

Rafael  
Pinilla  
Sánchez

## NARRATIVAS DEL POSFORDISMO: DE LAS RUINAS DE LA FÁBRICA A LA CELEBRACIÓN DE LA *CREATIVE* *CLASS*\*

Es evidente que el trabajo en las sociedades del denominado capitalismo tardío ya no es lo que era. ¿Y qué es lo que era antes el trabajo? A pesar de que la respuesta no es tan sencilla como nuestra primera afirmación presupone -ni admite una única respuesta-, se puede afirmar casi en términos de manual escolar que antaño el trabajo se organizaba en torno a la fábrica fordista. Dicha organización basada, entre otras cosas, en la producción masiva en serie, el desarrollo “extremo” de la división del trabajo, o el control taylorista del obrero en la línea de montaje puede documentarse fácilmente, por ejemplo, partiendo de las narrativas visuales: desde los *Tiempos Modernos* de Charles Chaplin, hasta la ingente producción *Agit-Prop*, o los murales de Diego Rivera en Detroit, numerosas prácticas artísticas y “extraartísticas” abordarán sin cesar la “naturaleza” y las consecuencias de una forma de trabajo cuya implantación trascenderá la propia esfera de la economía.

Como se sabe, el modelo fordista empezó a desmantelarse alrededor de la década de los 70; la historia de ello resulta conocida: en un contexto de crisis de alcance global la fábrica tuvo que redefinir su funcionalidad para afrontar una coyuntura

---

\* Este texto es una ponencia presentada en el Primer Congreso Internacional *Red de Investigación en Arte* que se llevó a cabo en la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, en Puebla, México, los días 29, 30 y 31 de octubre del 2012.

económica cada vez más inestable. Desde un punto de vista histórico, este proceso se inscribe en el inicio del declive del último ciclo largo de acumulación capitalista;<sup>1</sup> obviamente, semejante reorganización analizada con la suficiente perspectiva -en su *longue durée* que diría Braudel- no resulta, ni mucho menos, tan novedosa como a menudo se suele creer (entre otras cosas, tanto las crisis, como la reorganización del trabajo son fenómenos indisociables del desarrollo del capitalismo); lo que si resultará novedoso serán las características específicas del modelo organizativo que se iba a imponer y lo que a partir de ese momento supondrá el trabajo en la fábrica.

Para abordar al menos en sus líneas básicas esta transformación partiremos en primera instancia de la observación de un paradigma productivo como el toyotista; seguramente contraponiendo algunas de sus características con el fordismo se entenderán mejor algunas de las dinámicas que definen la coyuntura posfordista. Ni que decir tiene que partir del toyotismo es sólo una de las posibilidades a la hora de describir los cambios que aquí consideramos significativos; es más, de hecho se podría problematizar la coartada metodológica de considerar el toyotismo como un paradigma. En cualquier caso, al margen de posibles oposiciones reduccionistas el toyotismo nos sirve aquí porque está estrechamente vinculado -al igual que otras formas organizativas que abordaron el “problema” de la productividad y el trabajo- con un contexto socioeconómico en el que la universalidad de la fábrica fordista ya no resultaba ni un modelo idóneo para afrontar la modernización productiva, ni un “proyecto de vida” adecuado para satisfacer las necesidades de parte de un proletariado que cuestionará de raíz la naturaleza del trabajo.<sup>2</sup>

Así pues, en plena “desorganización” productiva -conviene recordar la famosa crisis energética de los 70- se llevarán a cabo una serie de cambios en el seno de la organización del trabajo. Ya que partimos del ejemplo de las innovaciones japonesas, se conoce como toyotismo a un conjunto de reestructuraciones desarrolladas en *Toyota* por Ohno Taiichi, un experto en sistemas de

---

<sup>1</sup> Arrighi, Giovanni. (1999). *El largo siglo XX. Dinero y poder en los orígenes de nuestra época*. Madrid: Akal.

<sup>2</sup> Virno, Paolo. (2003). *Virtuosismo y revolución. La acción política en la era del desencanto*, Madrid: Traficantes de sueños.

optimización y rendimiento laboral que elaborará un modelo organizativo que, entre otras cosas, apostará por potenciar la autonomía del trabajador a través de una mayor horizontalidad laboral.<sup>3</sup> Esto significaba, sobretodo, promover la rotación de los roles de la fuerza de trabajo en aras a mejorar la productividad atendiendo a las “inquietudes del trabajador” y sus necesidades particulares y laborales -escuchándolo y hablando directamente con él- para que así se pudiera comprometer en las tareas que lleve a cabo. De esta manera, al hacer hincapié en una suerte de desjerarquización y autonomía del trabajador mediante la interacción cognitivo-relacional, se acentuará la dimensión reflexiva en el seno de una producción que se reconfigurará por completo.<sup>4</sup>

Junto a esta especie de “transclasismo laboral” otra de las reestructuraciones que impulsará el toyotismo será el famoso *Just in Time* o *Stock 0*, cuya principal innovación consistirá en la máxima reducción temporal de la producción y de la circulación de la mercancía (el tiempo total transcurrido entre la fabricación de la mercancía y su venta deberá ser el mínimo); con esta estrategia se buscará tanto la eliminación de los costes de almacenamiento, como la adaptación de la producción a las demandas y transformaciones del mercado: una solución que definirá un escenario en el que la empresa ya no se involucrará en la producción masiva de una mercancía largo tiempo. Se podría decir, que la “época dorada de Ford” en la que las fábricas producían las mismas mercancías durante años, poco a poco estaba siendo desmantelada.

Pero no sólo la organización de las relaciones trabajador-empresa y el “tiempo vital” de la mercancía se redefinirán, también la relación entre unidades de producción; si en el modelo vertical fordista las relaciones entre distintos talleres se encontraban fuertemente integradas y jerarquizadas, en el modelo toyotista se tenderá a la exteriorización y a la deslocalización productiva. Además de esta reorientación funcional, con el abandono de industrias en crisis (por ejemplo las petroquímicas debido a la escasez energética) las empresas japonesas incrementarán la máxima participación en el mercado, sobre todo a través de la diversificación de capital en sectores tecnológicos estratégicos. Esta desintegración

---

<sup>3</sup> Taiichi, Ohno. (2004). *El sistema de producción Toyota*. Barcelona: Edicions Gestió 2000.

<sup>4</sup> Urry, John y Lash, Scott. (1998). *Economías de signos y espacio: sobre el capitalismo de la posorganización*, Buenos Aires: Amorrurtu, 99.

del modelo vertical fordista propiciará una especie “desterritorialización” que llevará al aumento de subcontratas vinculadas a la empresa; todo ello supondrá un “giro organizativo” que adoptará una jerarquía de carácter cibernético, donde las actividades de procesamiento de información y regulación serán gestionadas por “empresas madre”, mientras que el gasto de energía se intensificará conforme se descienda por la cadena.<sup>5</sup>

Tampoco habría que olvidar que a mediados de los 70 y principios de los 80 se producirá un desarrollo tecnológico sin precedentes, sobretodo en el ámbito de la computación y de la robótica -otro de los factores clave en la implantación del toyotismo-; las nuevas tecnologías se irán aplicando progresivamente a la producción industrial radicalizando el proceso de reorganización del trabajo. Son los años de una nueva revolución<sup>6</sup> que tendrá hitos de trascendencia decisiva como el desarrollo de *Apartnet* (1969), la fabricación de *Intel* del microprocesador (1971), o la comercialización de la primera computadora de *Apple* (1976). En definitiva, además de las innovaciones fabriles, las denominadas *General Purpose Technology* (GPT) -tecnologías de uso múltiple que excederán funcionalmente las intenciones de los fabricantes- empezarán a configurar no sólo una nueva economía, sino también un nuevo individuo.

Ante este panorama de cambios y reestructuraciones se empezará a diagnosticar que la vieja sociedad industrial estaba finiquitada; resulta sintomático que a partir de entonces aparezcan numerosos análisis que definan esta coyuntura bajo diferentes términos:<sup>7</sup> todos ellos vendrían a remarcar la transición del rígido modelo industrial a otro modelo postindustrial más flexible y dinámico. Como no podía ser de otra manera, esta transición también se abordará -o también se podría reseguir- desde el arte y desde toda la esfera visual más o menos reciente; por lo tanto, una mirada deliberadamente transversal a la pintura, la fotografía, la publicidad y la arquitectura servirá para ilustrar algunas cuestiones que se han ido planteado y otras que han quedado pendientes.

---

<sup>5</sup> Urry y Lash, *Economías de signos y espacio*, 100.

<sup>6</sup> Coriat, Benjamin. (1993). *El taller y el robot*. Madrid: Siglo XXI Editores.

<sup>7</sup> Bell, Daniel. (1994). *El advenimiento de la sociedad Post-Industrial*. Madrid: Alianza; Drucker, Peter. (1993). *The Post-Capitalist Society*. Nueva York: Harper Business; Lyotard, Jean François. (1989). *La condición posmoderna*. Madrid: Cátedra.



Fig. 1. Robert Kochler, *La Huelga*, 1886.

Para empezar, nos permitiremos la licencia de dar un salto hacia el pasado y proponer una interpretación algo apócrifa de este contexto; de hecho, se podría decir que existen obras alejadas considerablemente en el tiempo que sin quererlo prefiguran el panorama que aquí se ha descrito: una de ellas es el cuadro de Robert Kochler, *La Huelga* (1886)(Fig. 1).<sup>8</sup>

En el cuadro de Kochler vemos a un grupo de obreros hablando y gesticulando -quizás exigiendo, quizás negociando- a un patrón que escucha atentamente lo que éstos exigen o dicen. Al fondo de la escena aparece la fábrica -lugar del esfuerzo y la explotación- y en primer plano lo que suponemos que es la casa del patrón. Podemos obviar, aunque sea porque nos conviene que esa atenta actitud de escucha es un gesto paternalista o condescendiente sin más; porque es evidente que hay ahí una reacción "positiva" de la clase capitalista ante una situación de crisis; hay ahí un tomarse en serio el habla del trabajador; hay ahí una potencial integración de ese habla en aras de mejorar la productividad. Así pues, se podría especular que Kochler, queriendo reflejar el típico conflicto de lucha clases ha

<sup>8</sup> La obra que traemos a colación no es un gesto anacrónico sin coartada teórica; le debo a Carles Guerra y la exposición 1979. *Un monumento a instantes radicales (La Virreina. Centre de la imatge*, Barcelona 2011) la idea del cuadro de Kochler y su vínculo con las recientes transformaciones en la esfera del trabajo.

dado relevancia al contexto que más tarde será decisivo en la reorganización del trabajo. Más allá de la mera neutralización de los conflictos de clase -como en un primer momento se puede valorar este encuentro- lo que aquí conviene interpretar es que el lenguaje en toda su multidimensionalidad va a ser integrado en la esfera funcional de la producción y del consumo para incorporarse de pleno en los procesos de acumulación capitalista. Con el posfordismo, el habla ha empezado a trabajar a destajo.<sup>9</sup>

Es evidente que si el habla -o la comunicación en general- empieza a trabajar, este trabajo ya no se llevará a cabo en las mismas condiciones en la cadena de montaje: el obrero fordista mientras trabajaba en la cadena de montaje callaba (en todo caso sólo hablaba cuando salía de la fábrica); en cambio, el obrero posfordista habla sobre todo cuando trabaja (y si se nos permite la licencia, de tanto hablar es comprensible que luego calle en su tiempo libre cuando se conecta a las redes sociales o ve sus series favoritas por Internet).

Esta reorientación propiciará, entre otras cosas, que la cadena de montaje tienda a “descartar” la presencia y sobretodo determinada actividad humana: es lo que en cierta manera abordó Benjamin Coriat en su ensayo *El taller y el robot* (Coriat, 1993), y es lo que vemos en la serie fotográfica de Stéphane Couturier *Melting Point Toyota* (2005)(Fig. 2), Como se sabe, independientemente de la persistencia de formas de trabajo fabriles “obsoletas”, la actividad industrial se traslada a una nueva maquinaria, una maquinaria cada vez más sofisticada que nada tiene que ver con los viejos monstruos de hierro y acero que en el pasado convirtieron el trabajo en una especie de castigo mítico o en un suplicio de “sangre, sudor y lágrimas”. Couturier nos muestra mediante la manipulación de la imagen fotográfica la morfología de esta fábrica posfordista trabajando a pleno rendimiento -en este caso, la misma *Toyota*-; en la serie en cuestión podemos ver el paisaje formal de este nuevo escenario fabril donde parece excluirse por completo la actividad física de los trabajadores: el desarrollo de las nuevas tecnologías y su integración en el trabajo se materializa aquí como una especie de *horror vacui* de sofisticada maraña tecnológica que funciona de manera autónoma

---

<sup>9</sup> Virno, *Virtuosismo y revolución*, 44.

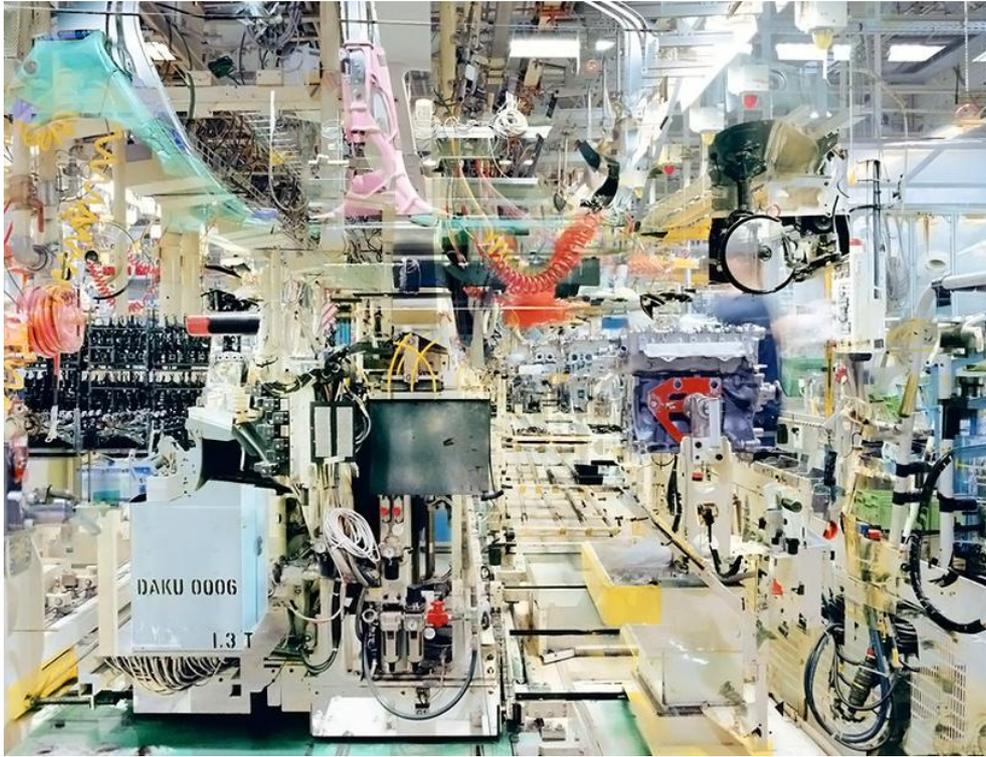


Fig. 2. Stéphane Couturier, *Melting Point Toyota*, 2005.

sin necesidad aparente de una fuerza de trabajo que se involucre en el proceso productivo. El espacio de la fábrica se tiende a confundir -o se fusiona- con el despliegue *high tech* más avanzado sin dejar resquicio para la presencia humana; una presencia que a partir de ahora está trabajando en otros lugares y de otra manera.

¿Y qué pasa mientras tanto con el lugar del viejo trabajo fordista? A esa pregunta responden de manera rotunda Yves Marchand y Romain Meffre en sus fotografías de Detroit (2011)(Fig. 3), la ciudad que acogió a algunas de las industrias automotrices más importantes del siglo XX -entre otras, a *Ford* y a *Chrysler*-, para convertirse en un estratégico centro industrial de la economía mundial. La historia de auge y esplendor de la *Motor City* resulta indisociable del espectacular desarrollo de la industria del automóvil a lo largo del siglo XX: buena parte del *American Way Of Life* -y por ende, del *Global Way Of Life*- salía reluciente de las fábricas de Detroit.



Fig. 3. Yves Marchand y Romain Meffre, fotografías de Detroit, 2011.

Sin embargo, Detroit y la industria del automóvil norteamericana irá perdiendo cada vez más relevancia en la economía global; el desplazamiento de la “vanguardia económica” al sector de las TIC’s, el fenómeno de la deslocalización productiva, o la competencia con las denominadas economías emergentes acabarán por situar a la ciudad de Detroit en una posición casi marginal en términos competitivos. La consecuencia de todo ello son precisamente las “Ruinas de Detroit”, el abandono y la decadencia física de muchos de los espacios que acogió la industria del automóvil y otros muchos lugares que aprovecharon el dinamismo que antaño tuvo la ciudad. La mirada de Marchand y Meffre se recrea precisamente en el abandono y en la decadencia de las ruinas de la *Motor City*; unas ruinas que en un gesto de citacionismo posmoderno entroncan sin complejos con la tradición romántica: se podría decir que la ausencia y la ruina parecen evocar aquí una pasada plenitud perdida para siempre. Sin entrar a valorar la dimensión ideológica de este contraste implícito, las fotografías de

Marchand y Meffre evidencian el fin de una determinada forma de trabajo en la que el poder casi omnipotente del pasado fordista deviene ausencia y ruina.

El trabajador posfordista no sólo ha dejado de trabajar en determinados lugares, sino que también, como con anterioridad se ha sugerido dedica su tiempo de trabajo y su tiempo libre a otras tareas. Si utilizamos la categoría de trabajador posfordista -con las reservas que ello implica- lo hacemos para referirnos a aquellos trabajadores que se han incorporado a actividades basadas en competencias científico-técnicas, lingüísticas, relacionales o creativas: esto es, el denominado “trabajo inmaterial”. Conviene no situar estas actividades en una suerte de “nivel superior” en relación a otras formas de trabajo, sobretodo porque dicha categoría abarca desde las “élites” que desarrollan en *Silicon Valley* el último *gadget* tecnológico, hasta la ingente cantidad de precarios explotados que se desenvuelven intermitentemente en dicha esfera -una esfera tremendamente jerarquizada en términos de “valor añadido”-, y que muchas veces obtienen su salario de subsistencia por medios “alternativos” o informales.

Seguramente, la tentación de considerar como la avanzadilla de un mundo mejor a ciertas élites ha llevado a sociólogos como Richard Florida a hablar de la *Creative Class* como posible solución a los problemas del neoliberalismo salvaje.<sup>10</sup> La *Creative Class* vendría a ser el “nivel superior” de esos trabajadores posfordistas, un selecto grupo de profesionales que, además de tener asociada a su fuerza de trabajo las tres T’s -talento, tecnología y tolerancia- presenta el potencial dinamizador de la economía. Precisamente, una conocida marca de automóviles -*BMW*- nos presenta las virtudes de todo ello como reclamo de consumo (2000); un reclamo de consumo que en sintonía con las estrategias actuales de marketing publicitario incide, sobretodo, en la celebración de determinadas formas de vida. De esta manera, en el anuncio en cuestión (Fig. 4) vemos a lo que antes se llamó de manera algo más restringida “burguesía bohemia”: artistas, investigadores, diseñadores, programadores, arquitectos y demás profesionales creativos aparecen aquí con su fotogenia característica como presunta vanguardia de la economía

---

<sup>10</sup> Florida, Richard. (2004). *The Rise of the Creative Class. And How It's Transforming Work, Leisure, Community, and Every Day Life*. Nueva York: Basic Books.

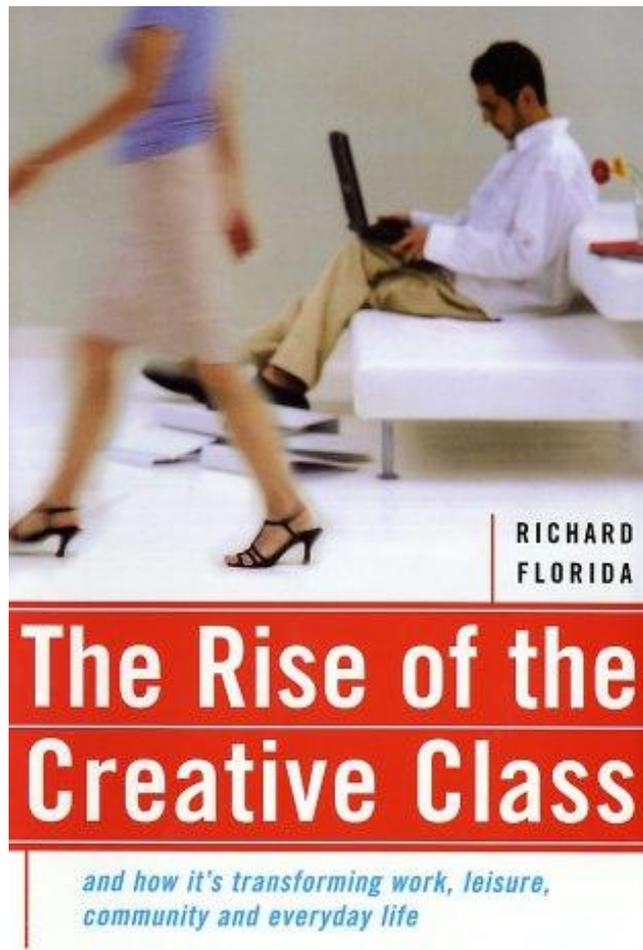


Fig. 4. Richard Florida, *The Rise of the Creative Class*, 2004.

global. Ni que decir tiene, que el tono del anuncio en su superficial loa de la *Creative Class* vendría a ser el complemento visual perfecto de las tesis de Florida.

Y ya que se ha mencionado el consumo y la celebración de determinadas formas de vida no estaría demás referirse a otros aspectos culturales -en un sentido algo más amplio del término- de la realidad posfordista que aquí se ha ido acotando. De hecho, cualquier mirada aérea evidencia que la integración de la esfera cultural juega un papel decisivo en la actual coyuntura socioeconómica; desde el énfasis en la valorización de las competencias cognitivas y el desarrollo del trabajo inmaterial, hasta la importancia de los gigantes del capitalismo cultural, sin olvidar el desarrollo y diversificación sin precedentes de la industria del turismo,

vemos sin necesidad de apelar a un “estudio de campo” que la valorización de la cultura ha adquirido una importancia estratégica que iría más allá de crisis puntuales o recortes presupuestarios.

Además de esta importancia estructural -y estrechamente relacionado con ello- se ha producido un giro significativo en la economía de acceso a la cultura. En líneas generales, si en el pasado el acceso a la cultura implicaba un cierto “esfuerzo” (había que desplazarse a un lugar único para ver u oír una obra “aurática” que incorporaba una serie de códigos y rituales que no estaban al alcance de todos), a lo largo del siglo XX se han ido invirtiendo las viejas limitaciones de antaño generalizándose un sinfín de procedimientos y de políticas que tienden a reducir radicalmente la distancia entre el consumidor potencial y la cultura.<sup>11</sup> Junto a ello, con la implantación generalizada de las TIC’s esta reducción descarta viejas formas y reclamos masivos:<sup>12</sup> la cultura se tiende a desprender de su fisicidad objetual y viene a nosotros -o mejor dicho, nos busca en términos toyotistas de *Just-In-Time*- allá donde estemos teniendo en cuenta nuestras necesidades particulares, y apelando más que nunca a la dimensión experiencial. Es precisamente la particularidad individual llevada al límite y la experiencia subjetiva supuestamente no consumible como mercancía lo que Chris Cunningham utilizó como coartada en su trabajo publicitario para la conocida marca de consolas de videojuegos *Sony Playstation* (2000)(Fig. 5); por eso mismo, sin mostrarnos en ningún momento mercancía alguna -un objeto demasiado “pesado” para los tiempos que corren- la inquietante niña alienígena sentencia con una autosuficiencia de manual de autoayuda que lo realmente importante es lo que podemos experimentar en nuestra mente: y eso se llama “riqueza mental”.

En cualquier caso, y ya para ir finalizando, si no es posible ir hacia ese consumidor potencial y ofrecerle las experiencias que desea, conviene llamarlo para que venga y por lo menos experimente las maravillas de la fábrica posfordista. Tomando prestado el ejemplo de Octavi Comeron la imagen definitiva de este escenario podría ser la *Concept Factory* -la denominada “Fábrica Transparente”- de

---

<sup>11</sup> Yúdice, George. (2002). *El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global*. Barcelona: Gedisa.

<sup>12</sup> Rifkin, Jeremy. (2000). *La era del acceso. La revolución de la nueva economía*. Barcelona: Paidós.



Fig. 5. Chris Cunningham, *Sony Playstation*, 2000.



Fig. 6. *Concept Factory*, Volkswagen, Dresde.

*Volkswagen* en Dresde;<sup>13</sup> una fábrica que en su redefinición espacial y funcional despliega visible su interior y de esta manera se muestra como reclamo experiencial a clientes, visitantes y turistas. El espacio de la fábrica se organiza con el pulcro aspecto de un centro de investigación -los trabajadores no usan aquí el viejo mono azul asociado al trabajo fabril, sino indumentaria de laboratorio y guantes blancos como pulcros profesionales creativos que se dedican en este caso a la I+D-, el suelo de madera que absorbe el escaso ruido se ilumina mediante teatrales focos, y lo más importante de todo: el edificio está recubierto por entero de cristal. De esta manera, la fábrica presenta zonas acondicionadas para mostrar en directo a los visitantes que lo deseen el espectáculo del nuevo trabajo fabril; o como dijo el mismo director de la marca en la inauguración: “nuestros clientes y visitantes podrán ver y experimentar aquí la destreza del oficio de nuestros trabajadores y el *State-of-the-Art* tecnológico. La marca Volkswagen añade así una nueva dimensión a la conexión emocional con un producto completamente nuevo en el mercado de lujo”.

Repitémoslo otra vez: “destreza del oficio de nuestros trabajadores” y el “*State-of-Art* tecnológico”; en cierta manera, la simbiosis entre trabajo, conocimiento, y arte se materializa aquí como el paradigma ideal del capitalismo tardío; seguramente, por eso mismo se está en lo cierto cuando se afirma que el “nuevo espíritu del capitalismo” -no hay que olvidar que dicho “espíritu” también tiene mucho de esquizofrénico- ha acabado integrando en su funcionalidad las pretensiones de la modernidad artística.<sup>14</sup> Las consecuencias a largo plazo de todo ello, y sobre todo la posible trayectoria de esas formas de organización del trabajo ahora que los procesos de acumulación capitalista se desplazan a otras regiones están aún por ver. Por lo pronto, aquel sueño de la modernidad se actualiza en los lugares y en la praxis de la fuerza de trabajo de la *Gesamkunstwerk* capitalista; y en su actualización, de una manera u otra, todos somos potenciales actores que intervenimos en el drama. Queda por saber si la puesta en escena todo ello, no es más que el espectáculo de la enésima reorganización del trabajo.

---

<sup>13</sup> Comeron, Octavi. (2007). *Arte y postfordismo. Notas sobre la fábrica transparente*. Madrid: Trama.

<sup>14</sup> Boltanski, Luc y Chiapello, Ève. (2001). *El nuevo espíritu del capitalismo*. Madrid: Akal.

## Referencias

- Arrighi, Giovanni (1999). *El largo siglo XX. Dinero y poder en los orígenes de nuestra época*. Madrid: Akal.
- Bell, Daniel (1994). *El advenimiento de la sociedad Post-Industrial*. Madrid: Alianza.
- Boltanski, Luc y Chiapello, Ève (2001). *El nuevo espíritu del capitalismo*. Madrid: Akal.
- Comeron, Octavi (2007). *Arte y postfordismo. Notas sobre la fábrica transparente*. Madrid: Trama.
- Coriat, Benjamin (1993). *El taller y el robot*. Madrid: Siglo XXI Editores.
- Drucker, Peter (1993). *The Post-Capitalist Society*. Nueva York: Harper Business.
- Florida, Richard (2004). *The Rise of the Creative Class. And How It's Transforming Work, Leisure, Community, and Every Day Life*. Nueva York: Basic Books.
- Liotard, Jean François (1989). *La condición posmoderna*. Madrid: Cátedra.
- Rifkin, Jeremy (2000). *La era del acceso. La revolución de la nueva economía*. Barcelona: Paidós.
- Taiichi, Ohno (2004). *El sistema de producción Toyota*. Barcelona: Edicions Gestió 2000.
- Urry, John y Lash, Scott (1998). *Economías de signos y espacio: sobre el capitalismo de la posorganización*. Buenos Aires: Amorrurtu.
- Virno, Paolo (2003). *Virtuosismo y revolución. La acción política en la era del desencanto*. Madrid: Traficantes de sueños.
- Yúdice, George (2002). *El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global*. Barcelona: Gedisa.