

Este documento ha sido descargado de:
This document was downloaded from:



**Portal *de* Promoción y Difusión
Pública *del* Conocimiento
Académico y Científico**

<http://nulan.mdp.edu.ar>



CONGRESO INTERNACIONAL
LAS POLÍTICAS DE EQUIDAD DE GÉNERO EN PROSPECTIVA:
NUEVOS ESCENARIOS, ACTORES Y ARTICULACIONES

9 al 12 de Noviembre. Buenos Aires, Argentina
Área Género, Sociedad y Políticas - FLACSO Argentina

La organización del “despertar femenino” en España

Ignasi Brunet
Fabiola Baltar

Al citar este artículo incluir la siguiente información: Trabajo presentado en el Congreso Internacional: “Las políticas de equidad de género en prospectiva: nuevos escenarios, actores y articulaciones” Área Género, Sociedad y Políticas- FLACSO – Argentina. Noviembre, 2010. Buenos Aires, Argentina

La organización del “despertar femenino” en España

Ignasi Brunet y Fabiola Baltar

Introducción

Esta ponencia es el resultado de una investigación que se planteó por los siguientes motivos: 1) en primer lugar, se consideró pertinente plantear esta investigación porque promover el espíritu empresarial es uno de los objetivos de la Unión Europea en su conjunto (Comisión Europea, 2001, 2003). Además, hay que destacar que en el actual régimen posnacional de trabajo schumpeteriano (Jessop, 2008) se espera que los(as) trabajadores(as) se conviertan en sujetos emprendedores(as). En este sentido, ante la evidencia de que la competencia vía precios o la eficiencia en costes laborales deja poco margen para consolidar una posición de liderazgo económico, la Unión Europea pone énfasis en que este liderazgo se logra modernizando la economía. Esta modernización equivale a sentar las bases para que emerjan posibilidades de innovación, y entre los vehículos que hacen posible que en una economía surja la innovación es el llamado espíritu empresarial; 2) en segundo lugar, la revisión de la literatura nos mostró cómo los efectos de la división sexual del trabajo sobre la situación profesional de las mujeres y sobre la creación de empresas constituía un campo de estudio con cierta trayectoria internacional (Marlow y Strange, 1994a, 1994b; Chell y Baines, 1998; Boden y Nucci, 2000; Carter y Cannon, 1992), a pesar de que siga constituyendo una laguna académica en España. En España se ha incorporado la variable género en relación a preocupaciones más específicas, tales como los negocios étnicos (Solé y Parella, 2005) o la creación de empresas en espacio rural (Sampedro, 1996; García y Baylena, 2000). Pero, paradójicamente, no contamos con investigación que tome como unidad de análisis a la mujer autóctona y urbana respecto a este objeto de estudio. Sin embargo, contamos con una importante tradición en la investigación sobre la relación entre trabajo productivo y trabajo reproductivo, bajo el tópico de conciliación entre vida laboral y familiar. Precisamente la cuestión de la conciliación resulta un punto clave en el momento de comprender las relaciones entre género y creación de empresas (Singh et al. 2001; Ehlers y Main, 1998). De aquí que nuestra hipótesis se orienta a contrastar si, en el caso

de las emprendedoras, la opción por el autoempleo radica en la supuesta flexibilidad que éste reporta y que permitiría una mejor conciliación de la vida laboral y familiar o bien radica en estrategias orientadas a la liberación de las tareas reproductivas no reconocidas socialmente. Analizamos, así, la consistencia de la hipótesis de que la creación de empresas por parte de mujeres no obedece tanto a la necesidad de conciliar actividad productiva y reproductiva, sino a lograr la plena participación en la actividad reproductiva, en cuanto actividad remunerativa y con reconocimiento social.

El planteamiento metodológico de esta investigación es cualitativo. Para la obtención de información se han efectuado 60 entrevistas en profundidad y 15 grupos de discusión en las Comunidades de Andalucía, Cataluña, Comunidad Valenciana y Murcia. Respecto al marco teórico de la investigación nos hemos apoyado en la economía feminista (Pérez Orozco, 2007; Blau y Ferber, 1992; Ferber y Nelson, 1993; Vara, 2006; Harding, 1995) que pone de manifiesto como el análisis económico de la división del trabajo ha estado marcado por sesgos patriarcales, es decir, por el sello de la dominación masculina, y más específicamente por una doble dominación inseparablemente económica y social, o más bien de una causalidad recíproca mediante la cual la economía enmascara la división sexual del saber y del trabajo. Respecto a la investigación, y en relación al contenido de esta ponencia, hemos sintetizado el discurso elaborado por las representantes de distintas “Asociaciones de Mujeres Empresarias”. Discurso que, ante el denominado “despertar femenino” (Mercadé, 1998; Chinchilla et al. 1999) y el aumento de la presencia femenina en los campos de la emprendeduría, refleja evidentes sesgos androcéntricos, clasistas y etnocéntricos, en unas asociaciones diseñadas desde la experiencia masculina y en las que la esencia de su existencia es la inserción de las mujeres en las jerarquías de poder. Discurso producido bajo el enfoque del denominado “feminismo domesticado”. Un feminismo que no revaloriza ninguno de los elementos históricamente considerados femeninos, sino que pretende que las mujeres emulen lo masculino. En contra de esta perspectiva, el análisis que efectuamos del discurso recogido tiene un compromiso con el supuesto que ni todos los hombres son iguales ni todas las mujeres lo son, y esto es así porque la diferencia de género produce en algunas ocasiones menos desigualdad que otras diferencias socioculturales. En otras palabras, hay menos desigualdad entre una mujer y un hombre de idéntico grupo social, idéntica raza o idéntico nivel de instrucción que entre dos mujeres o entre dos hombres de contextos socioculturales distintos (Butler, 2001a, 2001b). Esto es así, porque las mujeres siguen distanciadas entre sí por unas diferencias económicas y culturales que

afectan, además de otras cosas, a su manera objetiva y subjetiva de sufrir y de experimentar la dimensión masculina. De ahí que para Badinter (2004) la relación hombre/mujer puede diferir por completo según las clases sociales y las generaciones. Es indecente, para esta autora, establecer la amalgama entre la condición de las mujeres en los barrios periféricos y los de las clases medias y altas. Por otra parte, la realidad al ser infinitamente más compleja, es por lo que en los últimos años las feministas han librado batallas casi reservadas, ya que centrándose en la lucha por la paridad, sólo se han dirigido a las clases medias y altas, y se han olvidado de las mujeres de los medios populares. Entonces, hay que reconocer que la complicidad de las mujeres “privilegiadas” con la opresión o la perpetuación de las prácticas opresoras supone considerar las estructuras sociales y materiales de dominación, y asumir que las categorías de lo femenino y de lo masculino en el ámbito epistemológico tienen importantes correlatos sociales. Porque sirven para clasificar a grupos sociales, otorgando a las personas determinados rasgos que les han de caracterizar, y para estructurar los espacios e instituciones sociales. Es por ello que desde la denominada política de la localización se define el género no como una construcción binaria y monolítica, sino como una marca de una posición de subordinación que está cualificada por otras variables de opresión. El género, inserto en una compleja red de relaciones de poder, no es el único determinante de la identidad de una persona y, al mismo tiempo, su forma concreta depende de esa red.

Una actividad masculina

Las desigualdades de género atraviesan toda la estructura social y constituyen uno de los elementos estructurales de la actividad empresarial. Ante esta realidad que ha provocado una historia de conflictos abiertos, de malestar silencioso, de avances y retrocesos entre hombres y mujeres en el camino hacia la paridad, nuestras informantes postulan esta actividad como una realidad neutra y asexuada, por tratarse la condición de emprendedor(a) de una condición dada, natural, biológica. La supresión del género de esta actividad en el discurso de nuestras informantes supone reproducir esta actividad como una actividad masculina, esto es, al servicio del hombre, aunque asumen que hay unas normas establecidas y estamos ante un tema de los llamados políticamente correctos: la no discriminación de género. Se trata de informantes integradas, si el término integrada se usa de manera no peyorativa, para referirse a la aceptación de las reglas de juego que regulan el sistema social y económico en el que han sido

socializadas y en el que discurre su vida vivida en masculino o en femenino. Esto se hace notable siempre que partamos de la consideración que la categoría género es la representación de cada individuo en términos de una particular relación social que preexiste a éste y se le atribuye sobre la base de la oposición conceptual de los dos sexos biológicos. Esta particular relación explica que la práctica de la conciencia, de nuestras informantes es constitutiva, en ningún caso constituyente. Su rechazo al lenguaje de género aplicado al ámbito económico-empresarial aporta lucidez, por otra parte, sobre el hecho de que no tener que pensar en el género, es uno de los lujos de ser varón. No tener que pensar en el género es uno de los dividendos patriarcales de la desigualdad genérica.

Se nos informa que *“realmente, en el Estado Español, en Valencia y en general en Europa no disponemos de una masa crítica emprendedora suficiente, a mi parecer, para poder diferenciar entre hombres y mujeres. Nosotros trabajamos con emprendedores, pero emprendedores desde un punto de vista asexual en el sentido de que nuestro problema es que no hay emprendedores, ese es el principal problema”* (Asociación para el Desarrollo Empresarial-Mujeres Empresarias de Valencia). Esta cita ejemplifica bien porque el feminismo ha estudiado con gran lucidez la necesidad que han tenido las sociedades patriarcales de mistificar aquellos roles sociales necesarios para su auto-reproducción como sistema de dominio. Pero para ello no basta que el individuo considere como deseables y útiles los rasgos básicos del orden social, es mucho mejor que los considere inevitables, partes de la universal “naturaleza de las cosas”. Por eso hay que dotar a algunas realidades de un estatus ontológico. Cuando se da por supuesto que algunas de esas realidades pertenecen a la “naturaleza de las cosas” quedan dotadas de una estabilidad e inmutabilidad que fluye de fuentes más poderosas que los meros esfuerzos históricos de los seres humanos. No hay que extrañarse entonces que si el género ha estado históricamente vinculado al “orden natural de las cosas”, las consecuencias negativas que el sexismo comporta para todas las personas, se doblan para las mujeres, porque —en una sociedad como la actual, en la que el género femenino está devaluado— las sitúa en una posición de inferioridad y de dependencia. Para los hombres, en cambio, el sexismo tiene consecuencias negativas porque también limita sus posibilidades como personas, pero les proporciona más poder sobre su entorno. Por esta razón, muchos hombres tratan de mantener las formas del sexismo, presentándolas como un hecho natural e indiscutible, y ridiculizan a las mujeres que

luchan para eliminarlo de las relaciones sociales. De hecho la falta de narrativa crítica escrita por varones sobre la condición masculina quizá pueda explicarse porque la mayoría de los varones cree en la validez del modelo masculino que les ha precedido. Y es que los grupos dominantes rara vez cuestionan el orden social que les hace poderosos.

La fuerza del orden masculino también se evidencia en el discurso de nuestras informantes en tanto que ese orden funciona como una inmensa máquina simbólica que confirma la dimensión masculina en la que se apoya, provocando esa alienación de género que la sociedad patriarcal “inflige a las mujeres profesionales, o lo que es igual, ellas mismas se autoinfligen por haber interiorizado la dominación patriarcal” (García de León, 2008: 55). Dominación que Amorós (1997) define como un conjunto de pactos interclasistas entre varones, tales que les permiten tener bajo su control a las mujeres. En la medida y en el nivel en que estos pactos son operativamente eficaces, se afirma que el patriarcado existe. Existencia sustentada en la adjudicación diferencial de espacios, tareas, deseos, derechos, obligaciones y prestigio. El patriarcado, como conjunto de pactos interclasistas entre varones, es un orden genérico de poder, basado en un modo de dominación de los varones sobre las mujeres; un modo de dominación que “refuerza el control capitalista; y a su vez, los valores capitalistas, delimitan la definición de lo que es bueno para el patriarcado” (Hartmann, 1981: 27).

La idea es clara e insistente: las Asociaciones se crean para potenciar, “*promocionar la actividad empresarial de las mujeres y haciendo ver a la sociedad que hay muchísimas mujeres empresarias y directivas. La mujer está al frente de proyectos, al frente de empresas, al frente de grandes empresas, que se den cuenta, que sean conscientes de que están y, por otro lado, que la mujer que está allí no tenga reparo en darse a conocer, ¿vale?*” (Asociación de Empresarias Profesionales y Directivas de Lérida). Este “vale” significa que las mujeres, en los últimos diez años en el mercado laboral español han adquirido esas dos condiciones: “*ya somos numerosas y ya somos poderosas*” (Asociación de Empresarias y Profesionales de Valencia), y lo son porque “*se ve ahora muchas más titulaciones universitarias entre las mujeres. Muchas más universitarias que tienen inquietud por emprender*” (Asociación Granadina de Mujeres Empresarias). Ante esta nueva situación de emprendedoras con estudios universitarios, no se pretende desenmarcar cualquier poder masculino ilegítimo, sino que se apela a la “*fuerza de los hechos*” (Asociación de Mujeres Empresarias de Córdoba) como un

tipo de bien que nadie está autorizado a enajenarles; un tipo de bien “relativo” dada la tenue conexión existente entre las titulaciones obtenidas y los puestos de trabajo específicos, reconocidos por las empresas y las profesiones. Por otra parte, este tipo de bien refleja la propia posición social de nuestros informantes, ya que el incremento general del nivel educativo no ha hecho desaparecer las diferencias de origen social en su acceso; incluso podría decirse que las ha exacerbado, al convertirse en un bien que discrimina más acusadamente las oportunidades vitales al alcance de los individuos. El nivel educativo alcanzado por un individuo en gran parte refleja la clase social de su familia de origen. De ahí el significado simbólico del discurso de nuestras informantes que aparte de acreditar su capital cultural y que es atributo de las clases privilegiadas en competencias reconocidas por la sociedad, las legitima en su derecho de autodesignación en el plano empresarial. La vindicación de representación femenina en la actividad empresarial, no implica formular modelos de gestión alternativos al modelo masculino. Esto se pone de manifiesto en las aspiraciones de las asociaciones. La primera aspiración: lograr la extinción de los obstáculos —concretamente, la misoginia de ciertas leyes— a la incorporación de la mujer al mundo empresarial, en el sentido de que las asociaciones exigen que se les reconozca como de mujeres empresarias, como parte de su identidad. Su ética profesional individual sitúa el “ser empresaria” (Asociación de Empresarias y Profesionales de Valencia) en un puesto elevado en su escala de valores personales y de reconocimiento social. Por lo demás, los deseos de nuestras informantes de no ser excluidas del espacio público empresarial (el de los formalmente iguales) y que, históricamente, ha sido una reserva masculina, les lleva a definir la asociación, como *“un lobby de presión femenino, es decir, visibilizar el papel de la mujer dentro de la empresa, como mujer empresaria, como mujer directiva”* (Organización de Mujeres Empresarias de Murcia). Entonces les motiva el poder, tener poder sobre situaciones, capacidad de decisión, igual que los hombres, ya que *“en eso no hay diferencias, aunque las mujeres lo tienen que disimular, están obligadas a disimularlo, porque su entorno no lo acepta. Lo que esperan de una mujer líder es algo diferente a lo que esperan de un hombre líder. Entonces, eso da lugar a estilos de liderazgo diferentes. Tanto si es porque a la líder o a la emprendedora le sale porque le sale así, como si le saldría otra cosa, pero como esto no sería aceptado, no sería aceptada de líder porque no se acepta a una mujer que lo que le motiva es el poder, mientras que a un hombre sí, pues entonces, lo tengo que disimular, y lo disimulo adoptando modelos de liderazgo diferentes. Yo creo que eso es algo que todavía está*

ahí” (*Federación Andaluza de Mujeres Empresarias*). Esta motivación, el logro del poder, que constituye una “alta cultura masculina” (García de León, 2008), a la cual desean llegar, explica que el elemento común del discurso obtenido es la inexistencia de un marco que aborde la totalidad, diversidad y complejidad de las cuestiones que afectan a la discriminación laboral de las mujeres. En este sentido, es revelador de los valores interiorizados que una informante argumente que “*fomentar el emprendizaje bienvenido sea, incluso referido a las mujeres. Nosotros lo apoyamos, pero si la edad, la formación, el municipio, es el mismo para un chico que para una chica no puede haber una discriminación positiva por el hecho de ser mujer porque sería injusta respecto a un joven que tiene la misma situación*” (*Asociación Jóvenes Empresarias de Anadalucía*).

“La normalidad” de las desigualdades en el universo simbólico de nuestras informantes se explica por ser producto de la norma social que establece las diferencias de roles atribuidos a hombres y mujeres y, por tanto, de la neutralidad sexual de los presupuestos de los marcos de referencia, es decir, de la “naturalización” de las relaciones entre hombres y mujeres, su posición dentro de la familia y en el mercado. Relaciones que desde su perspectiva ni están vinculadas a otras desigualdades sociales ni contribuyen, a su vez, a reproducir el sistema de desigualdades. De aquí que no se consideren una “asociación feminista”, ya que para ellas las relaciones de género no son un resultado de una lógica social, sino “natural”, y como tal desprovista de relaciones asimétricas de poder, desiguales y de subordinación. En palabras de una informante: “*Yo creo que yo no soy nada feminista, yo creo que lo mejor es hacer un equipo, equipos de hombres y mujeres y trabajar codo con codo, porque nosotras tenemos unas cualidades y ellos tienen otras, y entre todos hacemos la empresa mejor. La Cámara desde que hay mujeres funciona mejor*” (*Cámara de Comercio de Valencia*).

La idea de la asociación de mujeres empresarias surge como una “*manera de salir adelante al darnos cuenta que en los puestos de poder de esta ciudad las mujeres no estaban presentes*” (*Asociación de Mujeres Empresarias de Jaén*). Por una concienciación “*digamos generalizada de que estar casada no quiere decir estar en casa, porque tenemos todo el derecho del mundo a ser empresarias*” (*Asociación de Mujeres Empresarias de Sevilla*). Una asociación “*sólo empresarial, con la finalidad de que la empresa vaya de maravilla. Los objetivos son muy claros, que es la productividad, la competitividad, porque como empresaria, ¿no? Y lo que es el*

acrecentar su economía, es decir, su empresa, esa es la finalidad de cualquier empresario o empresaria, y, evidentemente, de género” (Asociación de Mujeres Autónomas de Barcelona). La cita anterior muestra como los conceptos y marcos de análisis de nuestras informantes se ajustan a los de la economía de la empresa al uso, es decir, no van más allá de los marcos que están implícita o explícitamente basados en o derivados de los mercados. El sentido del discurso que guía sus prácticas corresponde con la definición —el universo simbólico— que la economía convencional hace de la situación de la empresa. La comprensión de sus creencias y deseos, las razones que se dan para actuar/representar, sólo es posible en referencia a un discurso económico que está, por otra parte, profundamente generizado. La perspectiva de nuestras informantes no es propia, pues su experiencia ha sido conformada socialmente en una división sexual de la realidad. Una experiencia basada fundamentalmente en las vidas de los hombres de las razas, colores y culturas dominantes. De hecho, la diferente actividad vital del hombre y de la mujer en la sociedad de clases conduce, por un lado, hacia un punto de vista femenino y, por otro, hacia una masculinidad abstracta. Pues bien, la actividad de nuestras informantes las conduce hacia esta masculinidad abstracta, es decir, han sido constituidos por los discursos y las experiencias de otros.

Doble lealtad —a la biología y a la empresa.

Ante la “cuestión de la mujer”, hay que reconocer que la subordinación de las mujeres y la jerarquía e interdependencia entre los varones son necesarias por igual para el funcionamiento de nuestra sociedad hoy, y que estas relaciones entre hombres y mujeres no son casos aislados o asuntos privados de pareja, sino que son relaciones sistémicas. Relaciones cuya dinámica perpetúa la situación de exclusión de las mujeres en lo público y de servidumbre en lo privado-doméstico. Ante esta situación las representantes de las Asociaciones tienen plenamente asumidas las características identitarias del género femenino por el hecho de tener “*unas cualidades*”, una biología —“*la propiedad de su maternidad*” (Fundación Internacional de la Mujer Emprendedora de Barcelona)—, y establecen unos vínculos directos entre las vidas de las mujeres empresarias y el orden social. Se reifican los valores masculinos y femeninos como valores absolutos constitutivos de la esencia de mujeres y varones. En esta reificación se declara, se celebra, la compatibilidad de la femineidad y la masculinidad. Específicamente, nuestros informantes explicitan su derecho a la diferencia de los hombres compatible con su prioridad vindicativa: que se les reconozca

el estatuto ontológico de seres empresariales. Compatible éste con *“otra prioridad”* (*Asociación de Empresarias y Profesionales de Valencia*): la de ser las responsables del hogar familiar. Por ello optan por *“crear la propia empresa para poder estar con la familia”* (*Asociación Catalana de Empresarias y Ejecutivas*).

Estamos ante un grupo que no reconoce que la raíz del problema de la “conciliación” o de la “corresponsabilidad” está en la organización sexual del trabajo, pues asumen plenamente que es *“un problema personal e individual”* (*Asociación de Mujeres Empresarias, Profesionales y Directivas del Campo de Gibraltar*), y esto tiene que ver con la existencia de una estructura familiar patriarcal, cuyo núcleo fundamental es la maternidad, y de la cual Paterna y Martínez (2005) han efectuado su genealogía al indicar cómo se ha construido el sentimiento maternal y cómo la identidad de las mujeres ha estado marcada por ese sentimiento, definido como una opción “natural” libremente escogida. Bajo esta supuesta opción “natural”, se enmascaran los privilegios masculinos. Por eso en distintos contextos históricos y culturales hay parecidos mecanismos de legitimación del orden social basados en la naturalización de lo que, en realidad, son cuestiones sociales. La explicación de la inferioridad social de la mujer o de los negros y la creencia de que la heterosexualidad es natural son ejemplos de ello. Son realidades humanas (es decir, coyunturales e históricas) que se explican echando mano de la naturaleza. Una naturaleza percibida como diferente y complementaria de los sexos, y teniendo como base estructural el contrato social en torno a la heterosexualidad obligatoria. Es decir, como el espacio en el que había sido construida la ontología social de los binarismos de género.

La acentuación del carácter corporal y biológico de las mujeres es explícito en el discurso de nuestras informantes. De hecho el perfil de género de su discurso está en que éste es el producto de la diferencia sexual, y que, en la modernidad, marca la línea discursiva entre libertad —plano público— y subordinación —plano privado—. Es en base a esta división como se fue creando y consolidando la dualización y dicotomización de las identidades y los roles de género. La reificación de esta diferenciación ontológica se explicita cuando se nos informa que la asociación lo que pretende *“es intentar luchar y fomentar más estos derechos que son exclusivamente de la mujer. Prácticamente, básicamente, es maternidad, reducción para lactancia y la baja por riesgo de embarazo, ¿vale?”* (*Unidad de Empleo de la Mujer de Baza*).

Las dicotomías y los binomios sobre los que se ha construido la experiencia histórica de

la modernidad —hombre/mujer, masculinidad/feminidad, normalidad/anormalidad, social/asocial, bueno/malo, verdad/mentira...— se siguen explicitando en el discurso sobre la conciliación de la vida familiar y laboral de nuestras informantes. Así, se nos informa que desde las empresas *“se ha reflexionado mucho, o desde las asociaciones profesionales sobre el aspecto de la flexibilidad en el trabajo, pero la flexibilidad siempre que favorezca a ambas partes, obviamente. En ese sentido, muchas veces, nos desviamos un poco del convenio colectivo, porque el convenio colectivo, al final, es el paradigma del café para todos. Fundamentalmente ese suele ser el problema. Digamos, ahí está nuestro punto de desencuentro con el sindicato, en el sentido en que las necesidades de las personas son diferentes. Nosotros lo que intentamos trasladar a las empresas es: siéntate uno a uno con cada uno de ellos, descubre cuáles son, o intenta establecer un diálogo para ver cuáles son las necesidades de cada una de las personas que trabajan en la empresa, e intenta encontrar un punto de encuentro con las necesidades de la empresa. Y los sindicatos es: aquí hay una serie de derechos tal, y aquí vamos a negociar esto, y lo vamos a negociar para todos, esté en la situación que esté, sea cual sea su puesto de trabajo y tal”* (Federación Valenciana de Cooperativas de Trabajo Asociado).

La cita anterior es el resultado de un contexto histórico concreto, es decir, es el reflejo de la incorporación de la lógica de flexibilización de la relación salarial inscrita en el despliegue de las nuevas formas de organización de la producción, auspiciadas, a su vez, por las políticas públicas de desregulación de la contratación laboral. Lógica que no está eliminando ni corrigiendo las desigualdades laborales de género, sino que más bien está contribuyendo a su reproducción. El problema está en que nuestras informantes, por sus condiciones de vida específicas, no se plantean ni reconocen que son las relaciones sociales de género las que crean la división sexual del trabajo, ya que, por un lado, se limitan, respecto a la división sexual, a señalar las diferentes disposiciones biológicas de hombres y mujeres y, por otro lado, utilizan el mito liberal de que el mérito es neutral ante el género. El mérito se define a sí mismo como también la biología se define a sí misma, y así se justifican como natural las desigualdades sociales. Los omnipresentes determinismos biológicos y meritocráticos se refuerzan en los estereotipos asignados a los hombres y los asignados a las mujeres. Estereotipos que se captan explícitamente cuando una informante nos comunica que *“he visto la evolución de la mujer y es curioso. Las mujeres cuando empezaron a ocupar puestos de responsabilidad, las*

primeras, las pioneras, de directora de empresa, de ejecutivas, de directoras de banco, las primeras imitaron la manera de dirigir los hombres, incluso imitaron la forma de vestir de los hombres, yo misma me quedo helada porque el día que yo presenté la asociación a la prensa, yo iba con traje pantalon azul marino de raya diplomática y corbata. Te lo quiero enseñar. Llevaba una corbata muy mona: los 101 dálmata, y camisa blanca. Y ahora me miro a mí misma y me digo, ¡Dios mío!, como me pude poner eso, pero es que en ese momento, si te querías hacer respetar, tenías de imitar el rol de los hombres para decir aquí estoy yo, y soy una mujer seria, para decir soy seria y en serio te tenías que poner traje de raya diplomática. Ahora no, ahora no tenemos que demostrar nada ya. Ya no hace falta que nos vistamos como los hombres y lo que me has preguntado si hay una diferencia en la forma de dirigir, sí. Incluso tú entras ahora en una empresa de mujer, mira hace tres días fui a visitar la empresa de una socia, de las fundadoras, pero que desde entonces ha evolucionado mucho, ha crecido mucho el negocio, ha hecho una nave industrial nueva, ahora se ha hecho mayor, ahora ya tiene tres empresas, no sólo una como cuando comenzó la asociación. Fui porque estrenaba una nave industrial nueva y se cambiaba de sitio. Pues entras allí y se nota el toque femenino. Es una nave industrial pero hay cortinas, están los sofás de sala de espera pero con unas florecitas encima de la mesita, unos cuadros bonitos en las paredes, ¿me entiendes? Hay este toque” (Asociación de Mujeres Empresarias y Emprendedoras de las Comarcas de Tarragona). Se insiste en que las “mujeres no crean negocios por el tema de la conciliación, porque no pueden conciliar” (Federación Andaluza de Mujeres Empresarias).

Si la base de la opresión está en la adscripción de las mujeres a la esfera privada-doméstica, este orden a través de la ideología de la naturaleza diferente y complementaria de los sexos. Esta forma de colonización interna les impide reconocer al varón como opresor y que el ejercicio del predominio patriarcal se ubica en el hogar y a través de relaciones estrechas y afectuosas de la mujer con su opresor. Básicamente, nuestros informantes son víctimas de la representación dominante que sitúa el acento en la diversidad de género antes que en la desigualdad de género. Diversidad en la igualdad y que resulta perceptible cuando se pone énfasis, respecto a los microcréditos que concede la Administración, en que “*las mujeres tendríamos que estar consideradas igual que un hombre, una mujer empresaria igual que un hombre empresario, ¿porqué debemos tener nosotras microcréditos?*” (Asociación Gerundense de Empresarias). Se

desprende que la norma a la que hay que tender es a la equiparación de las mujeres empresarias con los hombres empresarios, ya que realizan las mismas actividades económico-empresariales que los hombres.

A modo de conclusión.

El discurso analizado nos evoca al feminismo de la diferencia, pues comparte con este movimiento feminista su exaltación del “principio femenino”, pero a diferencia de este feminismo no denigran lo masculino. No se trata de un feminismo, si cabe denominarlo así, que opta por la liberación del “deseo femenino” del paradigma de dominación masculina, todo lo contrario. Se sitúan no fuera del sistema patriarcal, ni tampoco hay que ubicarlos al lado del feminismo institucional o de Estado, que tampoco acepta situarse fuera del sistema para introducir cambios cualitativos en la situación de las mujeres y avanzar hacia una sociedad paritaria. Su objetivo es crear un *lobby* o grupo de presión. Aparte de esta vocación de ser un *lobby* ven de forma “natural”, la conciliación como responsabilidad de las mujeres y no de la familia.

En un contexto —franquista— marcado por una ideología profundamente conservadora, amparada y legitimada por la iglesia católica, se promovió la permanencia de la mujer en el hogar subordinado al marido. La época desarrollista de crecimiento económico — década de 1960— trajo la incorporación de la mujer al mercado de trabajo español, lo que obligó a modificar la reglamentación franquista que había contribuido a mantener a las mujeres alejadas del trabajo remunerado. De este modo, si la decisión de las mujeres de incorporarse al mercado de trabajo llevó a adaptar la legislación a los cambios económicos y sociales que se estaban produciendo, las *“asociaciones de mujeres empresarias” se crean, también, con esta finalidad: situar a la mujer empresaria en los “lugares de poder”, es decir que “las mujeres estén en puestos donde se decidan cuestiones importantes económicas y empresariales como son cámaras de comercio, como son patronales como es Fomento, Círculo de Economía, etc., centros muy masculinizados, mujer visibilidad, cada año damos unos premios a mujeres pues para que también se vea que hay muchas mujeres empresarias” (Fundación Internacional de Mujeres Empresarias de Barcelona).*

Se diseña la “asociación de mujeres” de forma similar a como se diseñaron las iniciativas empresariales en la transición democrática: como un “*lobby* político” (*Asociación de Empresarias y Profesionales de Valencia*), y a efectos de iniciar la coordinación empresarial ante la negociación colectiva. Un *lobby* que apenas afecta al

núcleo duro que articula la discriminación de las mujeres: el sexismo y la misoginia. La idea fundamental de nuestras informantes —todas ellas comparten la visión de que la responsabilidad familiar, el peso del hogar y la educación de los(as) hijos(as) es y ha de ser de las mujeres—, es defender sus derechos de clase, posicionarse como sujetos aptos para participar en la actividad patronal. Mujeres que comparten una condición común: ser mujeres empresarias por tradición familiar, que han heredado las empresas de los padres, que tienen muchas relaciones políticas y muy bien posicionadas, económica, social y políticamente, y que quieren ser un *lobby* por tener “*más representación sobre todo en los puestos de decisión económica y empresarial*” (*Organización de Mujeres Empresarias de Murcia*). Mujeres que como ellas afirman hace años “*que mando yo, lo que passa es que no decía que mandaba y ahora lo digo*” (*Asociación de Emprendedoras y Empresarias de Lérida*).

La teoría y práctica política de las “asociaciones de mujeres empresarias” sigue una lógica que podríamos formular de la siguiente manera: se plantean cuestiones que les afectan como mujeres (blancas, occidentales, heterosexuales y burguesas) y vindican que sean valoradas y reconocidas por parte de los hombres (blancos, occidentales, heterosexuales y burgueses). Y es que las diferencias y divisiones entre las mujeres, es decir, en la subjetividad de cada mujer, es resultado de que la socialización en un rol de género es simultáneamente socialización en un rol de clase social. Doble socialización en tanto que el patriarcado se define por ser un patriarcado capitalista y tener una base económica. Ni el capitalismo ni el patriarcado son autónomos. La unión de ambos sistemas de dominación —sexual y de clase— está en el hecho de que el patriarcado no es simplemente una estructura psíquica, sino que implica una estructura social y económica. Su punto de partida es que la sociedad está organizada sobre bases tanto capitalistas como patriarcales: la acumulación del capital se acomoda a la estructura social patriarcal y contribuye a perpetuarla, de tal manera que lo que se ha producido es una alianza entre capitalismo y patriarcado. Esta alianza se pone de manifiesto en las expectativas de nuestras informantes, inexplicables sin la existencia de las divisiones sociales. Divisiones que en la vida mercantil les garantiza promociones, posiciones de autoridad y salarios elevados, y en la vida privada les releva de la mayor parte del trabajo cotidiano del hogar. +

Bibliografía

AMORÓS, C. (1997). *Tiempo de feminismo. Sobre feminismo, proyecto ilustrado y*

- postmodernidad*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- BADINTER, E. (2004). *Por mal camino*. Madrid: Alianza.
- BLAU, F. y FERBER, M. (1992), *The Economics of Women, Men and Work*, New York: Prentice may, Engleword Cliffs.
- BODEN, R. J. Jr. y NUCCI, A. R. (2000). «On the survival prospects of men's and women's new business ventures», *Journal of Business Venturing*, 15 (4): 347-362.
- BUTLER, J. (2001a). *El género en disputa*. México, D. F.: Paidós. Género y Sociedad.
- BUTLER, J. (2001b). *Mecanismos psíquicos del poder*. Madrid: Cátedra, Colección Feminismos.
- CARTER, S. y CANNON, T. (1992). *Women as entrepreneurs*. London: Academic Press.
- CHELL, E. y BAINES, S. (1998). «Does gender affect business performance?: A study of microbusinesses in services in the UK», *Entrepreneurship and Regional Development*, 10: 117-135.
- CHINCHILLA, N.; GARCÍA, P. y MERCADÉ, A. (1999). *Emprendimiento en femenino*. Barcelona: Gestión 2000.
- COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (2001). *Construir una Europa Empresarial. Actividades de la Unión a favor de la pequeña y mediana empresa (PYME)*, Informe de la Comisión al Consejo, al Parlamento, al Comité Económico y Social y al Comité de las Regiones, COM, Bruselas.
- COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (2003). *Libro Verde: El Espíritu empresarial en Europa*. Bruselas: Dirección General de la Empresa.
- EHLERS, T. B. y MAIN, K. (1998). «Women and the false promise of microenterprise», *Gender and Society*, 12 (4): 424-440.
- FERBER, M y NELSON, J. (Eds.) (1993), *Más allá del hombre económico*, Madrid: Cátedra.
- GARCÍA, M. D. y BAYLINA, M. (2000). *El nuevo papel de las mujeres en el desarrollo rural*. Vilassar de Mar: Oikos-Tau.
- GARCÍA DE LEÓN, M. A. (2008) «Lo práctico y lo formal. Arquetipos masculino/femenino de poder», *Arxius de Ciènces Socials*, 19: 53-62.
- HARDING, S. (1995), "Can Feminist Thought Make Economics more Objective?" *Feminist Economics*, 1(1): 7-32.
- HARTMANN, H. (1981). «The Unhappy Marriage of Marxism and Feminism: Towards a More Progressive Union», en SARGENT, L. (comp.), *Women and Revolution*. Boston: South End Press.

- JESSOP, R. (2008). *El futuro del Estado capitalista*. Madrid: Catarata.
- MARLOW, S. y STRANGE, A. (1994a). «Female entrepreneurs: Success by whose standards?», en TANTON, M. (ed.), *Women in Management: A Developing Presence*, London: Routledge, 171-184.
- MARLOW, S. y STRANGE, A. (1994b). *The Effect of Labour Market Discrimination on Women's Expectations of Self Employment*. Small and Medium Enterprise Center, Working Paper, núm. 10, Warwick Business School.
- MERCADÉ, A. (1998). *Mujer emprendedora: Claves para crear y dirigir empresas excelentes*. Barcelona: Gestión 2000.
- PATERNA, C. y MARTINEZ, M. D. C. (2005). *La maternidad hoy: Claves y encrucijada*. Madrid: Minerva.
- PEREZ OROZCO, A. (2001), *Perspectivas feministas en torno a la economía: el caso de los cuidados*, Madrid: Consejo Económico y Social.
- SAMPEDRO, R. (1996). *Género y ruralidad. Las mujeres ante el reto de la desagrarización*. Madrid: Instituto de la mujer.
- SINGH, S.; REYNOLDS, R. y MUHAMMAD, S. (2001). «A gender-based performance analysis of micro and small enterprises in Java, Indonesia», *Journal of Small Business Management*, 39 (2), 174-182.
- SOLÉ, C. y PARELLA, S. (2005). *Negocios étnicos. Los comercios de los inmigrantes no comunitarios en Cataluña*. Barcelona: Fundación CIDOB.
- VARA, M. J. (Coord.) (2006), *Estudios sobre género y economía*, Madrid: Akal.