

CALL FOR PAPERS.
RECERCA. REVISTA DE PENSAMENT I ANÀLISI



**New Management Discourses: Contributions From A Critical
Perspective**

Editors: Carlos Jesús Fernández Rodríguez (Universidad Autónoma de Madrid) and Maria Medina-Vicent (Universitat Jaume I).

Delivery period: until 5 May, 2016.

Issue published: April 2017.

Languages: Spanish, English, Catalan.

Web page: <http://www.e-revistes.uji.es/index.php/recerca>

Recerca is a 6-monthly journal published in April and October. This publication is a double-blind peer review of the Department of Philosophy and Sociology at the Universitat Jaume I of Castellón (Spain). *Recerca* intends to attract top quality scientific articles by national and international authors from the field of Philosophy and Sociology. This journal is indexed in: Humanities Source Publications, Fuente Académica Premier, Emerging Sources Citation Index, Philosopher's Index, Erih-plus, CIRC (categoría B Área Humanidades), e-revist@s and Latindex.

Call for papers: Management discourse plays a key role in the definition and social legitimisation of enterprise meanings and images. If we bear in mind that business logics intermingles with political and social discourses, identifying the main traits of the managerial imaginary will enable us to innovatively deal with today's scenario, characterised by substantial democratic unrest and a powerful capitalist restructuring process. Thus the present *Recerca* issue attempts to collect reflections that examine various settings: sociology and philosophy, the critical study of management and business management in a broader sense.

Critical Management Studies enable us to deal with such important matters as the ideology, interests and identities that are structured in organisations and influence social well-being. It is worthwhile enquiring into the explicit and latent means of certain concepts like entrepreneurship, leadership, competition or empowerment,

which are ever-present in the discourses of social actors, who were previously alien to market logics. The gender relations outlined in these new management discourses are also worth analysing as they condition both the roles and presence of men and women in both companies and their management. So it is worth wondering now during an economic crisis, and in light of today's citizen disaffection, about the moral values on which this management discourse is consolidated, and if it is capable of contributing to outline both an ethical company and an egalitarian society. All these matters are central in today's society, thus the hegemony of this discourse may have a decisive impact on our economic, social and business model.

Recerca invites proposals about Critical Management Studies from various perspectives to be presented, and stresses themes about business discourses. Both theoretical and empirical proposals that provide new sights of the critical study of management discourse are welcome.

Dr. Carlos Jesús Fernández Rodríguez and Maria Medina-Vicent.

**LLAMADA A APORTACIONES.
RECERCA. REVISTA DE PENSAMENT I ANÀLISI**



Los nuevos discursos del *management*: contribuciones desde una perspectiva crítica

Editores: Carlos Jesús Fernández Rodríguez (Universidad Autónoma de Madrid) y Maria Medina-Vicent (Universitat Jaume I).

Periodo de envío: hasta el 5 de mayo de 2016.

Publicación del número: abril 2017.

Idiomas: español, inglés, catalán.

Página web: <http://www.e-revistas.uji.es/index.php/recerca>

Recerca es una revista semestral que se publica durante los meses de abril y octubre. Es una publicación basada en la revisión ciega por pares del Departamento de Filosofía y Sociología de la Universitat Jaume I de Castelló. Recerca pretende atraer artículos de primera calidad científica de investigadores/as nacionales e internacionales del campo de la filosofía y de la sociología crítica. La revista está indexada en: Humanities Source Publications, Fuente Académica Premier, Emerging Sources Citation Index, Philosopher's Index, Erih-plus, CIRC (categoría B Área Humanidades), e-revist@s y Latindex.

Llamada a aportaciones: El discurso del *management* ejerce un papel clave en la definición y legitimación social de los significados e imágenes sobre la empresa. Teniendo en cuenta que la lógica empresarial se encuentra entremezclada con los discursos políticos y sociales, identificar los rasgos centrales del imaginario *managerial* nos permitirá abordar de forma novedosa el escenario actual, caracterizado por una alta convulsión democrática y un fuerte proceso de reestructuración capitalista. Así pues, el presente número de Recerca pretende aglutinar reflexiones que examinen desde diferentes ámbitos – tanto la sociología como la filosofía - el estudio crítico del *management* y la dirección empresarial en una acepción amplia.

Los *Critical Management Studies* nos permiten abordar cuestiones tan importantes como la ideología, los intereses y las identidades que se articulan en las organizaciones

y que repercuten en el bienestar social. Merece la pena indagar en los significados, tanto explícitos como latentes, de conceptos como emprendimiento, liderazgo, competencias o empoderamiento, cada vez más presentes en los discursos de actores sociales antes ajenos a las lógicas del mercado. Las relaciones de género perfiladas en estos nuevos discursos gerenciales merecen asimismo ser objeto de análisis, ya que condicionan tanto los roles como la presencia de mujeres y hombres en las corporaciones y su dirección. En este sentido, resulta importante preguntarse, en un momento de crisis económica y desafección ciudadana, acerca de los valores morales sobre los que se asienta este discurso del *management*, y si tiene la capacidad de contribuir a la conformación de una empresa ética y de una sociedad igualitaria. Todas estas cuestiones son centrales en la sociedad contemporánea por cuanto la hegemonía de este discurso puede tener un impacto decisivo en nuestro modelo económico, social y empresarial.

Recerca invita a presentar propuestas relacionadas con los *Critical Management Studies* desde diferentes perspectivas, enfatizando los temas relacionados con discursos empresariales. Serán bienvenidas tanto propuestas teóricas como empíricas que aporten nuevas miradas al estudio crítico de los discursos del *management*.

Dr. Carlos Jesús Fernández Rodríguez y Maria Medina-Vicent.

**CRIDA A CONTRIBUCIONS.
RECERCA. REVISTA DE PENSAMENT I ANÀLISI**



Els nous discursos del *management*: contribucions des d'una perspectiva crítica

Editors: Carlos Jesús Fernández Rodríguez (Universidad Autónoma de Madrid) i Maria Medina-Vicent (Universitat Jaume I).

Període d'enviaments: fins el 5 de maig de 2016.

Publicació del número: abril 2017.

Idiomes: espanyol, anglès, català.

Pàgina web: <http://www.e-revistas.uji.es/index.php/recerca>

Recerca és una revista semestral que es publica durant els mesos d'abril i octubre. És una publicació basada en la revisió cega per pars del Departament de Filosofia i Sociologia de la Universitat Jaume I de Castelló. Recerca pretén atraure articles de primera qualitat científica d'investigadors/es nacionals e internacionals del camp de la filosofia i la sociologia crítica. La revista està indexada en: Humanities Source Publications, Fuente Académica Premier, Emerging Sources Citation Index, Philosopher's Index, Erih-plus, CIRC (categoria B Área Humanidades), e-revist@s i Latindex.

Crida a contribucions: El discurs del *management* exerceix un paper clau en la definició i legitimació social dels significats e imatges sobre l'empresa. Tenint en compte que la lògica empresarial es troba enrevessada amb els discursos polítics i socials, identificar els trets centrals de l'imaginari *managerial* ens permetrà abordar de forma innovadora l'escenari actual, caracteritzat per una alta convulsió democràtica i un fort procés de reestructuració capitalista. Així doncs, el present número de Recerca pretén aglutinar reflexions que examinen des de diferents àmbits – tant la sociologia com la filosofia – l'estudi crític del *management* i la direcció empresarial en una perspectiva àmplia.

Els *Critical Management Studies* ens permeten abordar qüestions tan importants com la ideologia, els interessos i les identitats que s'articulen a les organitzacions i que repercuteixen en el benestar social. Mereix la pena indagar en els significats, tant explícits com latents, de conceptes com empenedoria, lideratge, competències o apoderament, cada cop més presents als discursos d'actors socials abans aliens a les lògiques mercantils. Les relacions de gènere perfilades en estos nous discursos gerencials mereixen així mateix ser objecte d'anàlisi, ja que condicionen tant els rols com la presència de dones i homes en les corporacions i la seua direcció. En aquest sentit, resulta important preguntar-se, en un moment de crisi econòmica i desafecció ciutadana, al voltant dels valors morals sobre els que es fonamenta el discurs del *management*, i si aquest té la capacitat de contribuir a la formació d'una empresa ètica i d'una societat igualitària. Totes aquestes qüestions són centrals en la societat contemporània per quant la hegemonia d'aquest discurs pot tindre un impacte decisiu en el nostre model econòmic, social i empresarial.

Recerca invita a presentar propostes relacionades amb els *Critical Management Studies* des de diferents perspectives, posant èmfasi en els temes relacionats amb discursos empresarials. Seran benvingudes tant propostes teòriques com empíriques que aporten noves mirades a l'estudi crític dels discursos del *management*.

Dr. Carlos Jesús Fernández Rodríguez i Maria Medina-Vicent.