen generalmente occidental) ha dado lugar a una controversia teórica entre un sociólogo del MIT y A. Touraine, con ocasión de un simposio organizado en París por la empresa japonesa Honda.
Ithiel de Sola Pool, convencido de la transformación de las relaciones sociales inducidas por la irrupción de las nuevas tecnologías, llegó incluso a proclamar la obsolescencia de las tesis de Max Weber. Las principales oposiciones constitutivas de la organización social, según Weber, son: ciudad/campo, nación/regiones, cuello blanco/cuello azul, burocracia.

Ithiel de Sola Pool, basándose en las redes hertzianas, las conexiones telefónicas e informáticas, las inhibiciones o incluso el spill over [efectos externos], predice el fin de la Historia, con ciudades en el campo, la desaparición de los agricultores, el teletrabajo y la telecompra, la constitución de una aldea planetaria con fábricas sin obreros, en un mundo más justo donde serán abolidas (o allanadas) las distancias físicas y las barerras sociales, dado que el teléfono y la electrónica permiten circuitos cortos.

A. Touraine (a partir de 1977) demuestra sin esfuerzo que «los conflictos sociales son desplazados sin haber sido, no obstante, superados». A la visión proféticamente democrática y tecnicista opone las megalópolis, la sociedad a dos velocidades, la desertización de una parte de los países europeos en provecho de ejes de ciudades tecnológicas [tecnópolis], el

Fundación Telefónica
Telefónica

renacimiento de lo local, el retorno a las raíces culturales. A todo ello puede añadirse hoy el auge del nacionalismo y el empuje de los integrismos.

Durante el coloquio Modernidad e identidad, organizado por la UNESCO en 1987 (publicado con ese mismo título en la Revue Internationale des Sciences Sociales, nº 118, noviembre de 1988, Ed. UNESCO – Erès, París), Alain Touraine recuerda que países no modernos (como Japón) pueden ser modernizadores; que en lugar de oponer modelos dominantes e importantes a los desarrollos lentos y endógenos, sería preferible «afirmar que todos los procesos de desarrollo logrado combinan factores internos y factores externos, factores económicos y factores socioculturales».

Nosotros mismos, al estudiar las presiones económicas en el ámbito de la cultura y, más recientemente, la incidencia de las tecnologías informáticas en el universo de las empresas, seguimos considerando que las identidades culturales no están a punto de desaparecer. Para tratar de reducir las disparidades económicas, sin duda conviene acentuar las diferenciaciones culturales, restaurar el sentido de la Historia.

2. IDENTIDADES CULTURALES Y MODERNIZACION EN EL AREA MEDITERRANEA

Presentamos aquí los primeros resultados de una investigación realizada por el Institut de Recherches sur la Société Contemporaine [Instituto de Investigaciones sobre la Sociedad Contemporánea], del CNRS, cuya hipótesis central es la siguiente:

Todos los países de Europa occidental aspiran a la modernidad, particularmente en los medios profesionales de la empresa industrial y de la alta tecnología. Pero el proceso de modernización no funciona de la misma manera en la Europa meridional, llamada latina, y en la Europa nórdica y protestante.

El lanzamiento de las tecnologías y las formas de gestión modernas, así como las campañas publicitarias de los nuevos productos, se realiza desde la sede central de la empresa, que además, cada vez con mayor frecuencia, suele ser una multinacional. Cabría esperar que las fábricas filiales se comportasen como simples ejecutores de las directivas de la casa matriz. No es así, como veremos al referirmos a Casos concretos.

En el plano de la reflexión crítica, esto obliga a renovar ciertos paradigmas de la sociología de la organización y, sin duda, también, de la metodología empleada en la sociología de la información. Así, por ejemplo, la exploración del concepto de área mediterránea supone una aportación innovadora a los grandes campos de la sociología, gracias a una actividad comparativa actualmente indispensable.

3. LA ELECCIÓN DEL TERRENO

La Comunidad Económica Europea se constituyó de forma progresiva, a partir del núcleo central de los países del Benelux y de la antigua República Federal de Alemania. Son conocidas las reticencias de Gran Bretaña a incorporarse a ella; sabido es, asimismo, que

Fundación Telefónica
Telefónica

España forma parte de la CEE sólo desde hace poco tiempo. El trabajo de Victor Scardigli (L'Europe des modes de vie, ediciones del CNRS) recoge un mapa de Europa occidental en el que, por ese motivo (y también, en consecuencia, por falta de datos consultables) no figura España.

Los trabajos de prospectiva tecnológica relacionados con la voluntad de modernización describen a cual mejor un eje noroeste-sureste (Gran Bretaña-Holanda-antigua RFA-norte de Italia) en torno al cual se constituyen grandes aglomeraciones urbanas, se tejen las redes financieras y se extienden los cables, al tiempo que suben las curvas de productividad. El sur de Francia, una gran parte de Italia, la mayor parte de España (excepto Cataluña) quedan fuera del campo de referencia de dichos trabajos.

En suma, se diría que la Europa (de los Doce) reproduce a pequeña escala las desigualdades de la geopolítica planetaria, y que el Sur mediterráneo es catalogado apresuradamente como zona de buen vivir y de cultura, pero también de arcaísmo rebelde a las mutaciones de la sociedad posmoderna.

Si nos esforzamos por analizar las premisas de esas tipologías, vemos que todo lo que refleja un aspecto social y cultural escapa al ámbito de la sociología económica y sólo es definido, en sentido negativo, como no económico (estudios de Van Nieuwenhuijze, Holanda).

La economía, basada en gran parte en la producción de las empresas, presta atención especial a productos, servicios y cotizaciones de los mercados bursátiles. El análisis económico pone en evidencia estructuras, lógicas con un fondo de racionalidad (de burocracia, diría Weber).

En lugares y campos muy diferentes, pero ligados a la modernidad y a la productividad, se observa una especie de ceguera metodológica: no buscar la explicación de las disfunciones organizativas de las multinacionales más que en el estricto nivel organizativo o en el ámbito único de la competencia técnica. «Todo sucede como si la problemática comparativa no formara parte de las preocupaciones de quienes trabajan en el lanzamiento y en el funcionamiento de [nuevos] programas» (P. Moeglin).

No obstante, los trabajos de Ph. d'Iribarne (La logique de l'honneur, Ed. du Seuil), junto a muchos otros, destacan el desplazamiento del hecho técnico,de la norma organizativa, en favor del hecho social, las culturas empresariales, porque la modernización industrial se enfrenta con un entorno social, con sus componentes regionales, étnicos, sus tradiciones en lo relativo a las relaciones sociales, que muy a menudo son contradictorias.

Así se explica la elección del terreno: el área mediterránea como figura alegórica de la dependencia económica, de un cierto subdesarrollo, ¿debe, para llegar a ser más moderna y más competitiva, renegar, relegar sus rasgos de identidad cultural, sus modos tradicionales de intercambio de informaciones, sus redes informales de legitimación a través de la socialización? La cultura técnica, con sus robots, sus cables, sus redes numéricas y sus teclados de ordenador, reviste, para muchos decididores y gestores, el aspecto de un concepto universal, transnacional, mundialista.

Fundación Telefónica
Telefónica

Además de la ideología imperialista que sutilmente subyace a esta pretensión de universalidad, los fracasos, los retrasos, los despilfarros y los conflictos no tardan en (re)aparecer. Otras tantas razones para que el investigador adopte un criterio resueltamente comparativo y trate de incluir los rasgos culturales y los componentes de identidad como elementos determinantes y explicativos del proceso de modernización.

4. LOS CASOS CONCRETOS

A menudo se suele hablar, en el mundo empresarial, de los modernos modelos procedentes de Japón, de Estados Unidos, de Suecia. Pero, de hecho, no existe un modelo europeo (ni siquiera limitado a Europa Occidental). Esta ausencia de un modelo único y válido para toda Europa se puso claramente de manifiesto en el coloquio titulado Convergencias y divergencias culturales en Europa, organizado por la firma Young & Rubicam en noviembre de 1989. Una de sus sesiones abordaba el tema: La Europa mediterránea: ¿otra sociedad posmoderna?.

En los países en los que se combina una distancia jerárquica grande con un mentalidad menos extremadamente individualista (países de habla alemana y escandinava), el mando se basa en las fuerzas del grupo y , para ser eficaz, debe utilizar la participación del conjunto de los miembros del grupo

Por nuestra parte, distinguiremos claramente entre tres modelos bien diferentes: el anglosajón, adoptado también por holandeses y alemanes; el escandinavo, fuertemente vinculado a contextos históricos y geográficos; y finalmente un modelo latino, basado en la premisa de un individualismo generalizado, con distancias jerárquicas, sutilmente dosificadas, que permiten a cada uno cumplir su propia trayectoria de legitimación socializada.

La obra de Hoffstaede sobre Las diferencias culturales en la gestión empresarial (C. Bellanger & Hoffstaede: 1987, Le Seuil) parte de la importancia de una vía comunitaria (importante en Asia y en Estados Unidos) y de los estilos de mando en el seno de la empresa. La figura adjunta muestra claramente un bloque, en el cuadrante inferior derecho, en el que figuran Italia, Francia, España, Bélgica -países latinos-, mientras que los restantes países europeos occidentales aparecen asociados en otro cuadrante que se corresponde con bastante precisión, a los países donde se ha desarrollado el capitalismo industrial.

Nuestro trabajo, para empezar, postula la pluralidad de modelos (de modernización) y por consiguiente la pluralidad de racionalidades. En un reciente debate entre historiadores,

Fundación Telefónica
Telefónica

sociólogos y economistas se insistió en el hecho de que los modelos o conceptos son en realidad construcciones sociales. «Se toma por dinero contante y sonante lo que es ya el producto de una lucha, de la consagración de una lucha, del vencedor de esas luchas», escribe G. Noiriel (revista Sociétés Contamporaines, nº 1, 1990, p. 56).

El debate, todavía vivo pero ya antiguo, se refiere a la cuestión de la temporalidad; de hecho, como ya dijera Gurvitch, después de Halbwachs, se trata de la coexistencia de temporalidades diferentes, en absoluto homogéneas.
Las primeras observaciones que presentamos aquí se inscriben claramente en el deseo de poner en evidencia conductas que obedecen a lógicas no económicas, a riesgos de conflictos ligados a choques de temporalidades, a veces incluso a su pura y simple negación.

1) El caso de una empresa del Gran Sur de alta tecnología. Esta empresa de distribución comercial, creada en Marsella, se ha instalado progresivamente en Montpellier, en Toulouse y posteriormente en Burdeos.

Entre una estrategia de desarrollo nacional (hacia la capital), es decir, multinacional, y una estrategia de desarrollo regional, se ha mantenido la segunda, con los siguientes argumentos: no el Sur de Francia, sino el Sur de Europa, una antigüedad de implantación de casi un siglo, la vinculación a una cultura regional apreciada por su calidad de vida, convivencia, creatividad y dinamismo. Esto ha supuesto una mutación, tal vez incluso una ruptura, en la medida en que, de su posición de sucursal afiliada a una central de París, ha pasado a constituirse en grupo regional independiente, cotizado en Bolsa. En este caso, la opción de la modernidad se apoya en la historia, en una cultura preexistente compartida, fuente -es de esperar- de una mejor productividad.
2) El segundo caso es el de la fábrica Renault (de automóviles), con distintas delegaciones en Francia, pero también en otros países, especialmente en España.

La opción estratégica es la inversa del caso precedente: «¿Cómo hacer llegar a todos ésos centros los mensajes elaborados en la sede central?». Hay trabajadores de todas las edades, practicamente de todos los oficios, de distintas raíces culturales. El contexto de los distintos centros es muy variable. Cada uno tiene su historia, sus tradiciones «obreras de padres a hijos», o por el contrario, de hijos de campesinos o de mineros que fueron víctimas de la coyuntura económica y se vieron abocados a fabricar coches. Otra dificultad añadida, el entorno económico de las filiales en Italia,Alemania, Argentina, España… El personal, desde Roma, Barcelona o Colonia, tiene una percepción muy diferente, en cada caso, de lo que ocurre en Francia y de las dificultades por las que pueda pasar Renault.

La firma Renault ocupa plaza pública en los medios franceses de comunicación, por supuesto, pero también en la prensa económica europea. Aquí, como en el caso anterior, la dirección de la empresa renuncia a transmitir informaciones homogéneas e indiferenciadas; tiene en cuenta las expectativas, las inquietudes, el clima de cada centro.

Delegación, descentralización, responsabilidades e iniciativas locales, son cuestiones encomendadas al responsable de la filial.
Sabemos, por otra parte, que las campañas publicitarias de los R5 o de los R25, salidas de los

Fundación Telefónica
Telefónica

mismos moldes, no utilizan los mismos argumentos en Francia y en España.

3) El tercer caso podría titularse el choque de culturas. En la región de Niza: en plena Costa Azul, estereotipo de las vacaciones ideales, los poderes parisienses implantan la 'Tecnópolis' de Sofia-Antipolis. El choque cultural es permanente entre los organizadores (generalmente ingenieros formados en prestigiosas Escuelas) y los subalternos, naturales de Niza o de Córcega. Una de las fuentes de conflicto es la relación con el tiempo (con la puntualidad). Más seria es la diferencia de genio. El genio del Sur, descrito por los interesados, es la capacidad de ejercer y llevar a buen término varias acciones a la vez.

Los extranjeros llegados del Norte tendrían un modo de acción secuencial, de ahí el calificativo peyorativo que atribuyen a los mediterráneos: liantes y desordenados. Añadamos a estos choques culturales la afición de los hombres y mujeres indígenas por la improvisación, puesta de relieve en la observación de la economía de Prato, en Italia. Los responsables de las empresas multinacionales no tienen gran aprecio por esta improvisación, que -en su opinión- genera desorden, sin tener en cuenta los recursos de creatividad que de ella se desprenden.

Más grave aún, en estos países mediterráneos, las relaciones estatutarias tienen relativamente poca importancia en comparación con los vínculos existentes entre las personas y en comparación con el valor de la palabra dada. El olvido de esos vínculos y valores es fuente de incidentes. Un contrato escrito puede ser renegociado (o precisado) por teléfono, pero uno de los interlocutores dará mayor importancia al compromiso verbal que al texto escrito.
Como quiera que sea, los cuadros ingleses, alemanes, estadounidenses o franceses de París que trabajan en Sofia-Antipolis descubren otras lógicas y otras formas de organización. Se resisten a aceptar estos valores culturales, en aras de mantener la eficacia de la relación entre organizadores y subalternos.
La relación con la historia y con la temporalidad provoca un choque cultural adicional: para las empresas llegadas de otros países para instalarse en Sofia-Antipolis, el año cero es 1980. Pero los poderes públicos locales conocen y viven la historia casi milenaria de la región de Niza. La promoción de la región se basa -poco más o menos- en la idea de sex, sun, sea and golf; las empresas de alta tecnología desearían ofrecer una imagen totalmente distinta de la alta especialización, de la alta tecnología.

El desacuerdo, existente desde el primer día, no ha sido resuelto. Una vez más, en nombre de la modernidad universal, los ingenieros querrían borrar [renegar de] la identidad y de la historia de los actores locales que trabajan en el mismo emplazamiento. Exclusión mental, ciertamente, pero convertida en experiencia dramática.

Concluyamos, a propósito de la temporalidad, con la observación de un investigador francés que realiza una encuesta en pleno verano, en el sur de Italia, entre los parados; todos ellos declararon estar «de vacaciones». La interpretación de este psicosociólogo es la siguiente: desperdiciar el tiempo de vacaciones en buscar un empleo, sería para el parado una forma suplementaria de degradación. Resultado paradójico desde el punto de vista de la racionalidad económica, pero la construcción social del parado no coincide con ella.

Otro investigador francés (J.C. Combessie, Au Sud de Despeñaperros, Ed. Maison des

Fundación Telefónica
Telefónica

Sciences de l'Homme), ha estudiado a fondo una huelga salvaje en una zona productora de algodón, en Andalucía. Muestra que la oferta y la demanda son productos cautivos de las relaciones sociales. Denuncia (páginas 245 y siguientes) la incapacidad de los cuadros de la teoría económica para comprender en su diversidad la acciones de grupos de trabajadores empeñados en obtener y defender su legitimidad profesional. La teoría económica del libre cambio y de la competencia en la búsqueda de empleo no funciona, pues en este caso, en esa región española, son las redes sociales familiares y locales, las solidaridades de clase, las que movilizan las posibles vías de contratación laboral. Las cadenas migratorias de los desplazamientos o emplazamientos profesionales asombran a los historiadores, pero son componentes indisociables de la muy moderna ampliación de los mercados.
A partir de los casos presentados, creemos poder afirmar que las redes de solidaridad y de información, el reparto de tiempos y lugares, determinan los comportamientos de los agentes sociales, y que su importancia es muy superior a su visibilidad social.

CONCLUSIÓN

Los estudios de los casos presentados están relacionados con el Sur de Europa, donde se aprecian fuertes disparidades económicas respecto del Norte. Pero los trabajos de Alain Gras y de Victor Scardigli sobre las tecnologías de la aeronáutica (Brasil, Francia, Suecia) muestran a su vez lo peligroso que sería normalizar la cultura técnica, con el riesgo de engendrar discordias, conflictos, violencia. Al concepto universal de modernidad conviene oponer el de modernizaciones, de modo que se tengan en cuenta la evolución y las identidades específicas. El caso de Chile, inventor y exportador de programas informáticos concebidos para países del Sur (América Latina, Africa) es muy ilustrativo a ese respecto. La modernización integra los valores de la modernidad en una larga tradición cultural.

Traducción: Antonio Fernández Lera

Fundación Telefónica
Telefónica