

CARLOS JESÚS FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ  
*Universidad Autónoma de Madrid*

## Ideologías del *management* y perspectiva de género: la contribución de *Mujeres y discursos gerenciales* a unos estudios críticos de la gestión<sup>1</sup>

*Management ideologies and gender perspective: the contribution of Mujeres y discursos gerenciales to critical management studies*

Recibido: 15/7/2021. Aceptado: 23/9/2021

**Resumen:** El objetivo de esta contribución es el de realizar una valoración del trabajo de María Medina-Vicent *Mujeres y discursos gerenciales: hacia la autogestión feminista*. En el texto se describirá la importancia que tienen las ideologías gerenciales como articuladoras del discurso pro-empresarial contemporáneo para, a continuación, señalar las principales contribuciones del libro de Medina-Vicent, que son la de no solo criticar el peculiar tipo de feminismo presente en los libros de literatura empresarial dirigidos a mujeres, sino proponer una reversión de los discursos neoliberales sostenida en las aportaciones de la teoría feminista.

**Abstract:** This contribution aims at making an assessment of the work of María Medina-Vicent *Mujeres y discursos gerenciales: hacia la autogestión feminista*. The text will describe the importance of managerial ideologies as articulators of contemporary pro-business discourses. Besides, the main contributions of Medina-Vicent's book will be highlighted. Those are not only the critique of the peculiar type of feminism underpinning in management books addressed to women, but also the proposal of a feminist theory-based rejection of neoliberal discourses.

<sup>1</sup> Este trabajo ha sido financiado en el contexto del proyecto de investigación del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, con referencia PGC2018-097200-B-I00.

**Palabras clave:** ideologías gerenciales, feminismo, estudios críticos de gestión, mujeres líderes.

**Keywords:** managerial ideologies, feminism, critical management studies, female leaders.

## INTRODUCCIÓN

EN EL MUNDO CONTEMPORÁNEO, la empresa juega un papel esencial en el desarrollo y funcionamiento del mercado capitalista. Las empresas necesitan para su actividad capital en forma de inversiones, y trabajo para desarrollar las tareas productivas imprescindibles para asegurar la producción sostenida de bienes y servicios. Uno de los grandes desafíos para las empresas ha sido el de convencer u obtener el consentimiento de los empleados para que estos, sin grandes resistencias, acepten las órdenes y las instrucciones de los organizadores de la producción, sean estos empresarios, capataces o gerentes (BENDIX 1966). Ese consentimiento se ha generado por diversas vías. La necesidad económica ha sido, desde luego, el incentivo por excelencia, pero ya desde los albores del capitalismo otros mecanismos de control destinados al convencimiento han operado de forma paralela, intensificándose su presencia conforme han aumentado tanto los métodos de producción como el nivel educativo de la fuerza de trabajo. Estos mecanismos de control son, realmente, ideológicos, e implican la existencia, de forma más o menos sutil, de unas *ideologías empresariales*, que, en las últimas décadas, han tenido una influencia extraordinaria no solamente en el modo en que se han configurado y estructurado las empresas, sino que han trascendido ese ámbito hasta convertirse en uno de los ejes del imaginario social contemporáneo (ver ALONSO y FERNÁNDEZ 2013; 2018 y FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ 2007). El gerencialismo será el movimiento que recogerá las principales ideas en torno a lo que debe ser la gestión empresarial, y su discurso, el que mejor representará la mirada del empresario en torno a los problemas organizativos, pero también laborales e incluso socioeconómicos. Dicha mirada va a tener una enorme influencia en la forma en la que, en nuestras sociedades contemporáneas, se afrontan los diferentes retos y desafíos socioeconómicos propios de nuestra época.

Las ideologías empresariales han existido desde los mismos orígenes del capitalismo como su *trasfondo moral* (ABEND 2014), y su papel ha sido muy relevante para imponer, en la opinión pública, una determinada cosmovisión en torno a la empresa. Hoy en día la empresa es considerada como una institución absolutamente esencial para el progreso económico y social, que fomenta

la generación de innovaciones tecnológicas y organizativas y, con ello, mejoras en nuestro nivel de vida: su imagen extraordinariamente positiva es, en buena medida, gracias a los esfuerzos de una serie de analistas y expertos (gurús de empresa, escuelas de negocios, consultores: ver FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ 2013) que han contribuido a evangelizar tanto a gobiernos como a la opinión pública sobre las virtudes de las corporaciones, considerando la libre competencia entre estos agentes económicos como forma ideal de organizar la economía, la sociedad y la vida. Desde la década de los noventa, la popularización de las ideas gerenciales ha sido especialmente extraordinaria, en buena medida por la consolidación del neoliberalismo como régimen político hegemónico (LAVAL y DARDOT 2013; DU GAY 2019). Sin embargo, de forma paralela también ha ido emergiendo un conjunto de perspectivas muy críticas hacia este discurso pro-empresarial, sobre todo desde el ámbito académico (con movimientos como los *Critical Management Studies*, entre otros), que han cuestionado este papel positivo atribuido a las empresas y al capitalismo, y que han tratado de exponer lo que serían las contradicciones y problemas asociados a dichas ideas gerenciales (FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ 2017). En este espacio crítico es donde se insertaría el libro *Mujeres y discursos gerenciales: hacia la autogestión feminista* de la profesora de la Universidad Jaume I Maria Medina-Vicent (2020A). El texto que aquí presento para discutir este excepcional trabajo se dividirá en tres secciones. En primer lugar, describiré la importancia que tienen las ideologías gerenciales como articuladoras del discurso pro-empresarial contemporáneo, para a continuación valorar la óptica feminista a la que se adscribe el texto de Medina-Vicent como aportación enriquecedora y relevante a los estudios críticos de la gestión. El comentario se cerrará con un breve apartado de conclusiones.

## I. EMPRESA E IDEOLOGÍA:

### EL PROBLEMÁTICO ROL DE LAS IDEOLOGÍAS GERENCIALES

El libro de Medina-Vicent se basa en su multipremiada tesis doctoral y en él se marca como objetivo realizar un análisis e interpretación de los contenidos de los textos más populares de esa literatura gerencial dirigida específicamente a mujeres, teniendo en cuenta la perspectiva de género, con el fin no solamente de desvelar al lector el mensaje presente en un discurso clave en el imaginario social contemporáneo, sino además de introducir una óptica feminista en ese análisis del *management* y sus implicaciones. La autora ya había desarrollado análisis complementarios sobre esta cuestión en otras magníficas publicaciones previas (ver por ejemplo MEDINA-VICENT, 2019; 2020B) pero

es en este libro donde quizá encontremos una mayor profundización sobre la compleja relación entre ideologías de gestión, el papel de las mujeres ejecutivas en las corporaciones modernas y la relevancia de la teoría feminista a la hora de sintetizar las principales problemáticas derivadas de hegemonía de estas ideas en el espacio de la empresa. Nuestras formas y estilos de vida se han visto modificados por una colonización, por parte de la lógica financiera y del beneficio económico, de las subjetividades de los individuos, orientándolos y quizá obligándolos a una participación cada vez mayor de las lógicas del mercado con independencia de su situación económica y personal. Medina-Vicent se marca como objetivo desentrañar los valores y modelos de liderazgo presentes, en particular, en la literatura gerencial, libros “de empresa” que estructuran dentro de sus contenidos la narrativa contemporánea sobre las bondades del mercado. La autora considera que estas ideas gerenciales fomentarán no solamente una psicologización del trabajo y despolitización de las identidades, sino que contribuirán a fomentar un pensamiento individualista y “positivo” que merece ser explorado desde una perspectiva, la feminista, poco frecuentada en los análisis críticos de la gestión en lengua castellana.

Esta literatura empresarial es, sin duda, uno de los canales de difusión fundamentales de este pensamiento empresarial, *managerial* o gerencial, y la definición de Medina-Vicent de la misma está en línea con la de otros trabajos, entre ellos mi propia obra (ver FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ 2007). En estos textos, de estilo muy accesible y directo, se anima a trabajadores y directivos a no solamente comprender e interiorizar las nuevas lógicas de la gestión, sino a ponerlas en práctica con pasión. Caracterizadas por la repetición de sus temáticas y sus ventas millonarias, estos libros están firmados, en su mayor parte, por supuestos especialistas que serían considerados como autoridades en temas de gestión. Algunos de ellos, de hecho, llegan a alcanzar la categoría de “gurús”, término con el que se conoce a los que, alcanzando fama y éxito por sus publicaciones, pasan a convertirse en referencias para los sectores empresariales. Los gurús del *management* tratan, en sus textos, de temas como el mundo del trabajo, el comportamiento humano, las virtudes que deben adornar una buena gestión y los pasos para conseguir el éxito empresarial, normalmente de aplicación universal. El propósito es, *más que la descripción, la prescripción* de pautas de comportamiento y formas de pensar el mundo, con las que se pretende guiar al trabajador o directivo al éxito. De forma implícita, su objetivo es el de comprometer al trabajador o al directivo con los valores morales del capitalismo, animándolo al sacrificio personal en favor de los intereses de la organización.

La literatura empresarial, gerencial o del *management* forma parte de lo que Boltanski y Chiapello (2002) denominan en su ya clásico texto el “nuevo

espíritu del capitalismo”: esto es, la ideología que justifica el compromiso de las personas con el sistema capitalista en la actualidad y que hace que dicho compromiso resulte de alguna forma atractivo, una vez que trabajar para una empresa puede ser un proyecto vital y laboral no siempre equilibrado, ya que obliga a una angustiosa carrera por obtener beneficios que encadena a sus directivos y trabajadores a involucrarse con cada vez mayor intensidad con sus tareas en el trabajo, sumando más presión psicológica, más horas de trabajo, menos tiempo personal, más explotación y auto-explotación, en un contexto de competencia y crecimiento *ad infinitum* y *ad absurdum*. Por ello, esta literatura ha tratado de minimizar las implicaciones derivadas de este régimen de organización de la producción para apostar por una lectura en positivo del trabajo en el espacio empresarial, bien como forma de perfeccionamiento moral, como ejemplo de racionalidad económica o, como sucede en los últimos años, como una cultura concreta capaz de proporcionarnos un bienestar emocional, todo ello con el fin de modelar nuestras subjetividades e incitarnos no solamente a trabajar más sino también a asumirlo como nuestro auténtico deseo, fusionando nuestra personalidad con la propia lógica del capitalismo (ALONSO y FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ 2020). De hecho, en las últimas décadas el centro de la ideología empresarial se ha articulado en torno a las denominadas “culturas de empresa”, que pretenden involucrar a los empleados y directivos de las organizaciones en culturas comunitarias concretas (en las que los valores compartidos no van a ser otros que las nuevas virtudes entronizadas por expertos en gestión, como el sacrificio, la asunción de responsabilidades y el compromiso total con los clientes y la organización) y la denominada ideología del emprendedor, que presenta el hecho de apostar por un proyecto empresarial intenso como la mejor decisión vital posible en el contexto contemporáneo. Estos elementos se han convertido en la auténtica “razón del mundo” que gobierna las vidas de los individuos en esta era neoliberal (LAVAL y DARDOT 2013).

Evidentemente, toda esta problemática ha impulsado un interés académico por la literatura empresarial, particularmente desde una perspectiva crítica, que incluye desde autores vinculados a la corriente académica asociada a la crítica postmoderna como son los *Critical Management Studies* (BOJE; OSWICK y FORD 2004; KNIGHTS y MCCABE 2003) a otros académicos no adscritos al movimiento pero que han aportado trabajos enfocados en un análisis exhaustivo de esta literatura, tanto desde el espacio de la sociología como desde una suerte de análisis críticos procedentes del entorno de los estudios de gestión y administración de empresas (HUCZINSKY 1994; COLLINS 2000; BOLTANSKI y CHIAPELLO 2002; GANTMAN 2005). En el caso de la producción académica en castellano, aunque existe una amplia tradición cercana a la sociología del trabajo que ha dejado trabajos muy relevantes en términos de crítica a ciertos discursos empresa-

riales (ver como ejemplo reciente SANTOS ORTEGA; SERRANO PASCUAL y BORGES 2021) lo cierto es que no han sido abundantes las exploraciones sistemáticas de esta literatura gerencial, más allá de ocasionales aportaciones desde la sociología, entre otros por el autor de estas líneas (ver FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ 2007; ALONSO y FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ 2013; 2018). El trabajo de Medina-Vicent, tanto en las contribuciones anteriores antes citadas como en el texto que se discute aquí, se inserta de forma coherente en esta línea de investigación al analizar los discursos gerenciales desde una perspectiva explícitamente feminista, en una intersección entre la filosofía, la sociología y los estudios de género.

## 2. *MANAGEMENT*, MUJERES Y FEMINISMO

Como se ha señalado anteriormente, la promoción de un compromiso más intenso en las organizaciones afecta notablemente a los empleados, que se ven forzados a dedicar una cantidad de tiempo extraordinaria al trabajo y enfrentarse cotidianamente a un entorno laboral cada vez más complejo y competitivo. El culto a la productividad, la creciente flexibilidad de los procesos (en tareas a realizar, horarios o movilidad geográfica) y la instauración de una dinámica ultracompetitiva e individualista obliga a que, con independencia de la posición en la empresa, todos sus miembros se vean arrastrados por una dinámica de mayor exigencia y sacrificio. Ello va a tener un impacto, en muchos casos, muy negativo en su vida personal, no solamente por una dedicación agotadora que va a generar incontables situaciones de estrés (y a partir de ahí, en la salud y bienestar psicológico), sino por el impacto adicional que ello va a tener sobre el equilibrio personal y familiar. Esto afecta de forma muy específica a las mujeres, sean estas trabajadoras o directivas, pues suele ser lo habitual que, con independencia de su categoría profesional, ellas asuman una mayor carga del trabajo doméstico y de los cuidados familiares. Debido a inercias patriarcales, la jornada de trabajo, particularmente la del directivo, se sigue estructurando en torno a un día sin otros compromisos que no sean los laborales, con horarios extensos y dedicación plena y absoluta a la tarea: esto es, la de una persona sin cargas familiares o que, en caso de tenerlas, las deriva a alguien que debe responsabilizarse de los cuidados, como es el caso de la esposa en el modelo tradicional. Ello sitúa a muchas mujeres en una perversa encrucijada moral que las obliga a renunciar a la vida personal para desarrollar una carrera profesional exitosa o, si no desean realizar ese enorme sacrificio, limitar sus aspiraciones de forma que puedan aspirar a una maternidad o vida en familia con un cierto equilibrio. Esta difícil elección genera, de forma inherente, enormes frustraciones personales entre las directivas y empleadas de las organizaciones.

Frente a estos problemas estructurales, las ideologías gerenciales han adoptado miradas diversas. Por una parte, buena parte de la literatura del *management*, los gurús de empresa y distintos expertos han, probablemente, simplemente ignorado este problema, una vez que su concepción del mundo empresarial es el de una competencia meritocrática en un espacio caracterizado, de forma probablemente ingenua o cínica, como de igualdad de oportunidades: esto es, si uno quiere, puede (FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ 2007). Sin embargo, también es cierto que, en línea con los cambios culturales y sociales derivados de la incorporación de la mujer al trabajo y la consolidación de una economía del conocimiento, otro sector del *management* (el más vanguardista) ha apostado por una modernización en sus filosofías de gestión, apostando tanto por el respeto a la diversidad como por un esfuerzo de involucrar a las mujeres en las organizaciones desde una perspectiva inclusiva (KOSSEK; SU y WU 2017). Esta novedosa mirada ha tenido como resultado una explosión, sobre todo en el siglo XXI, de una literatura gerencial específicamente dirigida a directivas y empleadas, en las que se tomarían en consideración sus inquietudes y se tratarían de afrontar los problemas a los que se enfrentan las mujeres en las organizaciones. En algunos casos, esta literatura gerencial dirigida a las mujeres se ha querido adscribir incluso a una sensibilidad feminista, aunque como veremos a través de la obra de Medina-Vicent, buena parte de sus prescripciones son verdaderamente contradictorias.

Existe una tradición dentro de la literatura gerencial asociada al estudio del rol de la mujer directiva. Autoras como Rosabeth Moss Kanter han sido pioneras en reflexionar sobre los retos específicos de las mujeres directivas, con algunos trabajos clásicos (por ejemplo KANTER 1977). Pero Medina-Vicent señala que, tras una progresiva incorporación de la mujer a puestos de responsabilidad a lo largo de las últimas décadas, se ha disparado el interés dentro del mundo del *management* por la inclusión de las mujeres en puestos de gestión y un interés por algunas cualidades del denominado *liderazgo femenino*. Esto ha tenido como resultado una explosión de las publicaciones que tratan de reflexionar sobre la compleja adaptación de la mujer a un mundo, el de la gestión, históricamente muy masculinizado. Se trata de textos que, de alguna manera, cuentan con una novedosa perspectiva de género y que merecen indudablemente la atención de los investigadores. No obstante, dicha mirada de género es problemática, por cuanto se presenta en ellos una imagen de la mujer que se encuentra completamente alejada de las aspiraciones y luchas históricas del movimiento feminista. Medina-Vicent se marca como objetivo comprender cuál es la pretensión de estos discursos: ¿se trata de un proyecto de divulgar estilos de liderazgo que perpetúen estereotipos de género? ¿se persigue convertir a las mujeres, sean directivas o empleadas, en puras subjetividades

neoliberales? Con el fin de responder a estas cuestiones, la autora presenta un análisis de un corpus de seis *best-sellers* seleccionados de la literatura gerencial, entre los que destacan el primer libro de Sheryl Sandberg (consejera delegada de Yahoo! y que ha contado con una carrera profesional de gran éxito en el masculinizado terreno de las nuevas tecnologías) y otro firmado nada menos que por Ivanka Trump, la hija mayor de Donald Trump, polémico expresidente norteamericano. En esta estrategia de investigación centrada en el análisis de estos textos la autora asumirá, como marco interpretativo, la denominada Teoría de la Valoración o *Appraisal Theory* que, como se verá, contribuirá a hallazgos teóricos muy significativos.

Dentro del notable abanico de temas que se tratan en los libros seleccionados, la autora va a dedicar una atención preferente a cuatro espacios temáticos con prescripciones particularmente interesantes. Estos son el liderazgo femenino, el emprendimiento entre las mujeres, el rol de la maternidad y la vida familiar, y la conciliación posible entre la esfera laboral y familiar. El excepcional análisis de la autora nos lleva a descubrir que en estos libros se construye una imagen totalmente estereotipada y esencialista del liderazgo femenino, cuyas cualidades serían la empatía, la capacidad de expresar emoción, el pensamiento relacional o capacidades tanto de multitarea como de inclusividad y tolerancia. Se afirma en estos libros que la mujer puede tener éxito en la empresa o como emprendedora porque tiene, como madre y esposa, gran capacidad de auto-organización que además le permite equilibrar su vida personal y profesional: esto es, tendrá una carrera profesional de verdad si actúa como “mujer”, entendiendo esta desde la definición más esencialista posible. O se explica que es capaz de planificar su vida a través de decisiones dignas del Gary Becker más descarnado, como elaborar un cálculo coste-beneficio de su vida afectiva, valorando si merece la pena estar con ciertas parejas o quedarse embarazada. Medina-Vicent señala acertadamente que todos estos argumentos reproducen valores tradicionales y sexistas, obviando las desigualdades de género, los problemas estructurales de conciliación y desigualdad en los roles familiares, y las relaciones sociales de dominación y opresión patriarcal presentes en las empresas. Es particularmente interesante la referencia que la autora hace a cómo en estos libros se fomenta el recurso a los cuidados obtenidos en el mercado, con llamadas constantes a adquirir servicios de niñeras y de cuidado del hogar como herramienta de conciliación, sin plantearse siquiera una reflexión sobre las consecuencias de esto, que no son otras que las de hacer cargar el peso de la conciliación en las espaldas de mujeres económicamente muy vulnerables.

Medina-Vicent también presta atención al problema de la identidad de la mujer en el contexto de la alta dirección. En los textos gerenciales analiza-

dos, la autora observa un énfasis extraordinario en responder a los desafíos planteados a las mujeres en el terreno laboral a través de un individualismo muy agresivo. El fuerte influjo del neoliberalismo alimenta un feminismo sui generis completamente desvinculado de las luchas colectivas y de las solidaridades construidas entre mujeres. Se responsabiliza totalmente a la directiva y empleada de su propio desarrollo profesional, lo que fomenta que cada una de ellas trate de salvar su propia situación como pueda, poniendo el “yo” por delante del “nosotras”, convirtiendo la lucha cotidiana de la mujer en una filosofía un tanto banal de autogestión personal. Supone, como acertadamente identifica la autora, una suerte de nuevo postfeminismo dirigido a un público muy específico (mujeres de clase media y alta, probablemente blancas, que son las conforman el grueso de la nueva generación de altas directivas) y en el que, aunque se reconoce el esfuerzo de la lucha colectiva emprendida por activistas de generaciones anteriores, también se afirma que nos encontramos en un nuevo momento, el momento de la lucha personal, que no es otra que la de competir en un mercado muy duro contra otros haciendo uso de ciertas herramientas como son esas competencias antes citadas propias del liderazgo femenino. Asimismo, y en línea con otros discursos gerenciales, se enfatiza la importancia de la responsabilidad individual, la ética del sacrificio, el empoderamiento y la puesta en práctica de un pensamiento positivo. En este sentido, lo que se plantea no es otra cosa que una “despolitización de las identidades”, o una despolitización de la lucha feminista, en la que la crítica a las condiciones estructurales del patriarcado en el capitalismo es sustituida por una celebración de la resiliencia y la potencialidad laboral de las mujeres que, como en el famoso cartel de la Segunda Guerra Mundial, “pueden hacerlo”.

Otra de las contribuciones centrales del texto es la aguda reflexión, sociológica y filosófica, que Medina-Vicent hace sobre esta suerte de “feminismo gerencial” recogido en la literatura del *management* dirigida a mujeres. Además de señalar sus limitaciones como se ha expuesto anteriormente, la autora percibe algunos signos de cambio en su conceptualización, derivados fundamentalmente del contexto contemporáneo. En los últimos años el feminismo ha alcanzado, como movimiento social, un enorme impacto mediático, gracias a manifestaciones como la del 8-M, las protestas asociadas al movimiento *Me Too*, o las lamentables noticias de violencia de género (además de la reacción de sectores de la nueva derecha alternativa, que han tomado al feminismo como un enemigo a batir en las guerras culturales contemporáneas). Esta mayor centralidad del feminismo en los debates actuales ha tenido como resultado la generación de textos con una aproximación algo más crítica (por ejemplo, el *Feminist Fight Club* de Jessica Bennett), en la que la superación personal no se presenta tanto como una receta a un éxito profesional basado en una lucha despiadada, como

más bien una vía hacia la mera autorrealización. Indudablemente, la paulatina feminización (no sin tensiones) de los puestos de alta dirección podría generar un abanico mayor de opciones a la hora de discutir cómo debe pensarse el liderazgo femenino, algo que en el libro de Medina-Vicent se plantea en diálogo con diferentes corrientes del pensamiento feminista. Quizá en un futuro próximo seamos testigos de un viraje hacia un nuevo tipo de feminismo en el terreno de la empresa, en el que se supere el modelo actual y se apueste por un modelo de liderazgo feminista que haga hincapié en conceptos como la interdependencia, la solidaridad y la sororidad, contribuyendo a una nueva repolitización de las identidades que depare un proyecto más transformador, que realmente persiga la puesta en práctica de cambios de mayor calado (estructurales) tanto en las organizaciones empresariales como en la misma sociedad.

### 3. BREVE CONCLUSIÓN FINAL

*Mujeres y discursos gerenciales: hacia la autogestión feminista* es una de las contribuciones más relevantes que se han publicado en lengua castellana en lo que podríamos denominar estudios críticos de gestión. Además de aportar una original construcción intelectual dentro de un espacio interdisciplinar entre la filosofía, la sociología, el análisis del discurso y los estudios de género, destaca por dos aspectos fundamentales. El primero es por poner el foco en la literatura de empresa como *locus* de generación de valores morales en la sociedad. Con el fin de indagar en las situaciones de “techo de cristal” que padecen las mujeres directivas en las empresas actuales, Medina-Vicent identifica la relevancia del discurso hegemónico del *management* femenino, omnipresente en una literatura empresarial dirigida a mujeres que nos da pistas valiosas sobre qué tipo de mensajes se dirigen desde el mundo de la empresa a las profesionales, y qué roles, prácticas y actitudes se las está conminando a asumir. Es fascinante comprobar cómo el feminismo que se está promocionando en el espacio organizacional ha sido reducido a una filosofía de empoderamiento personal completamente despolitizada y agresivamente individualista. La aproximación a estos problemas de Medina-Vicent, muy ligada al pensamiento feminista contemporáneo, se beneficia de una perspectiva postestructuralista (particularmente Butler, pero también Lagarde) que es la que orienta sus análisis de estos libros sobre liderazgo femenino. Ello la permite entrar a debatir, de forma explícita e implícita con algunas de las distintas corrientes del feminismo, en un vuelo teórico de altura.

El otro aspecto relevante a destacar es el hecho de que la autora, al desarrollar este proyecto intelectual, está cubriendo un hueco importante que toda-

vía estaba pendiente de ser explorado en nuestra academia: el de unos *Critical Management Studies* en castellano con énfasis en el problema del género. El trabajo realizado es profundamente original y supone un punto de encuentro entre la teoría feminista y los estudios críticos de gestión que, aunque en otras latitudes ha brindado trabajos de gran interés (ver por ejemplo DUE BILLING y ALVESSON 2014; KELAN, 2008), en España todavía no se había explorado suficientemente. Animo a la autora a que, en el futuro, continúe profundizando en esta línea de investigación.

## BIBLIOGRAFÍA

- ABEND, G. 2014, *The Moral Background: An Inquiry into the History of Business Ethics*, Princeton, NJ, Princeton University Press.
- ALONSO, L. E. y FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, C. J. 2013, *Los discursos del presente. Un análisis de los imaginarios sociales contemporáneos*, Madrid: Siglo XXI.
- ALONSO, L. E. y FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, C. J. 2018, *Poder y sacrificio: los nuevos discursos de la empresa*, Madrid: Siglo XXI.
- ALONSO L. E. y FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, C. J. 2020, “Capitalismo y personalidad: consideraciones sobre los discursos empresariales de la rentabilización del yo a través de la marca personal”, *Política y Sociedad*, 57 (2): 521-41.
- BENDIX, R. 1966, *Trabajo y autoridad en la industria. Las ideologías de la dirección en el curso de la industrialización*, Buenos Aires: Eudeba.
- BOJE, D. M; OSWICK, C. y FORD, J. D. 2004, “Language and Organization: The Doing of Discourse”, *Academy of Management Review*, 29 (4): 571-7.
- BOLTANSKI, L. y CHIAPELLO, È. 2002, *El nuevo espíritu del capitalismo*, Madrid: Akal.
- COLLINS, D. 2000, *Management fads and buzzwords*, Londres: Routledge.
- DU GAY, P. 2019, *Consumo e identidad en el trabajo*, Madrid: CIS.
- DUE BILLING, Y. y ALVESSON, M. 2014, *Leadership: a matter of gender?*, Oxford: OUP.
- FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, C. J. 2007, *El discurso del management: tiempo y narración*, Madrid: CIS.
- FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, C. J. 2013, “The Learning Environment and the Politics of Globalization – Consultants and business schools between destandardization and rhetoric”, M. MARTÍNEZ LUCIO (ed.), *International Human Resource Management: An Employment Relations Perspective*, Londres: Sage, 181-200.
- FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, C. J. 2017, “Estudios críticos de la gestión: estudios culturales de los conflictos en el mundo del trabajo”, *Política y Sociedad*, 54 (1): 23-44.
- GANTMAN, E. 2005, *Capitalism, Social Privilege and Managerial Ideologies*, Aldershot: Ashgate.
- HUCZYNSKI, A. 1993, *Management gurus: what makes them and how to become one*, Londres: Routledge.
- KANTER, R. M. 1977, *Men and Women of the corporation*, Nueva York: Basic Books.
- KELAN, E. 2008, “The discursive construction of gender in contemporary management literature”, *Journal of Business Ethics*, 81: 427-45.
- KNIGHTS, D. y McCABE, D. 2003, *Organization and Innovation. Guru Schemes and American Dreams*, Maidenhead: Open University Press.
- KOSSEK, E. E.; SU, R. y WU, L. 2017, “‘Opting Out’ or ‘Pushed Out’? Integrating Perspectives on Women’s Career Equality for Gender Inclusion and Interventions”, *Journal of Management*, 43 (1): 228-54.

- LAVAL, C. y DARDOT, P. 2013, *La nueva razón del mundo. Ensayo sobre la sociedad neoliberal*, Barcelona: Gedisa.
- MEDINA-VICENT, M. 2019, “‘Woman, manage your life!’ El discurso de la conciliación laboral-familiar en la literatura popular del *management* dirigida a mujeres”, *Debats. Revista de cultura, poder y sociedad*, 133 (1): 63-76.
- MEDINA-VICENT, M. 2020A, *Mujeres y discursos gerenciales: hacia la autogestión feminista*, Granada: Comares.
- MEDINA-VICENT, M. 2020B, “La literatura gerencial en tiempos de popularización del feminismo”, *Revista Española de Sociología*, 29 (2): 387-95.
- SANTOS ORTEGA, A.; SERRANO-PASCUAL, A. y BORGES, E. 2021, “El dispositivo emprendedor: interpelación ética y producción de nuevos sujetos del trabajo”, *Revista Española de Sociología*, 30 (3): a62.

