

# ACTITUDES EMPRESARIALES Y ACTITUDES DE LOS EMPRESARIOS

En este trabajo, **Antonio Marzal** caracteriza la empresa a partir de las percepciones, valoraciones, actitudes y conductas de los varios actores sociales de la misma. Se ofrece un modelo analítico capaz de dar cuenta de la percepción de la empresa (y «lo empresarial»), en el período que se denomina de «transición» (1976-79), tanto del conjunto de actores sociales cuanto, más específicamente, de los empresarios en sentido estricto.

El autor recurre a las técnicas de análisis de contenido, tomando como referencia el discurso, sobre la economía y la empresa de los principales actores en 1976-79. Discurso no tomado por indagación directa, sino tal y como aparece mediado a través de otro específico autor social, el de los «formadores de opinión» (colaboradores en prensa, en sentido amplio).

Tomando pie en los resultados obtenidos a través de la muestra de colaboraciones en prensa examinada, el autor prolonga y cualifica la imagen de la empresa obtenida en aquel período, postulando que la evolución de esa imagen en el período subsiguiente se produce a favor de la dimensión técnico-racional de la empresa y en detrimento de la lectura política que había predominado al comienzo. También cree detectar una mejor y más realista percepción de sus intereses por parte de los empresarios, así como un cambio altamente positivo en la imagen de éstos que tienen los restantes actores, aunque quizá los propios empresarios no sean, paradójicamente, conscientes de ello.

## INTRODUCCION

**A** los fines de este análisis, se entenderá por empresa un sistema político de gestión de la racionalidad técnico-económica (1). Dicho en términos menos exactos, pero más expresivos, entiendo por empresa el espacio de encuentro, el lugar donde se cruzan la racionalidad y la política, o, más específicamente, la racionalidad técnico-económica

y la racionalidad política (entendida ésta última como función de límite infinito, como razonabilidad en términos prácticos).

Ello quiere decir que, más que la actividad económica orientada teleológicamente a la consecución del excedente económico, nota ésta a la que atienden las interpretaciones convencionales acerca de la empresa, lo que cuenta para el análisis aquí pro-

puesto es la *inter-actividad* humana, que se define y configura por un determinado equilibrio de los diferentes intereses y poderes (subjetivos) de los varios actores sociales que en la actividad económica de la empresa conviven o se enfrentan. Intereses y poderes que terminan expresándose y formalizándose en actitudes y conductas (o pautas de conducta) sociales, que son las que en definitiva configuran formal, y sobre todo informalmente, el ser social de la empresa.

La empresa podría, pues, entenderse como sistema resultante de un conjunto articulado, estructurado y equilibrado, en un período dado, de las aludidas actitudes y conductas (o pautas de conducta) de los diferentes grupos o actores sociales insertos en ella. Dos precisiones básicas interesa dejar anotadas aquí. La primera es que las tales actitudes y conductas son, por un lado, mediaciones de modos primarios de percepción y valoración de los estímulos de la actividad económica de la empresa. La segunda es que esas actitudes y conductas son, por otro lado, relativas y, en consecuencia, su comprensión exige ponerlas en relación unas respecto a otras, esto es, las de unos grupos respecto a las de otros.

También a los fines del análisis, esas actitudes (y conductas) objeto de indagación aquí podrían ser meramente empresariales, o específicamente de los empresarios, como sugiero en el título mismo de este artículo.

Entiendo por actitudes empresariales las actitudes del conjunto de los actores sociales que configuran el perfil social de la empresa como sistema, que nos dan lo que podríamos llamar el perfil medio de la empresa, para

un determinado espacio y tiempo dados. Y por actitudes de los empresarios, las actitudes específicas de ese grupo concreto de agentes sociales, para ese mismo tiempo y espacio dados, el perfil empresarial en el sentido específico del término (en cuanto actitudes y conductas de los empresarios como grupo social concreto) y en relación con el perfil social medio de la empresa, previamente definido por el «juego» del conjunto de los actores sociales.

Pretendo aquí analizar ambas actitudes, las empresariales y las de los empresarios, en cuatro apartados, que comienzan con el perfil social de la empresa, para concluir en el perfil específico de los empresarios.

Ese perfil social de la empresa viene dado, en primer lugar, como un perfil temático. Es decir, en función del conjunto de las percepciones de los diferentes agentes sociales, la empresa, en un espacio y en un tiempo dados, es más unos temas que otros, más unos problemas que otros (apartado I).

En segundo lugar, ese perfil viene también dado como un espacio interactivo, donde los diferentes agentes sociales tienen un determinado peso relativo, los unos por referencia a los otros (apartado II).

En tercer lugar, ese espacio interactivo de los agentes sociales, en cuanto espacio meramente intersubjetivo, se configura no sólo en el juego de unos actores sociales con respecto a los otros, sino también en relación al perfil temático medio previamente analizado, que se hace así perfil diferenciado con respecto a cada grupo de agentes sociales, en función de su particular modo de per-

cibir y valorar los temas y problemas que configuran el perfil medio de la empresa (apartado III).

Finalmente, y en el conjunto de las actitudes empresariales obtenidas a partir de esos tres tipos de análisis, es posible destacar las actitudes de los empresarios, en relación tanto a las actitudes de los otros agentes como al perfil temático de la empresa conseguido por el conjunto de las actitudes de los actores en su conjunto.

Para este tipo de análisis, utilizo los resultados de un estudio sobre la empresa que dirigí hace unos años en ESADE (Estudio ESADE 81) y que quería conseguir el perfil evolutivo de la empresa española en los años de la transición (el período abarcado es el comprendido entre comienzos de 1976 y el último trimestre de 1979) (2).

El estudio —básicamente de análisis de contenido— toma como objeto el «discurso económico-empresarial» de los diferentes agentes sociales en ese espacio y tiempo dados. Como fuente del discurso, se tomó en ese estudio el discurso escrito aparecido en una serie de periódicos y revistas de información económico-empresarial, ocho concretamente, con una selección semialeatoria de 185 artículos (distribuidos a lo largo de los últimos trimestres de cada uno de los años escogidos) y un total de 7.144 referencias temáticas (3).

Las referencias temáticas a que acabo de aludir tienen que ver con el método del estudio citado. De acuerdo con la metodología genérica del análisis de contenido, «lo que se dice» es descompuesto en microunidades lingüísticas de significación (referencias temáticas), para descontextuali-

zarlo de su contexto directo y retórico. Luego, el tratamiento formal de ese discurso así «despiezado» permite recontextualizar «lo dicho» en su contexto inferido y, en ese sentido, menos retórico o más verdadero. Los dos elementos básicos para ese tratamiento de lógica formal son las frecuencias de lo dicho (las frecuencias de las referencias temáticas), y los agentes sociales que lo dicen (quiénes lo dicen y a quiénes o ante quiénes lo dicen). Quizás convenga aclarar que la percepción tenida por los diversos agentes sociales —y, en particular, por los empresarios— acerca de la empresa y presentada aquí, ha sido obtenida no por indagación directa (vía encuesta, por ejemplo) sino referencialmente en sentido fuerte, esto es, a partir del «dato» de cómo el discurso empresarial propio de los actores de la empresa aparece reflejado por otro peculiar actor social, a saber, los «formadores de opinión» (periodistas, en sentido amplio). Por tanto, es razonable esperar algún grado de distorsión de la imagen de los actores objeto formal del estudio. Pero ello no arruina el interés de este tipo de análisis (convalidado desde hace bastantes años por la crítica epistemológica y metodológica, además de por la práctica investigadora de sociólogos y antropólogos), sino que exige su complementación para un tiempo y lugar dados con modelos basados en otras metodologías, a fin sobre todo de evaluar el grado de compatibilidad entre los datos e imágenes acerca del objeto formal de la investigación obtenidos a partir de enfoques teórico-metodológicos diversos.

Me remito al estudio citado para el análisis pormenorizado de la metodología. Para lo que aquí pretendo, me basta lo indicado. Si aca-

CUADRO N.º 1

**I – AREAS EMPRESARIALES**

**A. Area técnico-funcional (La empresa como actividad económica)**

GT1 *INVERSIONES Y FINANCIACION*  
Las condiciones generales de un clima positivo para la inversión. La a-tonía dominante del momento y las posibilidades técnicas de superarlo (inversión extranjera, inversión estatal, Bolsa, presión e incentivación fiscal, etc.).

GT2 *AHORRO Y CREDITO*  
Formas positivas de capitalización y peligros de descapitalización (capitalización popular, control del gasto público, apoyo al crédito para el sector privado, control estatal del crédito, líneas disfuncionales de crédito, etc.)

GT3 *COSTES Y PRODUCTIVIDAD*  
El crecimiento de los costes en el contexto de un clima económico cambiante e incierto (aumento de los costes de la energía y debilidad de la peseta). La baja productividad como problema y las formas de superarla en un cuadro renovado de modernización de las empresas y de una política de saneamiento económico.

**B. Area política (La empresa como sistema político de gestión)**

GT4 *LA PRESION DE LOS INTERESES PRIVADOS EN TORNO A LA PROPIEDAD*  
La identificación del poder del interés privado como amenaza (concentraciones, monopolios...) y como autoridad (grado de aceptabilidad para la eficacia). Los modos posibles de controlar a aquél y de conseguir ésta.

GT5 *LA PRESION DE LA PROPIEDAD PUBLICA*  
La identificación del poder de la propiedad pública y su conveniencia, su necesidad, los límites de su funcionalidad (nacionalizaciones, inversión estatal, sector público, etc.)

GT6 *LA PRESION SOCIAL DE LA EMPRESA*  
La identificación informal y sin nombre de la dimensión social necesaria en el sistema de la empresa (la responsabilidad y la función social de la empresa, la imagen social de la empresa, los aspectos sociales del salario y el empleo, etc.)

GT7 *LA PARTICIPACION Y LA DEMOCRATIZACION DE LA EMPRESA*  
La articulación racional de los diferentes poderes en la empresa, formales e informales. Su objetivo (paz social, democratización y racionalización) y sus técnicas (negociación, institucionalización).

**C. Area político-funcional (La empresa como actividad-interacción-humana)**

GT8 *LA ACCION SINDICAL EN LA EMPRESA (NEGOCIACION Y CONFLICTO)*  
La interacción de los poderes sindicales (empresariales y obreros) como sujetos distintos que se definen los unos por relación a los otros. Su expresión negociada como interrelación. Su expresión conflictiva como tal interrelación.

GT9 *LA POLITICA DE EMPLEO EN LA EMPRESA*  
La regulación del mercado de trabajo desde sus condicionamientos (correlaciones salario-paro, incentivación legal del empleo, política negociada del empleo, etc.). Las posibles políticas estructurales de la plantilla: flexibilidad-rigidez, reestructuración económica y tecnológica, etc.). El actual cuadro problemático del empleo o el paro, desde el dato informalmente asumido de la responsabilidad social de la empresa.

GT10 *LA POLITICA SALARIAL DE LA EMPRESA*  
El salario como resultante de un equilibrio entre el crecimiento como ideal y como presión sindical y las relaciones funcionales del salario con otras magnitudes económicas como condicionantes (paro, inflación, etc.); las po-

líticas de control salarial (topes) de tipo estatal o negociado y la operativa concreta de la negociación como política y como técnica.

**GT11 LA POLITICA DE FORMACION Y PROMOCION DEL PERSONAL EN LA EMPRESA**

La promoción como carrera y como expectativa, y la formación como respuesta técnica a ello y como instrumento de eficacia y de adaptación de las empresas (reconversión).

**II – AREAS DEL ENTORNO DE LA EMPRESA**

**D. Entorno económico coyuntural**

**GT12 ENTORNO ECONOMICO INTERNACIONAL COMO ENTORNO DIFICIL Y AMENAZANTE**

Los problemas de la economía internacional en cuanto reto a la economía española (baja competitividad de los productos españoles, balanza de pagos desequilibrada, inestabilidad monetaria desestabilizadora del comercio exterior, expectativas y amenazas de la entrada en la CEE, etc.).

**GT13 CRISIS ECONOMICA INTERIOR GENERALIZADA**

Desajustes graves del sistema productivo-financiero y de éste en relación con el sistema social. Patología empresarial. Paro y subempleo. Falta de confianza generalizada en la eficacia económica del sistema político-administrativo del Gobierno.

**GT14 CRISIS ENERGETICA Y DE MATERIAS PRIMAS**

Escasez y alto coste de la energía. Dependencia exterior agudizada. Necesidad de ahorro energético y de energías sustitutivas no fáciles. Búsqueda difícil de nuevas fuentes de energía y de materias primas.

**GT15 INFLACION**

La inflación como problema: sus síntomas, sus efectos y sus técnicas de solución.

**E. Entorno político-institucional**

**GT16 SISTEMA IMPOSITIVO**

Reforma y modernización fiscal, racionalización política y técnica de la presión fiscal, y política presupuestaria.

**GT17 CUADRO LEGAL LABORAL**

Nueva legislación laboral, nuevo perfil social de las fuentes del derecho del trabajo y primacía recobrada de las normas de origen social.

**GT18 ESTRUCTURAS GLOBALES Y SU REFORMA**

Modernización de las estructuras básicas (su racionalización en contra de las resistencias heredadas) y búsqueda de una salida estructural de tipo estable.

**F. Política macroeconómica**

**GT19 POLITICA MONETARIA**

Mecanismos de actuación sobre la moneda y sus efectos internos e internacionales.

**GT20 PLANIFICACION**

La acción planificadora del Estado en sus diversas modalidades (presupuesto, planificación del empleo, control de salarios, empresa pública, etc.)

**GT21 INTERVENCIONISMO**

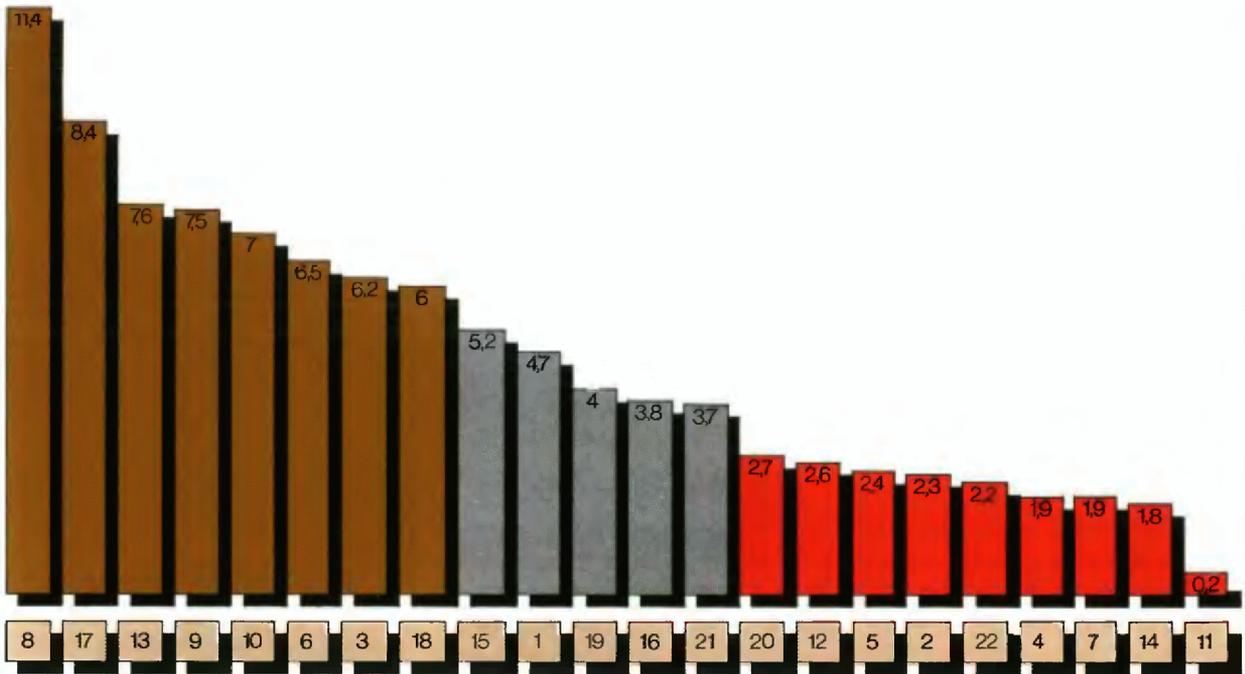
Filosofía y acción dirigistas en sus formas varias (las nacionalizaciones como realidad o como proyecto, las participaciones estatales, las inversiones estatales, el impacto del INI, el apoyo a las carencias sociales del tipo paro o del tipo «empresas enfermas», etc.).

**GT22 ECONOMIA DE MERCADO**

Filosofía y práctica de la economía de mercado en sus diferentes aspectos (garantías del modelo de mercado, repercusiones de una u otra postura en las actitudes empresariales, el riesgo empresarial, la eficacia económica, etc.)

Fuente: Estudio ESADE 81, págs. 51-53.

GRAFICO 1



- |   |  |
|---|--|
| 1. Inversión y Financiación.                                      | 12. Entorno económico internacional como difícil y amenazante. |
| 2. Ahorro y Crédito.  | 13. Crisis económica interior generalizada.                    |
| 3. Costes y productividad.  | 14. Crisis energética y de materias primas.                    |
| 4. Presión intereses privados en torno a la propiedad.            | 15. Inflación.   |
| 5. Presión propiedad pública.                                     | 16. Sistema Impositivo.  |
| 6. Presión social en la empresa.                                  | 17. Cuadro legal laboral.                                      |
| 7. Participación y democratización de la empresa.                 | 18. Estructuras globales y su reforma.                         |
| 8. Acción sindical en la empresa (conflicto y negociación).       | 19. Política monetaria.  |
| 9. Política de empleo en la empresa.                              | 20. Planificación.   |
| 10. Política salarial en la empresa.                              | 21. Intervencionismo.  |
| 11. Política de formación y promoción del personal en la empresa. | 22. Economía de mercado.                                       |

so, sólo habría que añadir que los agentes activos o pasivos del discurso empresarial (que fueron seleccionados *a priori* y que no hubo que corregir en el análisis *a posteriori*) son los del cuadro C (4).

Finalmente, es evidente que los resultados del estudio citado son más reducidos en el tiempo que lo que sugiere el título de este artículo y el momento en que aparece. Ello me obliga a aceptar que lo subrayado en mi análisis de aho-

ra sólo corresponde a un determinado tiempo, parado en más de uno de los elementos destacados. Sin el apoyo de nuevos estudios empíricos (que yo conozca), no me queda otra posibilidad que la de «alargar» el análisis propuesto por el camino de una serie de observaciones reflexivas que pretenden, más que completar, en sentido estricto, la evolución (o la ruptura) respecto al cuadro aquí dado, apuntar líneas y zonas que han de ser objeto de investigación ulterior (apartado V).

## I. EL PERFIL TEMÁTICO DE LA EMPRESA COMO PERFIL SOCIAL

Tal como indiqué más arriba, lo primero que habría que destacar para el análisis propuesto, es el perfil en el que temáticamente se configura la empresa. Perfil que vendría dado por las percepciones de los agentes sociales implicados en aquella.

De acuerdo con el método empleado, esto se consigue median-

te una organización *a posteriori* (en función de las frecuencias) de las microunidades lingüísticas de significación (las referencias temáticas) en grupos temáticos más amplios (GT) de cierto relieve (obtenido gracias a la «nucleación» de las frecuencias) y con un contenido semántico diferenciado y concreto (gracias a la «atracción» de las frecuencias). El cuadro n.º 1 nos dá ese primer resultado.

Ahora bien esa agrupación del cuadro n.º 1, más que un resultado es un estadio previo para la obtención de un resultado significativo. La agrupación temática del cuadro apenas si es más que una reagrupación analítica (pensada, *a priori*, por expertos) en áreas y capítulos (los números romanos y las letras). Lo único que tiene de empírico sería el que esos ventidós grupos temáticos (GT) se han nucleado y perfilado en función de las frecuencias de las referencias temáticas de origen. Lo que constituye un paso previo para poder rehacer esa agrupación en función de los pesos relativos de cada GT en la percepción del conjunto de los agentes sociales. Con ello, sí obtenemos ya una cierta orografía, una especie de cartografía con cotas concretas de la empresa (con depresiones que corresponden en el método a silencios, y alturas máximas que corresponden en el método a máximas frecuencias relativas).

Esta reordenación cartográfica de los datos (de las percepciones de la empresa) —que ya es un resultado estrictamente empírico— es la que se nos da en el gráfico 1.

Leyendo directamente en el histograma del gráfico, el conjunto de GT conseguido podría útilmente dividirse en subconjuntos

(que he diferenciado, en el gráfico, por colores), para tratar de ver el sentido dominante de la orografía o la cartografía obtenida. El color marrón acota una serie de grupos temáticos, que suponen casi dos tercios del peso total (el 60,6 %) y que podrían razonablemente agruparse utilizando como clave de agrupación la dimensión política o sociopolítica de la empresa (5).

El color gris de cinco GT (el 21,4 % del peso total) acota la dimensión que podríamos llamar técnico-económica de la empresa. Y, finalmente, el resto (que marco en rojo y que está compuesto de nueve GT, con el 18 % del peso total) podría interpretarse, también cualitativamente, como un grupo residual, donde se darían cita las percepciones más ideológicas de la empresa (entendido lo ideológico como el debate encubridor de los problemas) y las no-percepciones, los silencios más expresivos de la no-percepción de ciertos problemas (y de los que seguramente el GT núm. 11 es el más significativo).

Ahora bien —y tenga el valor que tenga esa técnica descriptiva o señalativa—, de una primera e inmediata lectura del gráfico destaca ya el carácter extraordinariamente elemental (para una sociedad desarrollada como la española) de la percepción que se tiene de la empresa. Escasa o nula percepción de factores importantes como el de la formación profesional (el ya citado GT núm. 11), que, como grupo temático semánticamente definido en el cuadro n.º 1, incluye, junto al aspecto individual de carrera profesional, la dimensión colectiva de la formación, como reciclaje necesario para cualquier política de reestructuración industrial o económica. Y escasa —en todo ca-

so muy pasiva— percepción de factores como la crisis económica internacional o la crisis energética. Algo que sugiere, por lógica, la conclusión de una percepción que metafóricamente podríamos adjetivar como *infantil* de los problemas, como *problemas de los otros*, o, más aún, como *problemas cuya solución sólo puede venir de los otros*.

Una lectura más atenta, compleja y cruzada podría sugerirnos otras interpretaciones más abiertas, quizás más discutibles, pero también más útiles para una mejor comprensión de esa cartografía dada de la empresa. Dos me atrevería a apuntar ahora como pistas de reflexión para un análisis abierto.

Primera pista de reflexión más analítica: El peso de la zona de «lo político» en la empresa es un peso demasiado absorbente. A su lado, el peso de los aspectos técnicos de la empresa es desproporcionadamente insuficiente. Insuficiencia que se revela aún más grave al incluirse en los elementos técnicos el lado estructural del problema.

Segunda pista de reflexión, de tipo sintético: La orografía obtenida en la agrupación conseguida con sus pesos relativos es expresiva —parece— de un país más preocupado de *ideas* y de *proyectos*, que de *cosas* y de *instrumentación real* de aquéllas. Explicable sin duda desde el sentido «del tiempo de una transición», puede, con todo, ser preocupante como modelo de transición, sobre todo si se revelara como tendencia fuerte, más allá y más acá de la transición misma. Lo que no es una hipótesis de trabajo irrazonable.

Finalmente, el análisis dinámico de estos mismos datos (su evolu-

CUADRO N.º 2

$$\text{Indice de Actividad} = \frac{I(i) + R(i)}{TI + TR} \times 100$$

Empresarios	28,9
Gobierno	19,5
CC.OO.	14,5
Expertos	13,9
Inclasificados	10,5
PSOE	5,8
UGT	2,7
UCD	2,3
Derecha	1,2
PC	0,7

Fuente: Estudio ESADE 81, pág. 102. (Período 1976-79)

Para:

I: Iniciativas  
R: Respuestas  
TI: Total de iniciativas  
TR: Total de respuestas  
i = 0,9: índice de los agentes

ción por años) confirma la estabilidad de esta cartografía media, ahora estática en todos los sentidos de la palabra (gráfico 2).

Como es directamente legible de esta serie de histogramas, apenas si hay movimiento alguno. La percepción media de la empresa es una percepción fuerte. Y para los escasos desplazamientos (el del GT núm. 15, por ejemplo) es posible encontrar una explicación lógica muy coyuntural, si se recuerda la historia de aquellos años. En su conjunto, la *Gestalt* representativa de la empresa es más bien constante. Los desplazamientos, donde se darán realmente es en el posicionamiento de los agentes sobre esta cartografía temática más bien estable (como se verá en el apartado III).

## II. EL PERFIL INTERSUBJETIVO DE LA EMPRESA COMO PERFIL SOCIAL

Junto al lado temático del problema (el que es percibido de la

empresa) es también significativo el lado inter-subjetivo de ella (el quiénes perciben o se perciben como actores de ella), para una mejor definición del perfil social de la empresa.

Con los datos del estudio que me sirve de base, es posible expresar este perfil en una serie de índices sociométricos, que se dan en los cuadros núms. 2, 3, 4 y gráfico 3, tomados del mismo estudio.

El cuadro n.º 2 nos da un índice de actividad que, mide el peso relativo de cada agente en la interacción que define al sistema de la empresa. Los índices de iniciativa y respuesta miden ese mismo peso, pero referidos a la acción entendida como estímulo o iniciativa, o, entendida como reacción y respuesta (6).

Y finalmente, los índices de visibilidad, sociabilidad y aislamiento miden, el primero, el grado relativo de la visibilidad o importancia objetiva de determinados agen-

tes en la interacción del sistema, importancia que los hace más visibles que otros, incluso si hablan menos; el segundo, el grado de apertura de cada agente a los demás, y, el tercero nos mide (invertido para mayor facilidad de lectura del gráfico 3) el grado de aislamiento de cada agente, en la interacción del conjunto del sistema creado por esos agentes. El gráfico 3 (como ya se ha dicho) simplemente visualiza estos tres índices numéricos del cuadro n.º 4.

De la simple lectura de los cuadros y gráficos propuestos se pueden sacar ciertas conclusiones relativas al período 1976-79. 1) Primera, el agente social más activo son los empresarios, seguidos por el gobierno. Detrás, y prácticamente al mismo nivel, se sitúan CC.OO. y expertos. Los demás no cuentan o apenas cuentan. 2) Segunda conclusión. Dentro de este juego de la interacción reducido a un muy escaso número de agentes, la actitud de éstos (más activa o más pasiva, más estimulante o más reac-

CUADRO N.º 3

$$\text{Indice de iniciativa} = \frac{I(i)}{TI} \times 100$$

$$\text{Indice de respuesta} = \frac{R(i)}{TR} \times 100$$

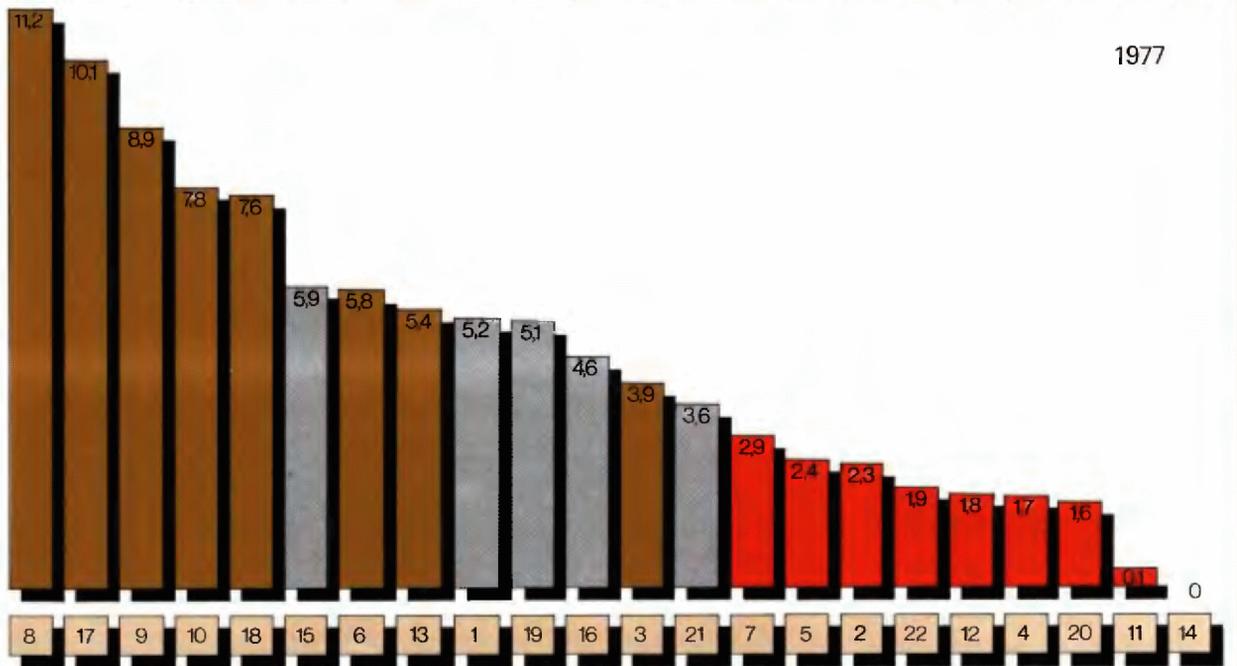
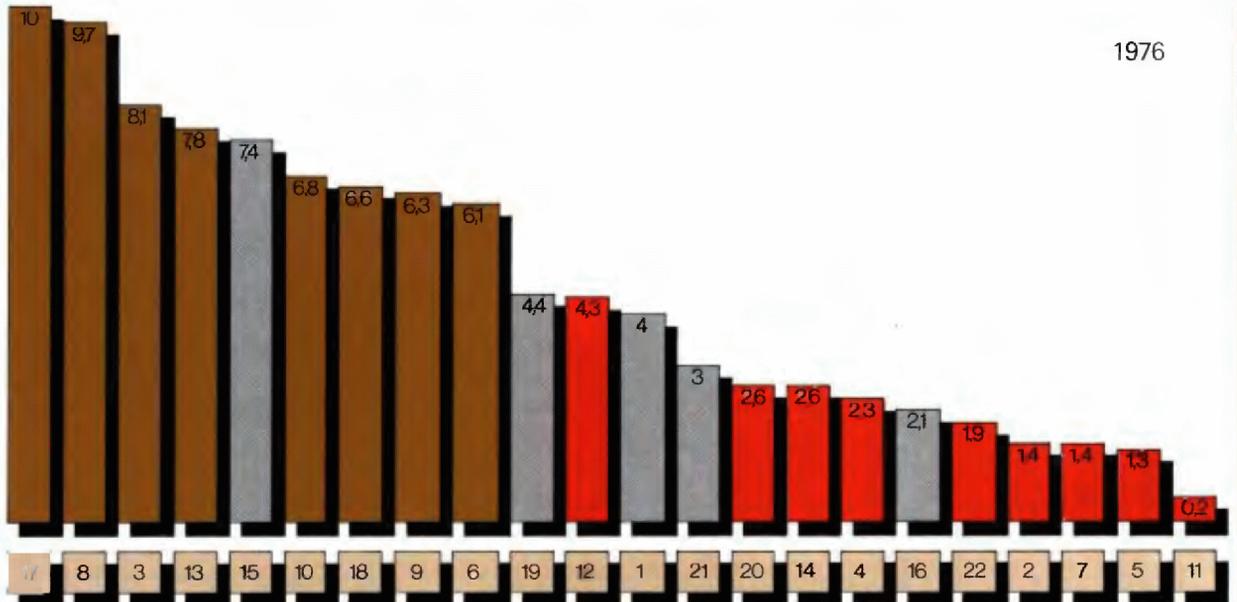
Gobierno	32,73	Empresarios	26,22
Empresarios	31,57	Expertos	21,18
Inclasificados	13,35	CC.OO.	20,23
CC.OO.	8,71	PSOE	8,76
Expertos	6,68	Inclasificados	7,68
PSOE	2,80	Gobierno	6,32
UCD	2,70	UGT	4,62
UGT	0,78	Derecha	2,14
PC	0,36	UCD	1,81
Derecha	0,32	PC	1,04

Para:

I: Iniciativas  
TI: Total de iniciativas  
i = 0,9: índice de los agentes  
Fuente: Estudio ESADE 81, pág. 106. (Período 1976-79)

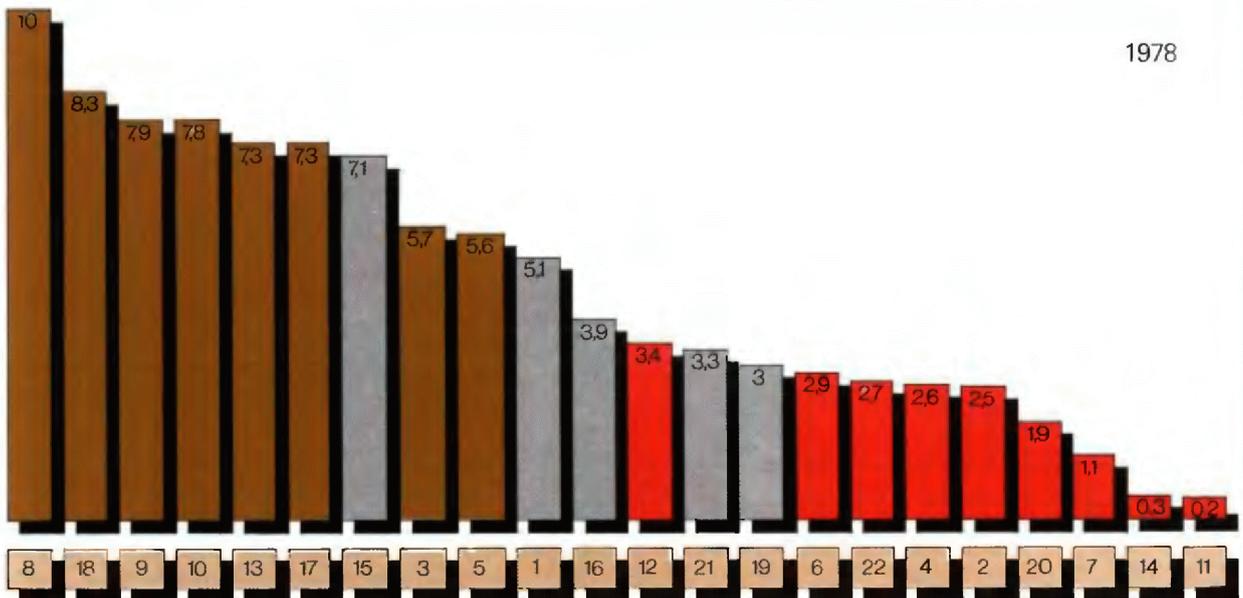
R: Respuestas  
TR: Total de respuestas

GRAFICO 2



- |   |  |
|---|--|
| 1. Inversión y Financiación.                                      | 12. Entorno económico internacional como difícil y amenazante. |
| 2. Ahorro y Crédito.  | 13. Crisis económica interior generalizada.                    |
| 3. Costes y productividad.  | 14. Crisis energética y de materias primas.                    |
| 4. Presión intereses privados en torno a la propiedad.            | 15. Inflación.   |
| 5. Presión propiedad pública.                                     | 16. Sistema Impositivo.  |
| 6. Presión social en la empresa.                                  | 17. Cuadro legal laboral.                                      |
| 7. Participación y democratización de la empresa.                 | 18. Estructuras globales y su reforma.                         |
| 8. Acción sindical en la empresa (conflicto y negociación).       | 19. Política monetaria.  |
| 9. Política de empleo en la empresa.                              | 20. Planificación.   |
| 10. Política salarial en la empresa.                              | 21. Intervencionismo.  |
| 11. Política de formación y promoción del personal en la empresa. | 22. Economía de mercado.                                       |

1978



1979



CUADRO N.º 4

Agentes	Índice de visibilidad (**)	Índice de sociabilidad (**)	Índice de aislamiento (***)
GOB.	34,94	6,33	39,05
UCD	2,75	1,81	4,51
PSOE	2,79	8,76	11,56
DER.	0,33	2,14	2,46
EMP.	42,79	28,47	62,74
CC.OO.	10,91	20,66	29,55
UGT	0,82	4,62	5,40
EXP.	8,47	21,53	28,31

Para:

A (i,j): incitaciones de i respondidas por j  
 A (i,i): incitaciones de i respondidas por sí mismo  
 TG: total de respuestas  
 RO (i): respuestas obtenidas  
 RD (j): respuestas dadas  
 i = 0,9; j = 0,9: índice de los agentes

$$\text{Índice de visibilidad} = \frac{RO(i)}{TG-A(i,i)} \times 100$$

$$\text{Índice de sociabilidad} = \frac{RD(i)}{TG-A(i,i)} \times 100$$

$$\text{Índice de aislamiento} = \frac{RD(i) + RO(i)}{TG-A(i,i)} \times 100$$

Fuente: Estudio ESADE 81, pág. 109.  
 (Período 1976-79)

(\*) Mide el grado relativo de importancia objetiva de determinados agentes en la interacción del sistema empresa.

(\*\*) Mide el grado de apertura de cada agente a los demás.

(\*\*\*) Mide el grado de aislamiento de cada agente en la interacción del conjunto del sistema creado por esos agentes.

tiva) también es diferente. El gobierno es, como cabía esperar, destacadamente iniciante. CC.OO. y expertos son destacadamente respondentes. CC.OO. jugando —políticamente— a la contra en el sistema. Los expertos reaccionando —analíticamente— como elemento crítico del sistema. Y es en los empresarios donde se da mayor equilibrio de la interacción (iniciativa/respuesta). 3) Tercera conclusión. Coherentemente con todo ello, los empresarios son los agentes más visibles, los más sociables y los menos aislados del conjunto. Y la notablemente menor visibilidad de los expertos lo que podría quizás sugerir es un escaso peso de la dimensión analítica de los problemas en el conjunto de los protagonistas de la

empresa. Lo que, de ser verdad, sería grave.

En cambio, el papel destacado de los empresarios podría quizás cuestionar la exactitud de la afirmación muy generalizada (al menos en los primeros años del postfranquismo), de una cierta dimisión colectiva del empresariado. A no ser que se reinterpretase ese papel destacado con un sentido más objetivo que subjetivo, más fáctico que consciente. Es decir, si los empresarios destacan de entre los demás agentes, (y quizás lo mismo podría decirse del gobierno) quizás lo sea porque «no tienen otro remedio». En el cuadro generalmente despreocupado de la economía y de la empresa que pareció dominar entonces,

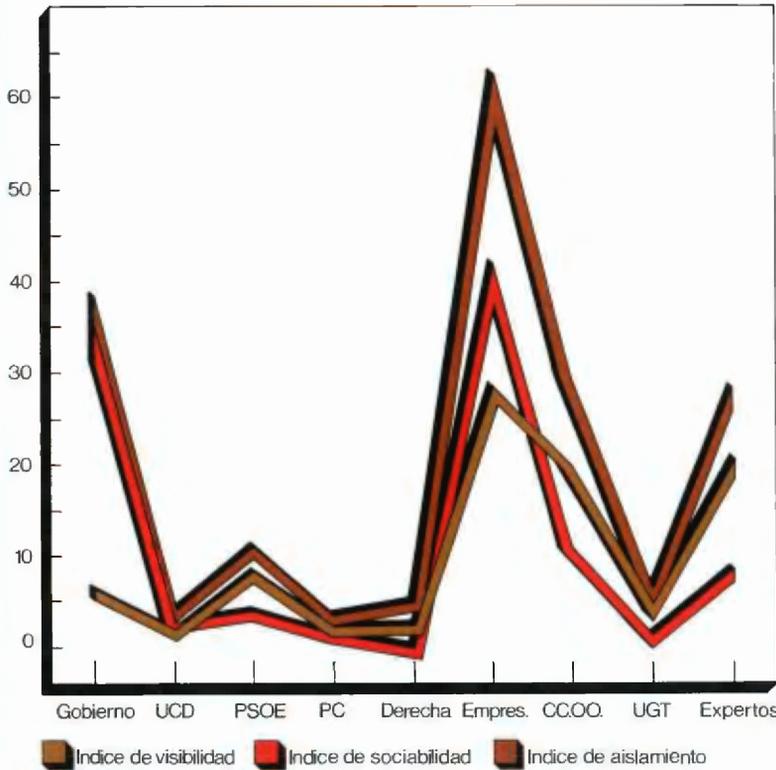
parece comprensible que el PSOE, por ejemplo, pueda no sentirse urgido a hablar de la inflación hasta el siguiente congreso o debate parlamentario, hasta el siguiente espectáculo escénico. Pero ese aplazamiento, objetivamente, no puede permitírsele el empresariado, preso día a día por los hechos de su empresa, si no quiere que ésta desaparezca. El día a día objetivo de la gestión o el gobierno.

Una explicación ésta que puede venir avalada por la propia evolución temporal del fenómeno inter-subjetivo, tal como se ve en las cuatro partes del gráfico 4. Una comparación atenta de ellas revela seguramente una progresiva complejización —más objetiva que subjetiva, más fáctica que consciente— de una sociedad industrial con un determinado grado de desarrollo, que no puede pararse durante mucho tiempo, incluso si sus agentes no se erigen especialmente en propulsores decididos de ella. Lo que ayuda a matizar el sentido en el que es verdad (y el sentido en el que no lo es) la pretendida afirmación de una dimisión generalizada del empresariado.

### III. EL PERFIL ACTITUDINAL DEL CONJUNTO DE LOS AGENTES SOCIALES DE LA EMPRESA

Definido ya temáticamente el espacio semántico de la empresa (la empresa como orografía o como cartografía), es posible fijar en él el posicionamiento —y eventual desplazamiento a lo largo del tiempo— del juego interactivo de los diferentes agentes sociales. Ese posicionamiento —y eventual desplazamiento— nos da las actitudes empresariales del

GRAFICO 3



Fuente: Estudio ESADE 81, pág. 110.

conjunto diferenciado de los agentes sociales de la empresa.

Para ello, el análisis de correspondencias como análisis multidimensional se revela especialmente útil, al relacionar, por la cercanía y la angularidad, los grupos temáticos (los GT definidos en el apartado I) con los diferentes agentes sociales (definidos en el apartado II). Ese tratamiento metodológico de los datos puede proporcionar una expresión viviente de la empresa (una orografía poblada de zoología, podría decirse) mediante una representación de un espacio, definido por dos coordenadas, en el que quedan situados, en estrecha relación

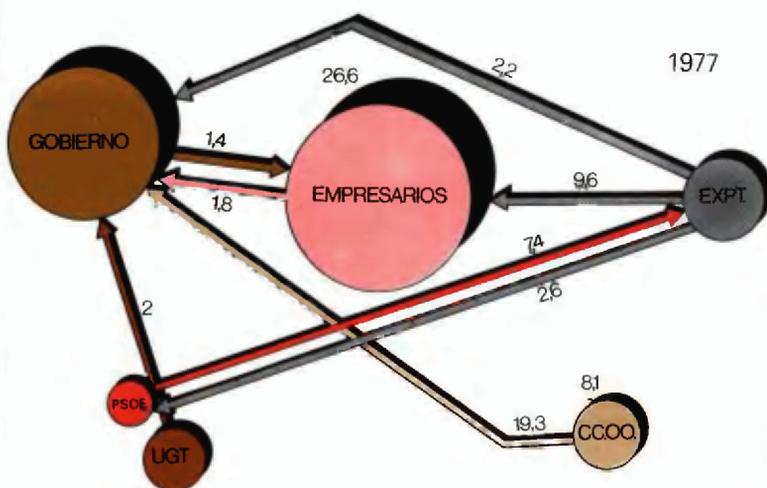
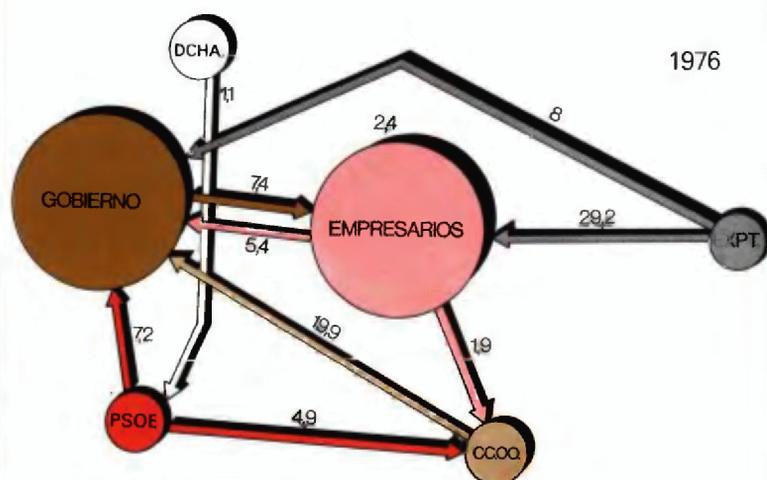
de interdependencia, los diferentes GT (con los números del código del cuadro n.º 1) y los agentes sociales (con los números del código del cuadro C, enmarcados en un círculo, para diferenciarlos de los números de los GT).

De acuerdo con las breves consideraciones metodológicas apuntadas en la nota 6, sobre los agentes sociales, voy a utilizar los datos del estudio que me sirve de base para situar a los agentes sociales en el espacio temático 1) primero, como iniciantes estáticos en el cuadro temático medio, mediante la agrupación de todos los datos (tanto los referidos a los GT como a los agentes sociales)

de todos los años (gráfico 5). 2) Luego, como iniciantes también, pero dinámicos, evolucionando a lo largo de los diferentes años del estudio referido, mediante la agregación de los datos de todos los años para los GT y la desagregación por años (los números encerrados en círculos) de los datos de los agentes sociales (diferenciados por colores) (gráfico 6). 3) Finalmente, situaré a los agentes sociales también dinámica y evolutivamente, como en el apartado anterior, pero tomándolos, no como iniciantes, sino como respondientes (gráficos 7 y 8).

1) La lectura del gráfico 5 no es complicada. En él, el eje I (el más significativo, él solo explica el 56,1 % de todo el fenómeno) es un eje que podríamos calificar de empresarial, dominado bipolarmente en sus extremos, de un lado, por el polo de lo técnico-económico (GT núms. 19, 1, 3, 12, quizás 14, 16), y del otro, por el polo de lo sociopolítico (GT núms. 8, 6 y 17). En el polo técnico-económico de la empresa, quienes más decididamente se sitúan son los expertos. Quizás también podrían situarse en él, a pesar de su centralidad, o quizás precisamente por ella, a empresarios y a gobierno. En el polo sociopolítico de la empresa, los que se sitúan son los sindicatos, CC.OO. y UGT (muy cercanos, por proximidad y angularidad, a los GT más expresivos de ese polo), como también, y en su extremo (pero con escaso contenido directo, como determinando indirectamente el contenido temático de los agentes sindicales) el PC. La tensión, pues, de la empresa como inter-actividad viene dada fundamentalmente por la polaridad expertos — PC (+ CC.OO. y UGT). La zona central (la zona coloquial más común, donde están más los temas del discurso

GRAFICO 4



de todos) está decididamente ocupada por los empresarios y el gobierno, quizás ligeramente inclinados hacia el lado en el que lo que domina es lo técnico-económico.

El eje II es mucho menos expresivo que el eje I. (Sólo explica el 16,7 % del fenómeno, y ya se ve cómo la nube de puntos temáticos se alarga, achatándose, en torno al eje I). Podría, quizás, interpretarse como un eje de política económica, dominado por lo internacional (GT núm. 14) en un extremo, y por lo nacional (GT núm. 17) en el otro. Y en él, y concentrados en este último lado, se sitúan los partidos políticos, predominantemente preocupados por los problemas políticos nacionales y con escaso contenido concreto.

Si se acepta esta interpretación, puede resultar atractivo observar cómo el GT núm. 17 (cuyo núcleo temático más denso es sin duda el intento de organizar las relaciones laborales a través del Estatuto de los Trabajadores) está a igual distancia —y con la misma angularidad— del PSOE y de UCD, partidos ambos que «consensuaron» (según el argot de moda) ese Estatuto. También se puede observar que la derecha ocupa una posición absolutamente alejada y excéntrica, expresiva quizás de una actitud predominantemente nostálgica. El PSOE también está alejado (lo que podría expresar una actitud política retórica) pero no tanto como la derecha, y además asume, junto con UCD, como ya se dijo, el problema del Estatuto de los Trabajadores. Finalmente, el PC no se alinea sobre el eje político, como los demás partidos, y está además también muy lejos de la nube temática de puntos. Lo que podría ser expresivo de su carác-

ter, más que de partido político, de movimiento social, inspirador callado de la acción directa de los sindicatos, por ejemplo.

De hecho, la UGT, con importantes vinculaciones de orden vario con el PSOE, no se sitúa junto a éste, sino en el área ocupada también por el PC y CC.OO. ¿Un cierto desgarro político en favor de más presencia en la calle? ¿Un cierto drama del PSOE, tenso en su doble vocación de movimiento social y de poder político, des-situado por ello (como a medio camino) al tiempo de la zona temática (técnico-económica) del poder, y de la zona temática (sociopolítica) de los movimientos sociales?

2) Con la misma técnica de análisis del gráfico 5, se podría decir que el primer eje del gráfico 6 expresa lo empresarial, dominado bipolarmente por lo político (GT núms. 8, 6, 17 y 10), por un lado, y por lo técnicoeconómico (GT núms. 12, 3, 19, 1, 2...) por el otro. Y el segundo eje (menos explicativo también) expresaría el entorno macroeconómico o político, bipolarmente dominado por los factores de política interna del país (los GT núms. 16, 15 y 17) por un lado, y, por otro, por los factores internacionales en los que la economía de un país se mueve (GT núms. 12 y 14). Si se acepta esta interpretación, la lectura de las trayectorias de los agentes en el espacio temático no es difícil.

Con respecto a los agentes-partidos, el perfil actitudinal de éstos tiene poco que ver con los problemas de la economía y de la empresa. Más en concreto, la trayectoria de la iniciativa del PSOE, parece ser, en los años abarcados por el estudio, una trayectoria poco definida e incoherente en tér-

GRAFICO 4 (Continuación)

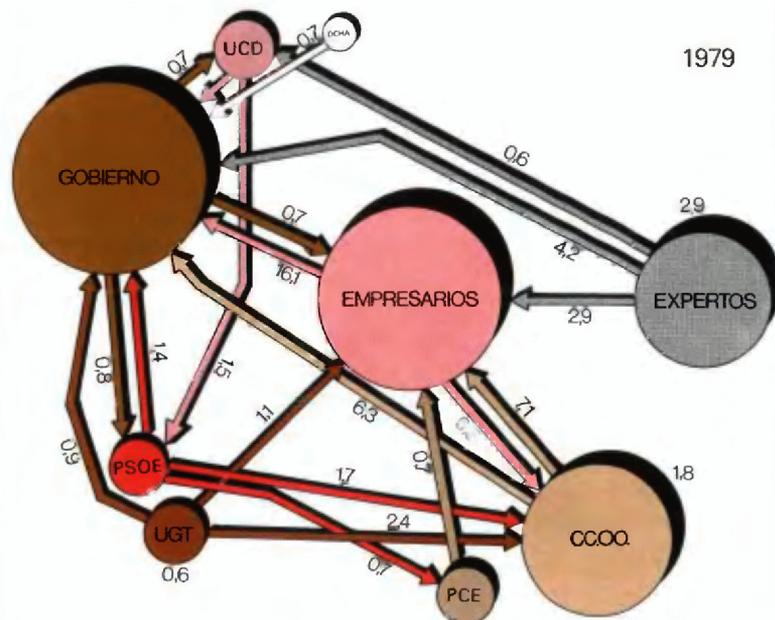
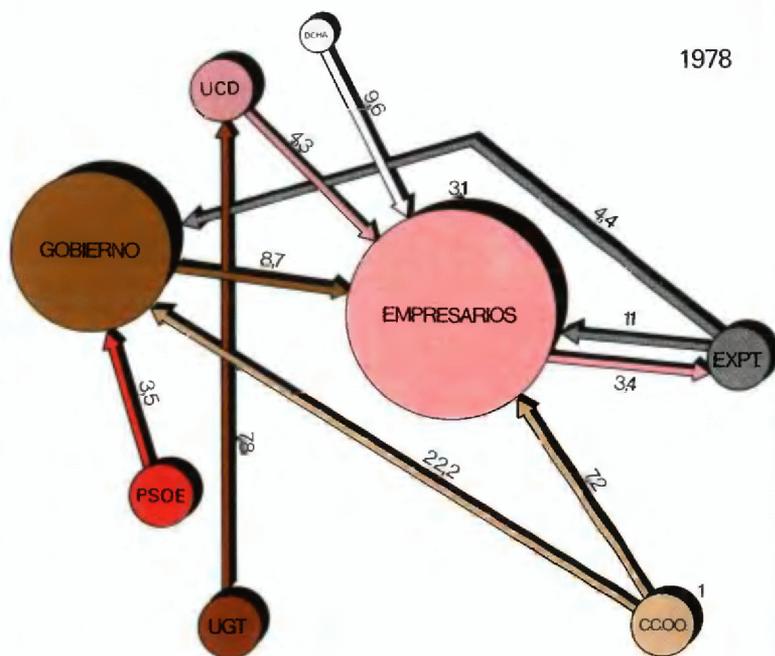
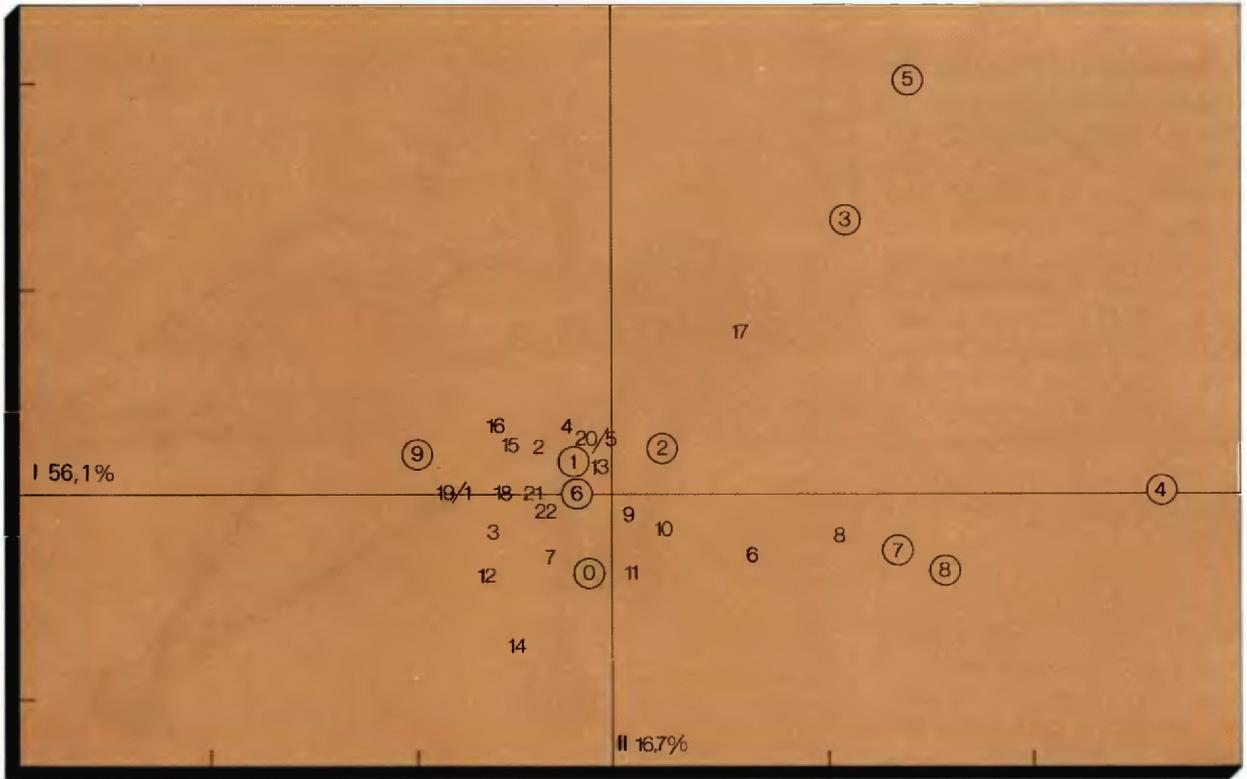


GRAFICO 5



Fuente: Estudio ESADE 81, pág. 169.

minos socioeconómicos, y especialmente des-situada (excéntrica) con respecto a los problemas económicos reales planteados por la economía y la empresa. Por su parte, la derecha parece encontrar enormes dificultades para situarse económicamente a lo largo de la transición, como si le costase encajar estratégicamente las consecuencias del cambio que le ha sido impuesto. Curiosamente, la mayor indefinición de los perfiles temáticos de los agentes parece darse simultáneamente —y por paradójico que parezca— en la derecha y en el PSOE.

También la trayectoria socioeconómica de UCD, se revela relativamente indefinida, sobre to-

do en lo que respecta a su articulación con la acción de un gobierno que teóricamente debería legitimarse por su apoyo en aquélla. Y finalmente la trayectoria escasa del PC confirma el carácter antes apuntado, que le sitúa no con los partidos, sino en otro sitio y muy excéntricamente, detrás de los movimientos sociales, para inspirar y dirigir su acción como motor e impulsor de ellos.

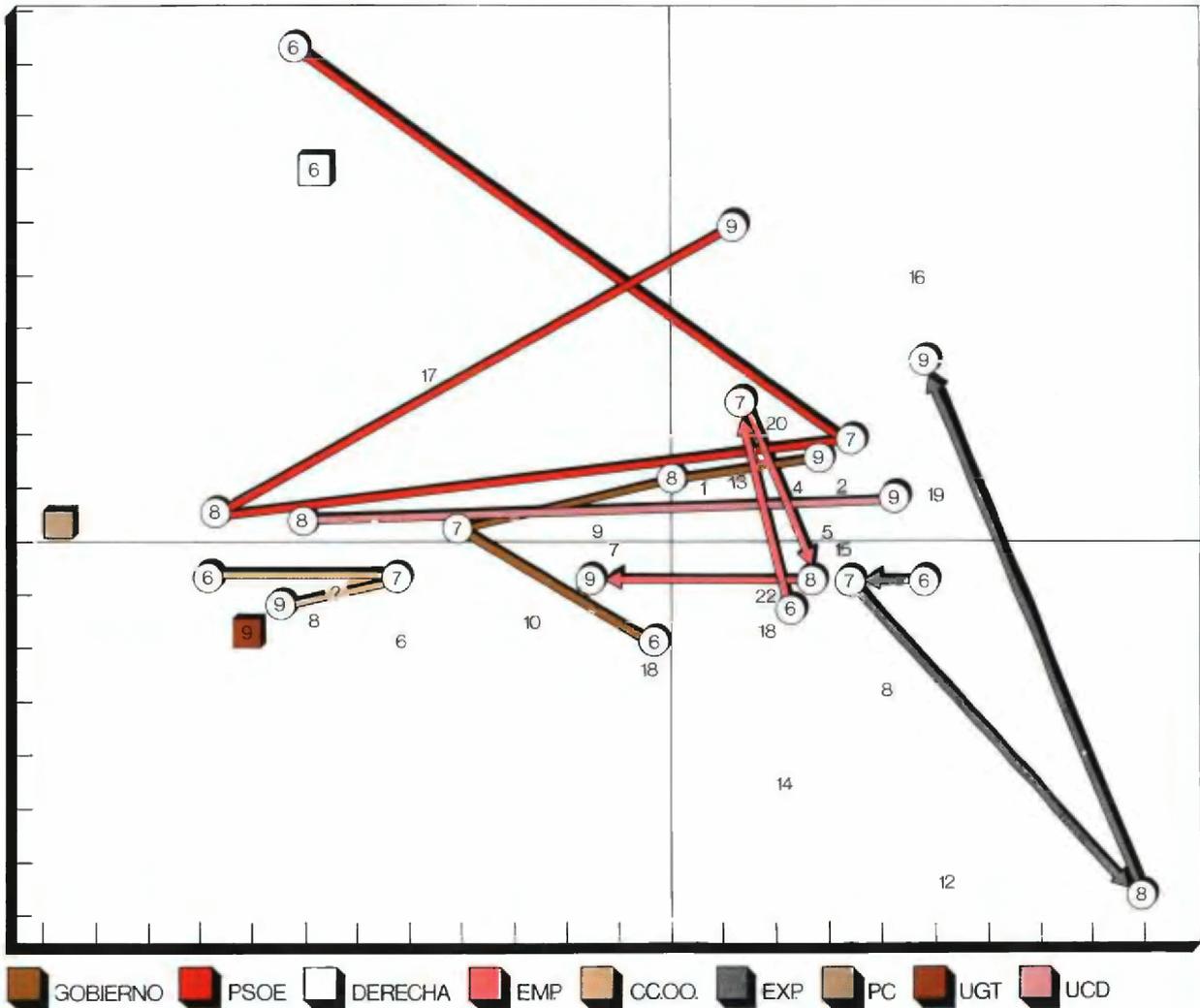
Con respecto a los sindicatos, el modelo sindical subyacente al sistema de la empresa española de los años de la transición parece ofrecer, a primera vista, una evolución interesante, en la medida en que parece diseñarse una transición progresiva de una situación

de monopolio práctico de CC.OO., a una situación de mayor complejidad en un espacio sindical repartido, o compartido, con UGT. Algo que quizás pudiera interpretarse (en base a datos, no dados aquí, del estudio que me sirve de referencia) como fenómeno menos sindical que político.

Finalmente, con respecto a los agentes más inevitablemente económicos (expertos, empresarios y gobierno), la definición evolutiva de sus perfiles, es diferente de la de sindicatos y partidos.

El perfil actitudinal de los expertos —el menos central de los tres mencionados— parece ser uno de los más abiertos a la compleji-

GRAFICO 6



Fuente: Estudio ESADE 81, pág. 243.

dad y a la necesaria racionalidad de la vida económica. Pero su acción —relativamente excéntrica, como puede verse— parece no encontrar tanto eco en aquellos agentes más objetivamente implicados en ese esfuerzo de racionalización y modernización de la empresa.

La trayectoria del perfil actitudinal del gobierno parece expresar la trayectoria zigzagueante de la transición. Más preocupado y

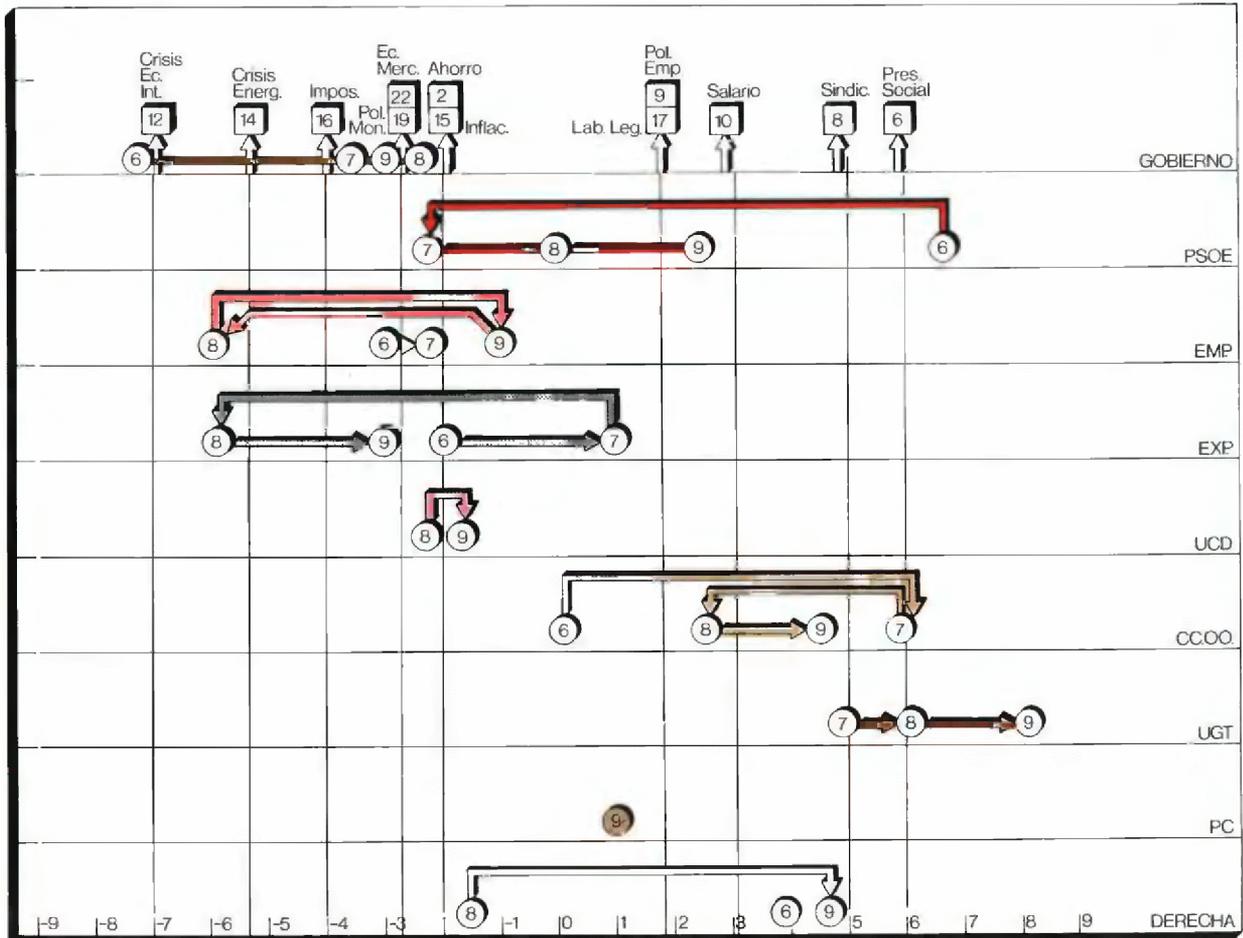
ocupado al principio de lo político que de lo económico, hasta suplir durante largo tiempo en lo sociopolítico la primera dimisión de los empresarios frente a los sindicatos («dimisión» en el sentido coloquial apuntado anteriormente y, desde luego, siempre en términos relativos —relativos, sobre todo, a la actitud de los obreros y las organizaciones sindicales— por cuanto, como se recordará, la CEOE verá la luz a finales de junio de 1977), el gobierno parece

haber tardado en asumir su rol de dirección económica.

Y, en fin, los empresarios, los más centrados con el gobierno, tienen la trayectoria actitudinal inversa a la de éste. Lo que quiere decir que han querido suplir al gobierno —o simplemente quejarse de él— a juzgar por el espacio en que se mueven, y por lo que han tardado en recuperar su rol de empresarios.



GRAFICO 8



Fuente: Estudio ESADE 81, pág. 280.

3) Finalmente, y como ya anuncié, es posible hacer esta misma lectura evolutiva de las actitudes de los agentes sociales en cuanto respondientes. A ello se refieren los gráficos 7 y 8. El 7 nos da esa cartografía habitada que buscamos en dos ejes (tal como se dio en el gráfico 6). Y el gráfico 8 reduce esa cartografía a un solo eje, por el escaso peso del eje II, y sobre todo, por su vaciedad semántica, dada la imposibilidad de encontrarle una interpretación que no sea puramente numérica. Algo, por otro la-

do, que podría confirmar lo apuntado más arriba del menor interés real de la actitud responsiva o respondiente. La posible retoricidad ya evocada del discurso respondiente, su carácter posible de publicidad construida sobre registros elementales y sencillos parece casar bien con la unidimensionalidad del espacio geométrico que sale de los datos numéricos con que se ha construido el gráfico 8.

Con una cierta, pero significativa, simplificación, podría decir-

se, para la lectura de estos gráficos que su izquierda representa el polo técnico-económico de la empresa, mientras que su derecha representaría temáticamente el polo sociopolítico de aquélla. Lo que podría confirmar, ahora en términos reales y no sólo metódicos, la hipótesis avanzada de tipo epistemológico sobre la menor expresividad de la actitud responsiva de los agentes.

De hecho, a través de esta técnica de interpretación finalística

(es decir, explicativa), lo que puede leerse en el gráfico es la imagen de un país a lo largo de una serie de años, que responsivamente parece sentirse obligado a decantarse sobre la base de dos registros elementales y perfectamente diferenciados (razón instrumental-razón utópica, razón técnica-razón social, derecha-izquierda, eficacia-justicia...), para, desde ellos, particionarse retóricamente, quizás, publicitariamente, en función de la imagen adquirida o deseada. Lo que puede dar la me-

didia de la elementalidad de la empresa como objeto percibido, como constructo, en el panorama español de estos años.

Ahora bien, dentro de esta línea de interpretación básica, quizás no esté de más sugerir otras posibles interpretaciones más concretas. Por ejemplo, la trayectoria del PSOE, que sale del espacio de la izquierda para entrar en la derecha (en zonas muy centrales, eso sí) y volver (también muy centralmente) a la izquierda. Un

camino casi inverso al de los expertos, aunque sea menos fácil de interpretar éste último, además de menos pronunciado, o quizás precisamente por ello. Por ejemplo también, la trayectoria de la derecha escorada hacia la izquierda contra lo que podría suponerse, si no fuera porque la actitud bien activa de la nostalgia, que aparecería en su perfil actitudinal de iniciante, estaba bien necesitada de una operación de lavado publicitario como ésta. Por ejemplo, finalmente, la trayectoria de

#### CUADRO N.º 5

#### EMPRESARIOS

Años	G.T.	Contenido semántico	Perfil actitudinal
1976	16. Sist. Impositivo 11. Formac./Promoción 3. Cost./Productividad 14. Crisis Energética 19. Pol. Monetaria 22. Economía Mercado 1. Inv. Financ. 4. Propiedad Privada 20. Planificación	A) Los problemas económicos operativos y necesarios B) Las amenazas de una situación económica exterior difícil. C) Las amenazas económicas de un nuevo orden interior político	Responder a los problemas económicos percibidos como urgentes desde una sensibilidad de amenaza (miedo) interior y exterior a sus intereses.
1977	18. Reforma Est. Gl. 16. Sistema Impositivo 12. Int. Ec. Intern. 13. Crisis Energét. más lejos: 4. Prop. Pública 21. Intervencionismo	Las reformas del cambio interno iniciado. La situación exterior de partida. Los debates del posicionamiento empresarial en el cambio económico (interno y externo)	Resituarse —¿en el miedo?— ante un cambio amenazante (exterior, de reformas internas, de debates políticos).
1978	4. Prop. Privada 18. Ref. Glob. Estr. 16. Sist. Impositivo 14. Crisis Energ. 1. Invers. Financ. 2. Ahorro/Crédito	Atención operativa a lo económico como función (los temas operativos de la coyuntura económica, crisis e inversión) y como intereses propios (la propiedad privada y amenazas de reforma)	Responder a los problemas económicos que están ahí, y que son el sitio de sus intereses.
1979	12. Crisis Ec. Int. 27. Econom. Merc. 17. Marco Legal Laboral 9. Política Empleo 10. Política Salarial 6. Prestación Soc. Emp. 11. Form. Promoc. Emp.	1) El marco legal laboral y los problemas que en él se encuadran. 2) Con una paralela atención a la situación empresarial: crisis (desconfianza) incertidumbre (definición del marco global).	Situarse ante las nuevas estructuras de relaciones sociales junto a —o desde la perspectiva de— una sensibilidad de crisis interna y de posibles amenazas a sus intereses.

Fuente: Estudio ESADE 81, págs. 176, 197, 211, 227.

CUADRO N.º 6

**EXPERTOS**

Años	G. T.	Contenido semántico	Perfil actitudinal
1976	1. Invers. Financiera 4. Prop. Privada 20. Planificación 2. Crédito/Ahorro 15. Inflación 21. Intervencionismo 5. Prop. Pública 10. Política Salarial 13. Reforma Estructural	A) Las prioridades económicas urgentes e inmediatas. B) Sus medios de reformas necesarias.	Racionalizar la vida económica de cada día y del nuevo marco.
1977	19. Pol. Monetaria 3. Costes Prod. 15. Inflación 1. Inversión Financiera 12. Entorno Ec. Int. 13. Crisis Energética	Los problemas económicos cotidianos (reales) y su necesaria racionalidad técnica.	Racionalización de los problemas económicos: atención en solitario a los problemas económicos cotidianos, situarlos en una coyuntura internacional difícil que es preciso atajar.
1978	3. Costes Prod. 1. Inversión Financiera 14. Crisis Energ. 12. Entorno Económ.	El entorno económico objetivo difícil. La atención operativa a responder a esa coyuntura: productividad e inversiones.	Racionalización de la vida económica en términos menos genéricos, más concretos: una racionalización de las prioridades.
1979	16. Inflación 19. Pol. Monetaria 15. Sist. Impositivo 20. Planificación 4. Inter. Prop. Priv. 1. Inv. Financiera	1) Los problemas económicos mayores. 2) Su instrumentación estructural.	Racionalización de la vida económica (en sus problemas y en su estructura subyacente).

Fuente: Estudio ESADE 81, págs. 176, 197, 211, 227.

una UGT necesitada de una especie de *fuite en avant* para destacar su imagen de la de CC.OO., o el posicionamiento del PC, que, comparado con el que tiene como iniciante, sugiere un modelo de actuación significativamente dual en lo que a la empresa y a la economía se refiere. Extraordinariamente excéntrico como iniciante y hacia la izquierda como respondiente, el PC se centralizaría notablemente, como buscando una imagen políticamente moderada y tranquilizadora.

**IV. LAS ACTITUDES DE LOS EMPRESARIOS**

Resulta bastante obvio que el análisis del apartado anterior, referido al perfil actitudinal diferenciado, o a las diferentes actitudes empresariales del conjunto de los agentes sociales de la empresa, (tal como se nos revelan a partir de las «noticias» ofrecidas acerca de los mismos en los medios de prensa seleccionados y en el período 1976-79) ya contenía en sí una buena parte del análisis, que pro-

pongo en este apartado, sobre las actitudes de los empresarios en cuanto grupo social específico. Actitudes que en gran parte se definirían por —y se derivaban de— las exigencias objetivas del posicionamiento obligado de los empresarios en la empresa. Una buena parte de la superioridad relativa de los empresarios en sus actitudes frente a la empresa podría encontrar en este hecho natural su explicación más adecuada.

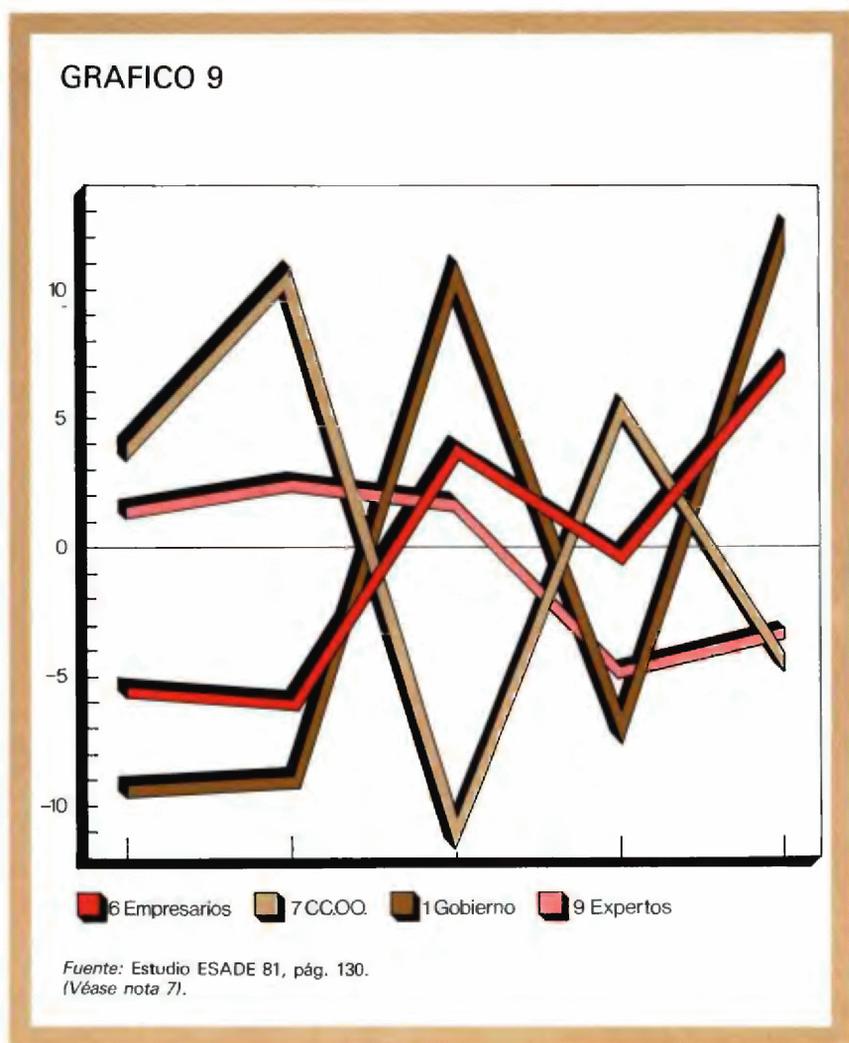
Ahora bien, es posible hacer más subjetivo, y quizás por ello mis-

mo más exacto, ese análisis de las actitudes de los empresarios. Análisis en el cual esas actitudes quizás no se revelen tan aparentemente positivas como en el anterior apartado. De hecho, los datos de salida, referidos estricta y exclusivamente a los empresarios, del análisis de correspondencias aplicado a la relación GT/inician-tes en la secuencia temporal (1976-1979) del estudio que me sirve de base, dan un perfil de actitudes subjetivas de los empresarios más en la línea de una cierta dimisión colectiva que sólo se recupera tardía y vacilantemente.

Un modo de conseguir gráficamente esta secuencia temporal de las actitudes de los empresarios, a partir de los datos del estudio de referencia, consistiría en aislar en un cuadro único (el cuadro n.º 5) aquellos resultados, que, referidos exclusivamente a los empresarios, es posible deducir del análisis de correspondencias (y su correspondiente interpretación) aplicado a la relación GT/inician-tes en cada año. Por ello, en el cuadro se da, en cuatro columnas, el año de que se trata, los grupos temáticos que se relacionan —por proximidad o angularidad— con los empresarios, el contenido semántico que traduce esa relación, y, finalmente, el perfil actitudinal que en ella se expresa.

La lectura del cuadro es fácil, una vez explicado como se ha hecho. Y yo por mi parte ya he sugerido una al introducirlo. Sólo quiero añadir, para terminar este apartado, dos observaciones.

En primer lugar, probablemente sería útil matizar esta evolución dada en el cuadro n.º 5, con otro similar (el n.º 6) referido a los expertos. De hecho, la figura *managerial* de hoy conjuga el lado empresarial clásico con el lado analítico del experto. Es sólo una sugere-



rencia que brindo al lector. De hacerse esta superposición, las actitudes de los empresarios se revelarían más positivas. Si todo ello responde a la realidad o no, dependerá de saber cuál es el predominio de lo *managerial* en la figura real hoy del empresario entre nosotros.

Finalmente, el estudio que me sirve de base podría confirmar esta interpretación positiva, con el gráfico 9, que pone en relación los perfiles estrictamente actitudinales de los cuatro sectores sociales más activos en este estudio de la empresa.

Como se ve en el gráfico, la curva de CC.OO. y la del gobierno son las más opuestas. Lo que podría sugerir que el verdadero papel de CC.OO. es el de oposición política, tal como más de una vez aparece en este artículo. En medio, y bastante paralelamente, se mueven las curvas de actitud relacional de empresarios y expertos. Lo que podría justificar esa cierta simbiosis que acabo de sugerir de estos dos agentes para obtener el perfil *managerial* del empresario de hoy. De hecho, unas y otras actitudes (de empresarios y expertos) se sitúan en zonas de compromiso y de talante pragmático, típicas de la función *managerial* que

define al empresario moderno. En todo caso, si se da aquí este gráfico, es sólo como confirmación, matización o eventual síntesis gráfica de observaciones que se han hecho a lo largo de este trabajo.

## V. EPILOGO REFLEXIVO SOBRE EL PRESENTE

El análisis que he presentado es — como ha quedado dicho anteriormente — un análisis referido a un tiempo dado, que podría definirse con lo que convencionalmente se ha dado en llamar la transición (1976-79). A él, y sólo a él, se referían los datos del estudio que me ha servido de apoyo empírico. Y coherentemente con ello, las pautas de conducta empresariales (las actitudes empresariales y de los empresarios que se han perfilado) así como la percepción temática de la empresa por sus agentes (actitudes y percepciones que lógicamente son interdependientes) se revelaban como percepciones y pautas condicionadas por el hecho de una transición política, que puso en un segundo lugar los problemas de la transición económica, que sólo una explicable «obsesión» por lo político pudo mantener al margen de las preocupaciones conscientes. Una buena parte de las conclusiones que se derivan de mi estudio, encuentran en este hecho su explicación última.

¿Es posible alargar el estudio propuesto, por la vía de la intuición y el tanteo reflexivos, sin tener datos similarmente obtenidos a los que he utilizado para aquel tiempo? Hay algo de audacia en este intento, que rompe la estructura formal de mi análisis y que impide tomarlo como extrapolación en sentido técnico. Pero es un intento que había que hacer para esbozar cuáles son hoy las zonas a ex-

plorar. El apartado que ahora introduzco quiere, pues, acometer esto. Para ello propongo tres hipótesis de trabajo a ser especificadas y contrastadas en posteriores análisis. Hipótesis que van desde 1) la evolución o el eventual cambio realizado en el perfil temático de la empresa detectado en aquellos años; 2) hasta los cambios percibibles — y sus eventuales consecuencias — en las actitudes empresariales de algunos de los agentes sociales que se perfilaban en mi análisis de aquel tiempo; 3) para llegar a los posibles cambios de «imagen» de los empresarios y el significado de esa nueva imagen en relación con la posible evolución de las actitudes de los empresarios analizados en mi estudio.

1. Con respecto al perfil temático de la empresa, el resultado más lógico de mi estudio apuntaba a un perfil notablemente elemental para una sociedad del tipo y nivel de la española, y anormalmente escorado hacia la dimensión política de la empresa, en detrimento de su ineludible dimensión de racionalidad técnica.

El que así fuera es fácilmente explicable. Políticamente, toda la atención del momento parecía concentrarse en el cambio político, que absorbía casi todas las energías disponibles (como si lo demás se nos diese por añadidura), sin que, por lo demás, las fuerzas sociales o político-sociales salidas del franquismo emergieran a la superficie con imagen seria alguna acerca de la vida económico-empresarial, esto es, acerca de una organización cuya consistencia legal era preciso respetar y dirigir.

Es verdad también que, más en cifra, del estudio aducido salía una segunda tendencia. Más allá de su primera y primaria elementalidad, y a pesar de la escasa o nula evo-

lución del perfil temático de la empresa en aquellos años, la progresiva complejización intersubjetiva de la vida económico-empresarial (que se hace visible en el gráfico 4) apuntaba a una superación objetiva (traída por la fuerza de los hechos) del perfil temático elemental de los cuatro años incluidos en el estudio.

Mirada desde aquel tiempo, la articulación de estas dos tendencias (clara una, y en cifra la otra) se revelaba más que como una política pretendida, como una eventual ruptura o como un necesario reto. Mirado, en cambio, desde hoy, la ruptura en cifra parece haberse impuesto a la tendencia clara. En parte como el triunfo de la lógica de la complejización sobre el repliegue ideológico de los agentes sociales del momento.

En parte, también, como la necesaria consecuencia del cambio de posicionamiento político de dos agentes sociales que entonces jugaban simplemente a la contra y hoy no pueden continuar ese mismo juego. Me refiero, ante todo, al PSOE, y consecuente, y secundariamente, a UGT, con importantes vinculaciones con aquél. El relevo por «la izquierda» en las posiciones de gobierno no podía permitir la continuación de la trayectoria excéntrica del PSOE en la orografía de la economía y de la empresa que aparecía en aquellos años. El PSOE, forzado por el hecho de ser gobierno, tenía que ocupar, por la fuerza misma de los hechos, las posiciones centrales ocupadas por el gobierno de entonces. El encanto de la lucha ideológica desaparecía, y los temas de la racionalización tecnicoeconómica de la empresa (vía lucha contra la inflación, o vía política de reconversión industrial) tomaban la delantera muy decididamente. Incluso a costa de un menor diálogo social, y hasta de una mayor

conflictividad social, que ha subido en punta en los dos años de gobierno socialista. Disminución del diálogo y aumento de la conflictividad que no se ha hecho sin detrimento, al menos en algún grado, de la otra dimensión de la empresa, la de la racionalidad política o razonabilidad de ella. Una menor razonabilidad política que indicaba también un menor «complejo» por parte del nuevo gobierno. Con él se consumaba un cambio no sólo político (la alternativa del poder) sino también económico (la lucha o el esfuerzo económicos desgajados de la lucha ideológica clásica de la izquierda).

2. En realidad —ya se ve— estos cambios del perfil temático de la empresa son primariamente un cambio del espacio intersubjetivo que puebla y reconfigura el espacio temático en el que los agentes se mueven y actúan.

Ya he aludido al cambio del PSOE. Un cambio que es explicado, de manera general, por sus máximos responsables, cuando insisten en que las cosas necesariamente se ven —el cambio de *Gestalt*— de manera muy distinta cuando se está en la oposición y cuando se está en el gobierno.

Un cambio del PSOE que favorecería el cambio experimentado en paralelo por UGT. Las veleidades sociales de una UGT tendente a situarse en el eje ocupado también por CC.OO. y el PC (incluso a costa de un distanciamiento social de las posiciones políticas del PSOE) se han revelado escasamente consistentes ante el nuevo marco en el que ocupan el gobierno los socialistas, ofreciéndose así oportunidades nuevas y distintas de construir o reconstruir su estrategia social.

Cuáles sean las consecuencias negativas de este cambio, es otro

problema. La experiencia es nueva en varios aspectos que no podemos analizar aquí. Lo que sí puede decirse con razonable seguridad es que el cambio es en detrimento de la dimensión política de la empresa y en favor de su dimensión de racionalidad técnica. Lo que explica la ruptura de las tendencias de mi análisis.

3. El otro gran cambio en el espacio intersubjetivo de la empresa es el de los empresarios como agentes sociales concretos.

En una primera aproximación al tema, se podría decir que los empresarios pueden dar la impresión de sentirse más cómodos teniendo como *partenaire* social a un gobierno del PSOE que a un gobierno, digamos, de derecha.

Seguramente, en este cambio algo tiene que ver la tendencia revelada en el estudio, que me ha servido de base en mi ensayo para aquellos cuatro años, según la cual los empresarios parecían evolucionar de una actitud de suplencia a los complejos del gobierno (que, a su vez, quería suplir las ausencias de los empresarios), a una actitud crecientemente empresarial, con los campos respectivos mejor delimitados. Algo que indica, por un lado, una mejor y más realista percepción de sus intereses por parte de los empresarios, y algo que es, por otro lado, una consecuencia de la mayor y creciente complejidad del espacio intersubjetivo detectado en la percepción de la empresa.

Pero, combinados uno y otro factor, lo que ha resultado, a mi juicio, es un cambio bastante fundamental en la imagen creada del empresario, que parece erigirse ahora en clave de bóveda del nuevo edificio. Con la agudización percibida de la crisis económica y el nuevo posicionamiento del PSOE

(como gobierno) en el espacio intersubjetivo que define a lo empresarial y a la empresa, ha sido fácil inventar socialmente la ecuación empleo = inversión = beneficio. Con ello, la sensibilidad social (bien de izquierda) del empleo como bien económico (como bien escaso) se ha convertido en una exaltación (bien de derecha) del beneficio, como bien social, deseable y difícil. El empresario se constituye así en la pieza clave a la que todos miran con esperanza y con respeto.

Pero quizás de este fenómeno es el empresario el que se siente menos consciente. Y éste es, como tantas veces sucede en los fenómenos sociales, el gran drama. El drama de la tensión —de la distancia percibida— entre la realidad y su imagen, la propia percepción y la percepción ajena. La célebre frase de Churchill adquiere, aquí y ahora, una actualidad candente. «Muchos toman al empresario —escribió Churchill— por lobo sarnoso al que habría que tirar a matar. Otros piensan que el empresario es una vaca, a la que se puede ordeñar ininterrumpidamente. Sólo pocos ven en él una mula que tira del carro».

El cambio de imagen del empresario producido en España desde la caída del franquismo, es, a mi juicio, el paso de esa percepción de los «muchos» a una combinación —compleja, no siempre claramente articulada— de la percepción de los «otros» y los «pocos». Pero quizás el empresario sea el que menos conciencia tenga de ese cambio social producido, que, expresado de un modo o de otro, me parece difícilmente discutible.

Sin duda, el fenómeno es más complejo de lo que acabo de sugerir. Y ello podría explicar la persistencia de la tensión como distancia percibida. En las ciencias

sociales es difícil distinguir muy nitidamente realidad e imagen. Más bien habría que hablar de la imagen que los empresarios perciben de sí mismos en comparación con las expectativas que la sociedad pone en ellos, y de la imagen que percibe la sociedad de los empresarios en comparación con la idea que la misma sociedad tiene de lo que razonablemente puede esperar de ellos. Un estudio riguroso de estas dimensiones —que estoy desarrollando actualmente mediante técnicas de análisis cualitativo— podría explicar mejor esta paradoja. Pero, entre tanto, es en esta paradoja donde mejor se resume, a mi juicio, el cambio de imagen que se ha producido del empresario en este momento de la sociedad española a cuestras con su crisis.

## NOTAS

(1) Cf. 1) Antonio MARZAL, *Análisis Político de la Empresa: Razón dominante y modelos de empresa*, Barcelona, Ariel, 1983; y 2) Alain TOURAINE, «Racionalidad y Política en la empresa», F. FERROUX, y F. BLOCH-LAINE (Editores), *Empresa y Economía Nacional*, Deusto, Bilbao, 1970, Vol. II.

(2) Antonio MARZAL y Blas LARA, *La Empresa Española en los años de la Transición (1976-1979)*, Ministerio de la Presidencia, Madrid, 1983.

(3) Una y otra cosa pueden fácilmente verse en los cuadros A y B.

(4)

CUADRO C

N.º de Código	Agentes Sociales
1	Gobierno
2	UCD
3	PSOE
4	PC
5	Derecha
6	Empresarios
7	CC.OO.
8	UGT
9	Expertos
0	No clasificados

Fuente: Estudio ESADE 81.

CUADRO A

N.º Código	Fuentes	N.º Artículos	N.º Referencias temáticas
(1)	El Socialista	24 (13%)	985 (13,8%)
(2)	Gaceta Dcho. Social	24 (13%)	1.452 (20,3%)
(3)	Dirección y Progreso	13 (7%)	657 (9,2%)
(4)	Fomento de la Producción	34 (18,4%)	1.222 (17,1%)
(5)	Actualidad Económica	31 (16,8%)	838 (11,7%)
(6)	Horizonte Empresarial	12 (6,5%)	533 (7,5%)
(7)	El País	26 (14,1%)	778 (10,9%)
(8)	La Vanguardia	21 (11,4%)	679 (9,5%)
TOTAL		185 (100%)	7.144 (100%)

Fuente: Estudio ESADE 81, pág. 32.

CUADRO B

Fuentes por Grupos de Agentes (n.º código)	N.º Artículos	N.º Referencias temáticas
Grupo Sindical (1+2)	48 (26,2%)	2.437 (34%)
Opinión Pública (5+7+8)	78 (42%)	2.295 (32%)
Grupo empresarial (3+4+6)	59 (31,8%)	2.412 (34%)
TOTAL	185 (100%)	7.144 (100%)

Fuente: Estudio ESADE 81, pág. 33.

(5) La excepción posible sería el GT número 13, pero sólo parcialmente, pues si se acota semánticamente ese GT con los datos del cuadro núm. 1 —esa es la utilidad de ese cuadro— se ve que una buena parte del contenido de ese GT está constituida por una componente más sociopolítica que técnica, la de la confianza en el gobierno.

(6) En el estudio que me sirve de base, el agente social está considerado como iniciante o como respondente. Dado que la expresión de la acción es el discurso comunicativo (o, mejor, intercomunicativo), el agente o actor social, como sujeto de la acción o de la intercomunicación, puede útilmente ser diferenciado como (actor) iniciante o como (actor) respondente. En el estudio citado puede ver el interesado en ello todas las implicaciones metodológicas que esta distinción conlleva. Aquí basta con apuntar que iniciante es aquel agente social que, en la inter-acción, es el sujeto de la acción/iniciativa, el que, al hacer algo, estimula, provoca la re-acción (la acción/respuesta) del otro sujeto, el respondente, acción/respuesta con la que se cierra el es-

pacio semántico de la inter-acción abierto por la acción/iniciativa del iniciante, del estímulo del discurso.

(7) El gráfico que se ofrece está construido del siguiente modo. Como datos de entrada tenemos los datos de relación actitudinal de unos agentes con respecto a otros (en cuanto a iniciantes y respondentes, o al revés) con respecto a un determinado contenido temático (referencias temáticas). Las relaciones actitudinales en el trabajo de campo eran de aceptación, rechazo, dominio, imperio o requerimiento que aparecen sobre el eje horizontal. Pero para la finalidad de este gráfico, el contenido concreto de la actitud relacional no tiene interés alguno. Lo único que ahora interesa es el perfil diferencial de las actitudes de unos agentes con respecto a otros, a partir de la curva normalizada (que se hace coincidir con el eje horizontal) de las actitudes medias del conjunto. A partir de ella, el eje vertical nos da la distancia de la actitud de cada grupo con respecto a la medida. Y por ello las diferencias de actitudes de unos agentes con respecto a otros.