


Fernández-Rodríguez, Carlos, J. (2022). *Cadenas, redes y algoritmos. Una mirada sociológica al management*. Madrid: Catarata, 240 pp.

Marc Barbeta Viñas

Universitat Autònoma de Barcelona ✉ 

<https://dx.doi.org/10.5209/crla.94288>

Terminamos el ¿pospandémico? año 2022 con una magnífica e inesperada novedad editorial que va a ocupar la atención de esta reseña. Hablamos de la obra elaborada por el sociólogo de la Universidad Autónoma de Madrid, Carlos Jesús Fernández-Rodríguez, que lleva por título *Cadenas, redes y algoritmos. Una mirada sociológica al management*. Una obra que, muy probablemente, adquiera una relevancia más que notable dado que aborda un objeto de estudio prácticamente sin precedentes en la sociología española. El texto se ocupa, como objetivo fundamental, de los principales debates al entorno de las ideologías gerenciales o discursos del *management*. Sin embargo, la lectura de la obra hace evidente que el contenido va mucho más allá de esto: no se limita a reproducir, a modo de manual, las teorías principales sobre los estudios gerenciales, sino que pivotando sobre un análisis crítico de los discursos del *management*, desarrolla buena parte de los debates y las problemáticas que entran en contacto con estos discursos surgidos del campo de la gestión empresarial. Esto significa el abordaje de temas de máxima actualidad, muy especialmente aquellos que se vinculan con las transformaciones del trabajo, la empresa y el consumo. Así, las cuestiones que atraviesan el conjunto de la obra se relacionan con la importantísima incidencia que ha tenido y sigue teniendo el marco ideológico neoliberal que ha presidido en las últimas décadas los cambios más destacados en estos campos sociales, así como también los distintos contextos sociohistóricos que enmarcan dichas transformaciones.

En conjunto, la obra proporciona un conocimiento especializado sobre los temas tratados, sin que ello signifique grandes dificultades de comprensión, incluso por quienes no tenemos experiencia en la investigación del campo de los discursos *manageriales*, núcleo central del libro. Por tanto, es un texto muy bien escrito, equilibrado, coherente y crítico, que da muestras de la capacidad y dominio que tiene el autor sobre los temas tratados. Como ha demostrado Carlos J. Fernández en otros trabajos, se ofrece una visión contextualizadora y global muy propia de la mejor sociología crítica, que abre la posibilidad de hacer entroncar los debates concretos del ámbito gerencial con algunos de los principales problemas sociales generales que ocupan los ámbitos del trabajo, la empresa y el consumo. Además, como también ha ocurrido en otras publicaciones del autor, el trabajo dialoga y se respalda en una interminable y actualizada bibliografía que recoge las referencias teóricas y empíricas más relevantes sobre los temas tratados. En este sentido, es difícil encontrar un texto sociológico en castellano que proporcione al lector un acceso directo a un corpus tan completo de referencias, como ocurre especialmente con el caso de la bibliografía de los estudios críticos gerenciales

La edición de Catarata es excelente, de lectura cómoda, fácil de manejar, con las referencias bibliográficas al final del libro (lo que facilita al lector más interesado la búsqueda y consulta de las citas), y con un número de capítulos razonable, que hacen agradable la lectura y facilitan la

asimilación de los contenidos. El texto se organiza en seis capítulos, una introducción y un magnífico y omniabarcador epílogo final. Además, cabe añadir, el libro empieza con el prólogo de una de las figuras más destacadas de la sociología crítica española: el también profesor de la UAM, compañero y amigo de Carlos, Luis Enrique Alonso.

Justamente en el prólogo se esbozan con conocimiento de causa las bondades del libro y se justifica la pertinencia y necesidad del abordaje de los temas tratados en el mismo de la forma en que se ha realizado. Como señala Luis Enrique Alonso, el autor es probablemente el máximo exponente sobre los estudios críticos del *management* en la actual sociología peninsular. Carlos J. Fernández ha mantenido contacto permanente con las principales corrientes críticas de los estudios gerenciales existentes en Europa. Entre las más destacadas está la producción teórico-empírica desarrollada en Gran Bretaña, y en segundo lugar, las aportaciones realizadas desde Escandinavia. Este contacto actualizado, dinámico y altamente productivo ha permitido a Carlos J. Fernández situarse entre las principales figuras de la disciplina. Testimonio de ello lo son, antes del libro que aquí reseñamos, otros trabajos también relevantes del autor, en los que hace de receptor e introductor en la sociología española de esta corriente de estudios: por ejemplo, *Vigilar y organizar* (2007), o junto a Luis Enrique Alonso, *Poder y Sacrificio. Los discursos de la empresa* (2018). Por otra parte, el prólogo sitúa este *Cadenas, redes y algoritmos* en el contexto de la prolífica evolución investigadora del autor, que debe entenderse como una obra de su madurez científica e intelectual. Si hasta ahora una parte de los libros publicados eran en coautoría, especialmente los dedicados al campo del consumo (p.e. *Los discursos del presente*, 2013 o el reciente *Estudios sociales sobre el consumo*, 2021), en esta ocasión el autor emprende esta tarea en solitario. De hecho, la mayoría de los textos que presenta este trabajo son, en parte, producto de la culminación de distintos proyectos de investigación; en este sentido, un lugar de condensación de los principales resultados, reflexiones y debates teóricos que han ocupado no la única pero sí una de las principales líneas de investigación del Carlos J. Fernández.

Los dos primeros capítulos son los dedicados a la evolución de los discursos *manageriales*. El primero de ellos se centra en la definición del objeto de estudio, enmarcado dentro de la sociología de las organizaciones. Así las ideologías gerenciales se definen como las ideas principales que orientan y regulan la gestión de las empresas, la organización del trabajo, así como los valores que deben presidir la labor de los gestores. Como no puede ser de otro modo bajo el sistema capitalista, a pesar de la evolución de estas ideologías, lo común a lo largo del tiempo ha sido que sus objetivos siempre están marcados por el éxito empresarial y la mejora de la eficiencia y la eficacia de los sistemas productivos. Como hacía el Marx de los *Manuscritos* de 1844 al criticar las categorías reificadoras y deshumanizadoras de la economía política inglesa, el análisis crítico del *management* aquí realizado nos releva cómo las prescripciones realizadas desde los estudios de gestión y las escuelas de negocios, aparentemente técnicas, neutrales, no hacen otra cosa que someter las formas de organización del trabajo a distintas lógicas de control. La evolución revisada en este capítulo empieza por las formas panópticas, típicas del capitalismo disciplinario taylorista y los inicios de los estudios de gestión, hasta los entramados más posmodernos de control, mucho más sutiles, y basados en la participación activa del propio empleado. La identificación emocional y la asunción de los objetivos de la empresa, la creencia en las bondades de la flexibilización son ahora las estrategias gerenciales para el autocontrol de la fuerza de trabajo. Como se menciona en el apartado final, esta perspectiva no solamente es relevante en sí misma, sino también por cómo estos discursos que han cristalizado con éxito en el mundo de la empresa primero contribuyen a legitimar determinadas prácticas neoliberales en el mundo del trabajo; y segundo, tienden a desplazarse a otros ámbitos, generando unos imaginarios *a priori* difíciles de contrarrestar. Por qué criticar los valores de la innovación, la flexibilidad, el auto-emprendimiento o la “gestión emocional” –podría pensarse–, cuando de entrada podrían parecer objetivos legítimos o positivos por los distintos tipos de actores implicados en las relaciones económicas y empresariales.

El segundo capítulo es el dedicado a un análisis en profundidad de la obra del principal representante de los estudios de gestión y gerencia empresarial: Peter Drucker. El capítulo, sin embargo, no plantea la reproducción acrítica de las ideas de Drucker, sino de forma original, un análisis

del discurso sociopolítico presente en el conjunto de la obra de este gurú del *management*. Para ello se toma como paradigma metodológico de referencia, algunas obras del semiólogo francés Roland Barthes y del historiador suizo Jean Starobinski, que fundamentan de algún modo el nivel presemiótico en el que pretende moverse el análisis que propone el capítulo. Junto a un ejercicio continuo de contextualización social de la obra, siguiendo las distintas etapas y evolución de las aportaciones de Drucker, de su análisis resulta un conjunto de oposiciones estructurales, así como un marcado sentido prescriptivo en su discurso empresarial. Legitimado bajo los valores de la razón, la técnica o la neutralidad a-conflictiva con las que se mira la sociedad, la posición de Drucker no deja de representar –revela el libro– a los intereses de las clases empresariales aunque, eso sí, adaptados y rearticulados con los discursos dominantes de cada momento: de los valores de la seguridad, la racionalidad, la responsabilidad social y las grandes corporaciones burocráticas de la empresa del capitalismo industrial, se pasa a los valores de la flexibilidad, la movilidad, la centralidad del conocimiento y los saberes, el cambio y la innovación, que empresas y trabajadores tienen que asumir para hacerse un lugar en el mercado ultracompetitivo del capitalismo de producción flexible. Es por ello que la metáfora utilizada por el libro que mejor expresa esta mutación es el paso de las cadenas a las redes.

El tercer capítulo se dedica al análisis del discurso gerencial del caso chino y, a partir de ahí, reflexiona sobre su incidencia en la orientación gerencialista de la empresa occidental. El autor toma al Barthes de las *Mitologías* para proponer un análisis de la mitología gerencial que socialmente se ha ido construyendo alrededor de los modelos gerenciales del gigante asiático. Explica cómo tanto la literatura *managerial* como los medios de comunicación se han encargado de producir un conjunto de imágenes significativas sobre el modelo de expansión económica de China y sus pautas de gestión empresarial “exitosas”. Eso es, pragmatismo empresarial y productividad al servicio del consumidor, por un lado, y jerarquías flexibles, redes de conexión junto a altísima competitividad como recetas básicas de gestión, por el otro. El capítulo, como no podía ser de otra forma, aborda críticamente los límites de este modelo mitificado; unos límites que se encuentran estrechamente vinculados con problemáticas de primer orden como el impacto ambiental, la baja calidad democrática, el menoscabo de los derechos laborales o la difícil situación de los derechos humanos. Como señala sagazmente Carlos J. Fernández, si la recepción del mito gerencial Chino en occidente entraña un proceso de emulación por parte de la empresa occidental, prescribiendo sin más mayor productividad, mayor rendimiento y mayores innovaciones al fin de conseguir rentabilidad, ello supondrá, muy probablemente, importantes sacrificios para los trabajadores con la pérdida de derechos sociales y colectivos así como el empeoramiento de las condiciones de vida de la gente como costes no deseados.

En el cuarto capítulo, la atención se centra en la construcción que ha realizado el discurso gerencial sobre la figura del cliente. En este interesante capítulo el autor hace un recorrido que pasa por los cambios vividos por esta figura central en el discurso de *management* hasta llegar a analizar la orientación que han tomado las estrategias empresariales al proponer el cliente, que es sobretodo el consumidor, como referente central: sobre este eje parece haberse integrado el conjunto social en el contexto posfordista; los deseos de los consumidores –elemento capital del capitalismo de consumo– han orientado la adaptación de los mercados y por tanto de las medidas de gestión empresarial. El cliente así –dice el autor– juega un papel ambiguo, porque si bien es ante aquél sobre quien la empresa debe “rendirse”, los costes de hacerlo –como los muestra la emergente economía de plataformas– para el trabajo son inasumibles. Además, se destaca que este discurso “clientelar” ha penetrado también en las organizaciones de la administración pública, lo que ha supuesto en los últimos tiempos una modificación en las relaciones con las administraciones que pasan conceptualizar a sus usuarios más como clientes que como ciudadanos. En definitiva, una figura discursiva que, con efectos reales, sirve a empresas y (a ciertas) administraciones para legitimar un modelo burocrático neoliberal actualmente dominante en estos campos.

En los capítulos cinco y seis la mirada propuesta da un giro: ahora se pasa a atender a perspectivas críticas desarrolladas dentro de los propios estudios del *management*. Primero el autor se centrará en valorar las principales aportaciones de la corriente de “estudios críticos del

management". Así revisará las aportaciones más significativas de lo que se define como una corriente alternativa dentro de los estudios de las organizaciones y de la gestión. En contraste con aquello que se enseña en las escuelas de negocios más ortodoxas, este corpus de trabajos aprovechará sus intereses en paradigmas y autores como Marx, Foucault, la escuela de Frankfurt, el mismo psicoanálisis o las teorías feministas para enfocar críticamente -y no asumiendo las tesis del capitalismo neoliberal- el ámbito de la empresa y del trabajo. Desarrollando siempre una detallada contextualización, se expone también las evoluciones y giros que habría experimentado esta corriente, así como su (modesta) presencia en los distintos territorios europeos. Se termina con unas limitaciones muy significativas en las que se destaca la necesidad de repensar, dada la situación actual, la propia corriente de estudios, abogándose por la sociologización de la misma como una vía fructífera para superar los principales escollos: entre otros, la posibilidad de desarrollar prácticas e investigaciones relevantes tanto en la empresa como en la academia en un contexto donde el auge neoliberal tiende a asfixiar y a desplazar cualquier propuesta que persiga unos propósitos distintos.

El capítulo seis se dedica a las principales contribuciones que ha realizado Paul du Gay en los estudios críticos del gerencialismo, particularmente a partir de dos obras fundamentales del autor inglés -*Consumo e identidad en el trabajo* y *Elogio a la burocracia*- que Carlos J. Fernández conoce a la perfección porque, además, ha realizado sus ediciones en castellano. El capítulo relata de forma sumamente interesante la trayectoria académica de du Gay, junto a los contextos político-sociales que la enmarcan para, a continuación, analizar las vicisitudes de las citadas obras. En la primera de ellas, el autor inglés, bajo la influencia del gran Stuart Hall, analiza la conformación de las identidades en el trabajo, y cómo éstas se desarrollan negociadamente ante las prescripciones emanadas por el gerencialismo dominante en las empresas. El capítulo enfatiza especialmente en el carácter novedoso de cómo du Gay articula paradigmas como la sociología, los estudios culturales y los gerenciales, junto con aportaciones más cercanas al postestructuralismo, con resultados nada desdeñables. En la segunda obra, Carlos J. Fernández narra cómo el sociólogo británico emprenderá una valiente tarea de analizar e incluso defender, en un contexto de profundo neoliberalismo donde todo lo que suene a Estado y administración pública queda negativamente connotado, los sistemas burocráticos. Así, recuperando la clásica tradición de Max Weber, la burocracia se entenderá como "dique" frente a la desigualitaria cultura del mercado. Como destaca Carlos J. Fernández, según du Gay, más allá de sus excesos (que también los hay) la burocracia encuentra su sentido en un contexto democrático, racional y fuertemente garantista para con la igualdad de los derechos de la ciudadanía.

El capítulo final es un fantástico epílogo donde el autor plantea los escenarios sociales del futuro próximo, subrayando -de acuerdo con las problemáticas principales del presente, vinculadas a los campos del trabajo, la empresa y el consumo- los desafíos de las sociedades que vienen, sin olvidar lo que ha significado los acontecimientos recientes -a modo de unos enigmáticos cisnes negros- que han hecho tambalear el mundo entero como la pandemia de la Covid19, la guerra en Ucrania o el cambio climático. Lo que me parece más destacable, sin embargo, es el acertado diagnóstico realizado sobre cómo la innovación y el desarrollo tecnológico sin precedentes, con internet y la web 2.0, así como las posibilidades que abre la gestión algorítmica de la realidad, como máximos exponentes, van a transformar -y lo están haciendo- absolutamente las sociedades del futuro. En los campos que aborda el libro, se señala por ejemplo el impacto de la emergente economía de plataformas sobre el trabajo, el consumo, la configuración de la subjetividad y, cómo no, los modos en que las organizaciones empresariales legitiman los nuevos "tecnopopulismos" que venden el control digital, la tiranía del consumidor, la hiperprecariedad de los nuevos empleos y el profundo debilitamiento de los vínculos sociales como desafíos y ventajas para los individuos. Es evidente que, ante las incertidumbres que vienen, libros como este *Cadenas, redes y algoritmos*, más que necesarios, son imprescindibles.