

Taylorisme digital

Una versió moderna de l'“organització científica del treball” amenaça de deshumanitzar l'entorn laboral.

© The Economist

Frederick Taylor va ser el guru més influent en l'àmbit de la direcció d'empreses del començament del segle XX. La seva obra *Principles of Scientific Management* ('Principis de l'organització científica del treball') va ser el primer èxit de vendes sobre direcció d'empreses. Entre els seus seguidors hi havia Henry Ford, que va aplicar moltes de les idees de Taylor en la seva enorme fàbrica d'automòbils de River Rouge, i Vladímir Lenin, que considerava que l'organització científica del treball era un dels pilars bàsics del socialisme. L'atractiu de Taylor era la seva promesa que l'organització empresarial es podia convertir en una ciència i els treballadors en peces de l'engranatge industrial. La millor manera de fomentar la productivitat, argumentava Taylor, era seguir tres normes: subdividir les feines complexes en tasques simples; mesurar tot el que feien els treballadors; i vincular el salari al rendiment, donant bonificacions als més eficients i fent fora els ganduls.

L'organització científica del treball va provocar una resposta negativa. Aldous Huxley la satiritzava a *Un món feliç* (1932) i Charles Chaplin a *Temps moderns* (1936). Una escola rival del camp de la direcció d'empreses sostenia que els treballadors eren més productius si se'ls tractava com a éssers humans. Però un article que s'ha publicat fa poc al *New York Times* assenyalava que el taylorisme està en auge. Aquest article afirma que el comerç per internet utilitza tècniques tayloristes clàssiques per aconseguir eficiència:

als treballadors se'ls avalua constantment i els qui no assoleixen les xifres adequades són eliminats implacablement, sense tenir en compte les tragèdies personals. El director d'Amazon, Jeff Bezos, ha insistit que no reconeix l'empresa retratada a l'article. Tot i així, el text ha desencadenat una forta reacció: ha tingut més de 5.800 comentaris a internet, un rècord per a un article del *New York Times*, i un bon nombre de persones han assegurat que a la seva empresa també s'aplica una política similar. Lluny de ser un fet anecdòtic, sembla que Amazon encarna una nova tendència, el taylorisme digital.

Aquesta nova versió de la teoria de Taylor parteix de tres principis bàsics per a una bona gestió empresarial però els sobrecarrega amb tecnologia digital i els aplica a un ventall molt més ampli de treballadors, no únicament als obrers industrials de Taylor sinó també als treballadors dels serveis, als treballadors del coneixement i als mateixos directius. En el món de Taylor, els directius eren els senyors de la creació. En el món digital són simples adminicles de l'enorme ordinador corporatiu.

La tecnologia permet que la divisió del treball s'apliqui a un espectre més gran de feines: empreses com Upwork (abans oDesk) fan negoci separant la feina d'oficina en tasques rutinàries i després externalitzant-les a autònoms. La tecnologia també permet que els estudis de temps i moviments es duguin a terme en altres nivells. Diverses empreses, per exemple Workday i Salesforce, creen programes de control entre iguals (sistemes de *peer-review*) que fan que les ava-





luacions de rendiment deixin de ser un ritual anual i es converteixin en un judici continu. Alex Pentland, de l'Institut de Tecnologia de Massachusetts, ha inventat una placa "sociomètrica", que es porta penjada al coll, que mesura paràmetres com el to de veu, els gestos i la propensió a parlar o escoltar. Turner Construction fa servir *drones* per controlar el progrés d'un estadi esportiu que està construint a Califòrnia. Motorola disposa d'uns terminals que es col·loquen als braços dels treballadors que té en grans magatzems per ajudar-los a fer la feina amb més eficiència, però que també es podrien fer servir per tenir-los controlats.

A mesura que l'organització empresarial cronomètrica continua guanyant terreny, també avança la remuneració segons el rendiment. Les empreses, com més depenen de la capacitat intel·lectual dels seus empleats, més intenten recompensar les millors ments amb salaris alts i participacions. "Un operador d'un torn brillant mereix un sou unes quantes vegades superior que el d'un operador d'un torn mitjà", assenyala Bill Gates, "però un programador que sigui brillant val deu mil vegades el preu d'un programador amb una habilitat mitjana". Moltes empreses, entre elles Amazon, apliquen la mateixa lògica darwiniana també als treballadors amb un rendiment pitjor, en un procés conegut com a "classificar i destriar": els treballadors són classificats regularment segons la productivitat i els pitjors són sacrificats.

La reacció desencadenada per l'article del *New York Times* demostra que el taylorisme digital és tan impopular com el model predecessor, basat en el cronòmetre. Els crítics addueixen alguns arguments poderosos. Diuen que "trossejar" les feines intel·lectuals limita la capacitat del treballador d'utilitzar creativament la seva expertesa. Que mesurar-ho tot treu plaer a les feines. Portar els treballadors al límit institucionalitza "l'anti-sindicalisme". El control constant d'uns treballadors a uns altres fomenta els atacs entre companys. Certament, algunes empreses que avaluaven el seu personal, com ara Microsoft, General Electric i Accenture, han arribat a la conclusió que és contraproduent i ho han deixat de fer.

La mà d'obra contraataca

L'avenç de la tecnologia pot aturar totes dues tendències. A la llarga l'ascens de

les màquines intel·ligents pot fer irrellevant el taylorisme: per què hem de convertir els treballadors en màquines si les màquines són molt millors? La proliferació de pàgines web com Glassdoor, que permet als treballadors fer una avaluació del seu entorn laboral, pot significar que les empreses que tracten els treballadors com a simple "mà d'obra" perdin la guerra pel talent que no es pot mecanitzar. I els penjolls sociomètrics de Pentland han donat alguns resultats impensats: per exemple, en un estudi fet a vuitanta treballadors del centre de trucades del Bank of America, es va descobrir que els equips de més èxit eren els que passaven més estona fent el que els seus caps suposadament no volien que fessin: enraonar els uns amb els altres.

Tot i així, el taylorisme digital sembla destinat a ser una força més poderosa que el seu predecessor analògic. Les empreses tecnològiques més importants, que marquen la direcció en gran part del

ALGUNES EMPRESES QUE AVALUAVEN EL SEU PERSONAL HAN CONCLÒS QUE ÉS CONTRAPRODUENT

món empresarial, l'estan aplicant. Google, que contracta uns quants milers de persones cada any d'entre tres milions d'aspirants, classifica constantment els seus treballadors en una escala de l'u al cinc. Als inversors sembla que els agrada el taylorisme: el preu de les accions d'Amazon va augmentar després de l'enrenou per l'article del *New York Times*. L'avanç imparable de la tecnologia fa aparèixer maneres cada vegada més sofisticades de mesurar i controlar els recursos humans. I els directius tayloristes barregen el dolç amb el salat: als "amabots" ('robots d'Amazon'), tal com ells s'autoanomenen, els està bé suportar un control minuciós si al cap de l'any reben unes bonificacions considerables. L'axioma més bàsic de la direcció d'empreses és "el que es mesura es controla". Per tant, com més avança la tecnologia que permet mesurar, més poder conferim als successors de Frederick Taylor. ●

Traducció d'Arnau Figueras