

Fernández Rodríguez, C. J. (2022): *Cadenas, redes y algoritmos. Una mirada sociológica al management*. Madrid: Los Libros de la Catarata, 240 pp.

David del Pino
Universidad Nebrija  

<https://dx.doi.org/10.5209/stra.95031>

Recibido: 02-02-2024

La publicación de *Cadenas, redes y algoritmos. Una mirada sociológica al management* (Madrid, Catarata), de Carlos Jesús Fernández Rodríguez, consiste en la publicación de parte de los resultados del proyecto de investigación «La *gig economy* desde la perspectiva del consumidor: un análisis de las representaciones y prácticas sociales del consumo electrónico», financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades. No obstante, este libro representa algo más importante que un informe con los resultados de un proyecto de investigación: su significación reside en que permite observar con panorámica la trayectoria intelectual y los logros de uno de los pensadores más fructíferos e interesantes de la sociología española de las últimas décadas.

Este nuevo libro es la culminación de una carrera intelectual que comenzaba con la publicación de los resultados de su proyecto de tesis doctoral: *El discurso del management. Tiempo y narración*; y que continuaba con otros trabajos posdoctorales como *Vigilar y organizar. Una introducción a los Critical Management Studies*. El libro que aquí se reseña presenta un conjunto de temas vinculados con los Critical Management Studies, identificando el management o los discursos gerenciales con las ideologías directivas que justifican el compromiso de las personas, en especial de los trabajadores, con el sistema de producción capitalista y que permite identificar ese compromiso como una cuestión atractiva. Las ideologías gerenciales se construyen desde la mirada de los empresarios sobre cómo organizar la economía, la producción, el trabajo y la sociedad, para que los trabajadores se involucren emocionalmente con las labores que desempeñan.

El objetivo de este trabajo consiste en presentar un conjunto de ideas sobre las ideologías gerenciales, para describir sus rasgos, su evolución en las últimas décadas, descubrir la obra de alguno de sus gurús, en este caso, de Peter Drucker, y avanzar ideas sobre su situación en el presente y su posible futuro. El libro consta de un breve apartado de introducción y agradecimientos, de seis capítulos y un epílogo.

En el primer capítulo (pp. 31-49), el autor presenta la naturaleza del discurso gerencial, con el objetivo de mostrar sus características y la importancia que tiene para la sociología. Las ideologías gerenciales son auténticas políticas que, una vez impuestas, transforman el funcionamiento de las organizaciones, los mercados y la perspectiva de los empresarios. Podríamos decir que los discursos gerenciales están asociados a la posición política de aquellos que ostentan el poder dentro de las corporaciones, expresando claramente su opinión sobre la sociedad y el funcionamiento de las empresas.

Con el estudio de los discursos gerenciales podemos comprender las preocupaciones de empresarios y directivos en un momento histórico determinado, ya fuera la organización de la producción alrededor del modelo taylorista, o la era del marketing y la digitalización, cuya ideología debe gestionar la flexibilidad, la incertidumbre o la adaptación de empresas y trabajadores a cambios drásticos. Si bien en las primeras décadas del siglo XX estas filosofías realizaban una defensa de lo racional y la planificación como cuestión ineludible para garantizar un crecimiento económico sostenible y garantizar la tasa de ganancia del capital, los

¹ Doctor en Sociología y Antropología, Université Lumière Lyon 2. Profesor Titular del Departamento de Sociología de la Facultad de Ciencias Sociales, UDELAR, Constituyente 1502, Montevideo, Uruguay. CP 11.200 Especializado en: Sociología del Trabajo y las Organizaciones Tel. 598 99526998 francisco.pucci@cienciassociales.edu.uy.

² Doctora en Sociología por la Universidad de la República. Montevideo, Uruguay. Profesora Asistente en Facultad de Ciencias Sociales. Constituyente 1502, Montevideo. Uruguay. CP: 11200. Especializada en: Sociología del Trabajo y Sociología rural. Tel. 598 99021445 mavictoria.menendez@cienciassociales.edu.uy.

³ Lic. en Sociología por la Universidad Nacional de Villa María, Córdoba, Argentina. Candidata a Magister en Sociología por la Universidad de la República, Montevideo, Uruguay. Investigadora en la Facultad de Ciencias Sociales, UDELAR, Constituyente 1502, Montevideo, Uruguay. Profesora Ayudante en Facultad de la Información y Comunicación por la UDELAR, San Salvador 1944. CP 11.200. Montevideo. Uruguay. Especializada en: Sociología del trabajo y Conflictividad laboral. Tel: 598 92305808 camila.cutro@fic.edu.uy

discursos gerenciales desde 1970 hacen referencia a la imperiosa necesidad de transitar hacia un modelo diferente, nuevo, una vez que se instala la fragmentación de los mercados y la globalización.

Por otro lado, en el segundo capítulo (pp. 51-84) se pone el énfasis en la obra del padre del management como disciplina de conocimiento, Peter Drucker. El análisis de la obra de Drucker nos permite comprender la evolución de los discursos gerenciales, pasando de una defensa de la producción racional a la necesidad de buscar la adaptación en mercados cada vez más fragmentados y divididos. Como señala el autor de este libro, cabe destacar el compromiso político de Drucker con el liberalismo como doctrina que muestra su superioridad moral frente al racionalismo de la Ilustración o contra las economías planificadas.

Durante la Segunda Guerra Mundial, Drucker se centró en la importancia de la fábrica como centro neurálgico a partir del cual conformar una sociedad industrial, garantizar la libertad de los individuos, la propiedad privada y la separación entre la esfera privada y los poderes públicos. De esta manera, para Drucker la fábrica no solo tenía una finalidad económica, sino que representaba una institución social que garantizaba la cohesión de las sociedades.

En última instancia, lo que Drucker defiende en el contexto de la Segunda Guerra Mundial es un modelo gerencial científico donde existen medidas de autocontrol del trabajador que implican menos supervisión, aumentando su vinculación con la corporación. Sin embargo, en los años sesenta la obra de Drucker mostrará un giro fundamental, que debe entenderse en relación con las transformaciones del sistema económico, pasando de un modelo planificado a uno hiperflexible. Desde este momento, su principal interés será la innovación social y las posibilidades de adaptación a un entorno en continua transformación. Esto se debe, en primer lugar, a la fragmentación de las necesidades de los públicos y, en segundo lugar, a la crisis de la producción en masas, que será sustituida por un modelo de producción flexible donde el conocimiento y el capital humano tendrán un lugar privilegiado. La obra de Drucker representa firmemente la posición de la clase empresarial durante la segunda mitad del siglo XX, transitando de un modelo de planificación científica a la defensa de la flexibilidad y la innovación como generador de valor.

En el tercer capítulo (pp. 85-102), Carlos J. Fernández muestra la importancia que tiene el caso de China para comprender los discursos gerenciales en el presente, ya que después de delimitar el mito de la China competitiva se insta a que las empresas occidentales aumenten la productividad y la innovación para competir con el gigante asiático, implicando una serie de medidas drásticas y dolorosas para los trabajadores, es decir, aumento de la jornada laboral y disminución de los salarios, además de una mayor flexibilidad en el mercado de trabajo.

En la literatura gerencial, China representa tanto una oportunidad como una amenaza. Por un lado, el gigante asiático se ha convertido en un lugar donde invertir, pero, por otro lado, la competición económica con este país implicaría la adopción de medidas drásticas en el mercado de trabajo: reducción de salarios y mayor flexibilidad. En este sentido, es conveniente reproducir íntegramente las palabras del autor:

La única salida posible es la de actuar, mejorando la productividad y el rendimiento y, sobre todo, innovando, ya que las manufacturas tradicionales tienen poco que hacer una vez que el gigante asiático se ha convertido en la fábrica del mundo. Y, para ello, quizá se haga necesario hacer sacrificios dolorosos, lo que justifica una continua llamada al recorte de los "privilegios" de los trabajadores, la reforma de la negociación colectiva o las reducciones de los servicios del estado del bienestar (p. 100).

La mirada en el cuarto capítulo (pp. 103-131) se dirigirá al concepto de cliente. El cliente representa un punto decisivo en la literatura gerencial, pues toda la acción empresarial y de las administraciones públicas se orienta a satisfacer sus necesidades. Se trata continuamente de dar un servicio excelente, exquisito y de gran calidad, que atraiga a los clientes, cuando los públicos se han fragmentado. Desde 1970 y 1980 el capitalismo sufre una gran transformación, pasando de la defensa de un modelo racional a poner el énfasis en la flexibilidad e innovación. En este contexto, el marketing ocupará un lugar prominente para encontrar soluciones fáciles a una nueva realidad: la fragmentación de los públicos y la constante búsqueda de clientes.

En el quinto capítulo (pp. 133-159), se presentan las principales aportaciones de los Critical Management Studies (CMS). En el contexto de la imposición del neoliberalismo como racionalidad económica hegemónica, el fenómeno del discurso gerencial comenzó a ocupar mayor interés. Es decir, el auge de las escuelas de negocio y la asunción de los valores del neoliberalismo representaba la victoria del discurso gerencial y de su cosmovisión de cómo organizar la gestión de lo público y lo privada. Sin embargo, a la vez que esto ocurría, un conjunto de intelectuales se agrupó en una escuela conocida como Critical Management Studies, donde se desarrollaba una crítica a la imposición del imaginario social de las escuelas de negocio y las empresas.

Los integrantes de esta escuela crítica se oponen a la ideología gerencial que prima la adaptabilidad en un mundo sometido a *shocks*. La filosofía gerencial recomendará a las empresas que se adapten a una economía del conocimiento, que exige por su flexibilidad, tanto transformaciones en el diseño de las organizaciones como trabajar a favor de la dimensión humana. Estas ideas que componen la filosofía gerencial contemporánea proceden de diversos espacios de poder: escuelas de negocio, consultorías, líderes carismáticos y gurús de las empresas, editoriales empresariales, y universidades privadas.

De este modo, el objetivo de los integrantes de los Critical Management Studies consiste en plantear líneas de fuga en las perspectivas gerenciales en relación con el estudio de las organizaciones, convirtiéndose en un espacio que permite la confrontación, tanto teórica como práctica, sobre la gestión de la sociedad, los negocios y la posición que deben ocupar las empresas en la vida social.

En el sexto capítulo (pp. 161-196) se discute la obra de Paul Du Gay, autor de uno de los proyectos intelectuales más interesantes surgidos de la sociología británica en los últimos años. Para comprender adecuadamente la obra de Du Gay debemos contextualizarla, y esto implica realizar una mínima cartografía de lo que

supuso la llegada de Margaret Thatcher al poder en Reino Unido y la imposición de una nueva racionalidad económica y política, en consonancia con Ronald Reagan en los Estados Unidos.

Thatcher gana las elecciones en 1979 con un programa crítico con el manejo de la economía y el proyecto keynesiano que imperaba desde la Segunda Guerra Mundial. La victoria electoral de la dama de hierro supuso la imposición de la racionalidad política y económica del neoliberalismo en Reino Unido, desregulando los distintos mercados con el objetivo de aumentar la competitividad de la economía. Con Thatcher en el gobierno se asume que la iniciativa privada es la única capaz de generar riqueza, por lo que se incentivará la inversión privada y se buscará la disminución del sector público. Algunas de las medidas estrella de Thatcher serán la reducción de los impuestos a las grandes fortunas, recortar el estado de bienestar o endurecer los criterios para recibir prestaciones sociales, como los servicios de desempleo.

De esta manera, la obra de Du Gay representa un auténtico desafío al fenómeno que supuso el *thatcherismo* en Reino Unido, a partir de diversas perspectivas y autores que progresivamente irá integrando: Michel Foucault, Max Weber o Stuart Hall, entre sus principales referencias teóricas. Lo que observamos en la obra de Du Gay es una defensa de la función pública y del *ethos* burocrático frente a los ataques neoliberales.

En último lugar, en el epílogo (pp. 197-217) se delinean los desafíos a los que se enfrenta la filosofía gerencial en nuestro contexto, marcado por la incertidumbre y la sucesión de transformaciones de calado, como la Inteligencia Artificial. Los discursos gerenciales han representado a lo largo del tiempo las principales ideas de los gestores y empresarios no solo de cómo ha de organizarse el trabajo, sino de qué valores han de ser los acertados. Estos discursos tienen una función muy necesaria dentro de la legitimidad del sistema de producción capitalista: permiten la adhesión y motivación de la fuerza de trabajo hacia las empresas y traslada imaginarios y cosmovisiones que los empresarios deben adaptar para que las organizaciones empresariales sean eficientes.

En definitiva, nos encontramos ante una situación muy compleja, donde el nuevo tecnopopulismo, convertido en credo religioso, está centrado en glorificar cualquier forma de individualismo radical que rechaza todo tipo de organizar la producción de manera colectiva, lo que explica el surgimiento de nuevos populismos empresariales como el de Javier Milei en Argentina. Podemos concluir esta reseña admitiendo que los discursos gerenciales son el grado cero de la ideología empresarial.