

Carlos Jesús Fernández Rodríguez

El discurso del management: Tiempo y narración

Madrid, CIS, Colección Monografías, 2007

Al calor del interés que la reflexión crítica acerca de la teoría y práctica de la gestión de empresas ha suscitado en los últimos quince años, la colección *Monografías* del CIS dedica su volumen 248 al libro del sociólogo español Carlos Jesús Fernández Rodríguez, *El discurso del management: Tiempo y narración*. Si los *Critical Management Studies* gozan ya de un amplio desarrollo en el Reino Unido y los países escandinavos, en el sur de Europa apenas se ha dejado notar su influencia fuera y dentro de la academia. La obra de Carlos Jesús Fernández Rodríguez viene a inaugurar este campo en el ámbito español con un examen parejamente social y discursivo de la literatura producida por los gurús del *management*, en el que une un análisis estructural-semiótico a la manera de Roland Barthes con una minuciosa reseña del contexto social en el que esta suerte de teoría popular de *management* se produce y circula. Menos una reconstrucción histórica que un intento de periodización apoyado en el contenido y estructura de las obras de literatura gerencial, *El discurso del management...* aborda las sucesivas transformaciones de las relaciones sociales de producción a través de los modelos que aquéllas proponen para explicarlas, dirigir las y justificarlas, y, en la perspectiva crítica que anima el trabajo, busca identificar las formas de poder y control en las organizaciones que subyacen a éstos.

Aunque desde la evocación a Ricoeur en el subtítulo de la obra se anuncie la importancia que la hermenéutica y la teoría semiótica tendrán en la misma, el análisis de Fernández Rodríguez se centra en un tema de honda raigambre en la tradición sociológica: la división social del trabajo, tal como se ejerce en la moderna empresa capitalista, y en especial los llamamientos ideológicos que en el seno de ésta se producen para producir y mantener esta división. La vasta literatura empresarial que ha cobrado cuerpo en el pasado cuarto de siglo, agitada por frecuentes modas y surcada por profundos desacuerdos, es considerada así no sólo como la progresiva elaboración de un saber técnico, sino también y sobre todo como un esfuerzo por dotar de un sentido social a la actividad de los *managers*. Al servicio de la interpretación sociológica de este discurso legitimador pone Fernández Rodríguez un análisis de

neta inspiración barthesiana, de cuya raíz estructuralista toma la premisa de que los textos se apoyan en oposiciones conceptuales sistemáticas. Investigando las estructuras temáticas, argumentativas y pragmáticas de los textos producidos por los autores canónicos de la teoría gerencial —sus *gurús*—, pretende precisar las representaciones y valores que han alentado a la adhesión en cada estadio del capitalismo moderno.

El libro se abre con una introducción que delinea el panorama teórico en el que se inscribe, y que abreva especialmente en la obra de Luc Boltanski y Eve Chiapello, cuyo *Nuevo Espíritu del Capitalismo* (1999) ha representado el principal esfuerzo por ofrecer una aproximación sociológica a las ideologías gerenciales. Con ellos, y en la línea encabezada en España por Luis Enrique Alonso, Fernández Rodríguez observa que el capitalismo moderno está caracterizado por una legitimidad incuestionable, que ha permitido el recrudescimiento de la explotación laboral en el curso de las últimas décadas. Esta legitimidad, desarrollada parejamente a las transformaciones del ámbito del trabajo, se ha apoyado en la colonización de la vida privada y familiar por el compromiso con la empresa. Fenómenos como la flexibilidad laboral y la desregulación de la negociación colectiva requieren de una fuerza de trabajo que adhiera más o menos espontáneamente a la identidad corporativa. Entre los medios a través de los cuales esta adhesión se inculca está la literatura de gestión, cuya enorme difusión en las últimas décadas atestigua el creciente influjo que sobre la sociedad ejerce.

El primer capítulo reseña a grandes rasgos la evolución de esta literatura desde los promotores de la iniciativa individual en el siglo XIX, a través del desarrollo de la dirección científica, las relaciones humanas y la progresiva profesionalización de la gerencia, hasta llegar a las crisis de la década del setenta y la consecuente reacción, caracterizada por la difusión de valores empresariales y el triunfo del neoliberalismo. La desregulación que esta última promoviera ha afectado también, sin embargo, la propia disciplina del *management*, que en su estado actual muestra una gran pluralidad de enfoques y una importante falta de cohesión teórica. Completa el capítulo una revisión de la evolución de esta literatura en España, mal conocida hasta el momento y de gran interés para el investigador local. El segundo capítulo explora a su vez los análisis que se han hecho de esta literatura, comenzando por las reseñas históricas esbozadas desde la propia disciplina del *management*. Muchas de éstas, sin embargo, resultan de poco interés para el investigador por la falta de aproximación crítica. Entre los enfoques más analíticos nota el interés por las modas en materia de gestión iniciado por Abrahamson (1991), los estudios más críticos para con la disciplina en general realizados por autores en su mayoría británicos (Clark y Salaman, 1996; Collins, 2000; Fincham, 1999), y en especial la progresiva consolidación de los *Critical Management Studies*. Retomando iniciativas de la Teoría Crítica frankfurtiana y del posestructuralismo francés, esta corriente examina la gestión como una forma de control social, aunque no ha abordado más que raramente el fenómeno específico de la literatura de *gurús*. Finalmente, señala los aportes de los ya mencionados Boltanski y Chiapello (1999).

El tercer capítulo, que presenta la metodología, es el último de carácter introductorio. Puesto que el análisis del discurso es aún una herramienta novedosa en las ciencias sociales, resulta de gran interés la presentación que hace Fernández Rodríguez de la categoría de género literario aplicada a los textos de no-ficción. El análisis del discurso se aborda, por un lado, desde una dimensión estructural barthesiana (Barthes, 1975), centrada en el análisis de

las clasificaciones de la realidad social planteadas en el texto, centrándose en actores, acciones y normas. Por otro, recoge los intentos de relacionar estrategias comunicativas con funciones sociales producidos a caballo entre la lingüística y las ciencias sociales: el análisis de la conversación, el análisis crítico del discurso, la psicología discursiva, etc. Aunque hubiera sido deseable una discusión teórica más extensa, y el tratamiento de la noción de género omite algunos de los avances más significativos de los últimos años en lingüística aplicada (e.g., Miller, 1984), la presentación resulta sólida y persuasiva. De especial interés es la discusión de la triple relación entre semiosis, ideología y contexto con que el capítulo se cierra, en la que aboga por ampliar la restricción al ámbito microsocia que ha caracterizado muchos de los enfoques discursivos.

Las siguientes doscientas páginas están dedicadas a la médula de la obra, el análisis de varias obras de gestión juzgadas representativas de los tres periodos que Fernández Rodríguez identifica en el desarrollo de la disciplina. En el cuarto capítulo, la autobiografía profesional de Alfred Sloan Jr. y *The human side of enterprise* de Douglas McGregor ilustran respectivamente la organización científica del trabajo, tal como se aplicó en las grandes corporaciones norteamericanas, y la escuela de las Neorrelaciones Humanas. El primero de estos textos –obra, en realidad, de la pluma de John McDonald y Alfred Chandler, un hecho que curiosamente se omite– inauguraría además la tradición de biografías «heroicas» (Huczynski, 1993) que tan importantes han sido en el género. Lo esencial que de él se extrae es la contraposición sistemática entre la racionalidad gerencial y la pretendida irracionalidad de sindicatos y políticos, a través de la cual Sloan buscaba justificar su autoridad en un entorno caracterizado por una alta conflictividad laboral. El texto de McGregor, por su parte, depende en su argumentación de los característicos *topoi* de la ruptura con la tradición y la motivación del trabajador para su integración. En ambos el conflicto social, y aun la misma posibilidad de que los objetivos de la empresa y de los trabajadores no sean plenamente conciliables, aparecen ocultos por lo que Fernández Rodríguez llama la «mitología de la cooperación».

La crisis de la gran corporación, que llevaría a la búsqueda de soluciones flexibles apoyadas en la introyección de los valores y objetivos de la empresa por parte de los trabajadores, se explora en tres textos: *Theory Z*, de William Ouchi, que promueve la eliminación de los controles y reglamentaciones desarrollados por la organización científica en aras de un compromiso basado en la proximidad, la confianza y la cultura corporativa; *The art of Japanese management*, de Pascale y Athos, en el que prescripciones muy similares se apoyan en la comparación del modelo de dirección japonés ejemplificado por Konosuke Matsushita con el de diferentes ejecutivos estadounidenses; e *In search of excellence*, de Tom Peters y Robert Waterman, el mayor *best-seller* del género y probablemente la obra más decisiva para consolidar sus rasgos estilísticos. Los tres apelan al carisma personal del directivo y a su capacidad de saltarse las reglas (*think outside the box*) como sustitutos de la planificación rigurosa, así como a la socialización constante de los trabajadores como fuente de motivación que permita soslayar los controles directos. A la vez, coinciden en ignorar los factores históricos y nacionales que subyacen a este viraje en las prioridades estratégicas, apoyándose en cambio en la pretendida superioridad intrínseca de un *management* «artístico» o «creativo».

Finalmente, el sexto capítulo ofrece una pequeña selección de las modas gerenciales de la década de 1990, representada por *Reengineering the corporation*, de Hammer y Champy,

y *Liberation management*, de Tom Peters. Aunque el periodo se caracteriza por la ausencia de una teoría hegemónica —no en vano abarca el *boom* de las modas de gestión—, ambos textos responden a la tónica dominante al abogar por una ruptura más o menos completa con los criterios establecidos en dirección de empresas. Prolongando las ideas de los ochenta, proponen un modelo de directivo épico, cuya principal tarea está en la demolición de las jerarquías y compartimientos, y su lugar junto a los empleados, a modo de *coach*. En un contexto de gran competitividad, la innovación estratégica —a menudo destructora— para el liderazgo de mercado ocupa un lugar central, antes dominado por cuestiones organizacionales. Con todo, quizá la innovación más distintiva se encuentra en el estilo: desenfadado, informal y fuertemente prescriptivo, se aleja por completo de los cánones académicos de composición.

Las conclusiones ocupan las dos últimas secciones. Una de ellas ofrece un esbozo del campo de la literatura gerencial en términos que remiten a la sociología de Pierre Bourdieu. Esta aproximación, cuyas bases teóricas por lo demás apenas tocan el nervio de los análisis precedentes, distingue dimensiones de precio y prestigio en el capital simbólico de los *managers*, y de formalidad teórica y proximidad a la academia en los autores. Lo programático del capítulo impide que su tesis central —el desusado peso de la búsqueda de capital económico en las motivaciones para entrar al campo de la teoría gerencial— reciba gran desarrollo, aunque la perspectiva intelectual que ofrece será reconocible para quienes estén familiarizados con los trabajos de Luis Enrique Alonso (Alonso, 2002; Alonso y Fernández Rodríguez, 2006). La última, por su parte, resume y compara los hallazgos empíricos a la búsqueda de una fórmula que describa lo esencial de la teoría de gestión. Más allá de los análisis específicos, su argumento gira en torno al *doble vínculo* presente en estos textos, que promueven la iniciativa y la creatividad en la vida laboral a la vez que ocuyen toda posibilidad de cuestionar el sistema económico y social en que este régimen laboral se apoya. Este carácter paradójico se ha agudizado con el tiempo, abriendo serias dudas sobre el valor intelectual de la teoría de gestión.

Más allá de las novedades metodológicas que *El discurso del management* ofrece —pues el análisis del discurso, rigurosamente aplicado, es aún una herramienta novedosa en las investigaciones sociales en el mundo hispano—, su principal valor radica en su aporte al debate sobre el papel de la gestión en el mundo contemporáneo. El despliegue sistemático de los argumentos explícitos e implícitos alimenta el cuestionamiento del falaz «sentido común» en que con frecuencia estas teorías se apoyan, y el avance hacia la concepción propiamente sociológica de las mismas, que sin reincidir en las simplificaciones del positivismo no se rinda ante la pretensión gerencial de representar un conocimiento puramente técnico. La obra, que no se permite esas flaquezas, ilustra el significativo aporte que una ciencia social genuinamente interdisciplinaria puede hacer a la investigación crítica de la economía política contemporánea.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABRAHAMSON, E. (1991), «Managerial fads and fashions: The diffusion and rejection of innovations», *Academy of Management Review*, 16 (3): 586-612.

- ALONSO, L. E. (2002), «El discurso de la sociedad del conocimiento y el declive de la reforma social. Del *management* del caos al caos del *management*», en García Blanco, J. M. y Navarro, P. (eds.), *¿Más allá de la modernidad? Las dimensiones de la información, la comunicación y sus nuevas tecnologías*, pp. 471-501. Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas.
- ALONSO, L. E., FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, C. J. (2006), «El imaginario managerial: el discurso de la fluidez en la sociedad económica», *Política y Sociedad*, 43 (2): 127-151.
- BARTHES, R. (1975), «An introduction to the structural analysis of narrative». *New Literary History*, (6): 237-272.
- BOLTANSKI, L., CHIAPPELLO, E. (1999), *Le nouvel esprit du capitalisme*. París, Gallimard.
- CLARK, T., SALAMAN, G. (1996), «The management guru as organizational witchdoctor». *Organization*, 3 (1): 85-107.
- COLLINS, D. (2000), *Management Fads and Buzzwords: Critical-Practical Perspectives*. London, Routledge.
- FINCHAM, R. (1999), «The client-consultant relationship critical perspectives on the management of organisational change». En *Journal of Management Studies*, 36 (3): 335-51.
- HUCZYNSKI, A. (1993), *Management Gurus: What Makes Them and How to Become One*. London, Routledge.
- MILLER, C. R. (1984), «Genre as social action». En *Quarterly Journal of Speech*, 70: 157-178.

ALON LISCHINSKY
Universitat Pompeu Fabra
alon@lischinsky.net