



# Dominaciones interrelacionadas (de clase, género...)

Ignasi Brunet Icart

Alejandro Pizzi

Departamento de Gestión de Empresas.  
 Área de Sociología  
 Universidad Rovira i Virgili  
 E-Mail: [ignasi.brunet@urv.cat](mailto:ignasi.brunet@urv.cat)

Papeles del CEIC  
 ISSN: 1695-6494



**Volumen 2011/2**  
**# 71**  
**septiembre 2011**

Resumen	Abstract
Dominaciones interrelacionadas (de clase, género...)	Interrelated Dominations (class, gender...)
Este artículo sintetiza el análisis del discurso obtenido mediante la técnica de la entrevista en profundidad a las representantes de las "Asociaciones de Mujeres Empresarias" de Cataluña, Andalucía, Murcia y Comunidad Valenciana. Análisis que nos ha permitido constatar, por un lado, que el género es una relación entre sujetos socialmente constituidos en contextos específicos, por lo que hay que efectuar análisis específicos, contextualizados y diferenciados. Por otro lado, que las representantes de las "Asociaciones" ratifican las dominaciones interrelacionadas en las que se apoya el orden social.	This article resumes the discourse analysis got through "deep interview" technique to representatives of the "Business Women Association" of Cataluña, Andalucía, Murcia and the Valencia community. This analysis has allowed us to see that the gender is a relation between subjects socially constituted in specific contexts, demanding specific analysis, contextualized and differentiated. Also, that association's representatives ratify the interrelated dominations on which social order stands.
Palabras clave	Key words
Género, feminismo, mujeres empresarias, clase social	Gender, feminism, business women, social class
Índice	
1) Introducción .....	1
2) Revisión de la literatura .....	4
3) Resultados .....	12
4) A modo de conclusión .....	26
5) Bibliografía .....	27

## 1) INTRODUCCIÓN

A partir del Consejo Europeo de Amsterdam de 1997, promover el espíritu empresarial es uno de los objetivos principales de la Estrategia Europea para el Empleo tanto a escala nacional, como de la Unión Europea (UE) en su conjunto. Bajo la





hipótesis de que las economías tienen una dotación determinada de espíritu empresarial que contribuye al crecimiento económico en combinación con los factores productivos tradicionales de capital y trabajo, la Comisión Europea (2001) plantea que modernizar la economía de la UE 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 se encuentra el espíritu empresarial, al ser éste el pivote sobre el que giran las principales transformaciones económicas. Se resalta que los agentes de la actividad emprendedora son los que articulan la modalidad de capitalismo emprendedor que la UE necesita; capitalismo que garantiza un mejor crecimiento de la producción, de la renta y del empleo. En este sentido, crear una Europa empresarial, innovadora y abierta, equivale a generar una economía basada en el conocimiento; economía que depende del fomento empresarial, y así se justifica en el Libro Verde “El Espíritu Empresarial en Europa” (Comisión de las Comunidades Europeas, 2003). En este libro se defiende un enfoque exhaustivo de la promoción del espíritu empresarial tanto a trabajadores, como a trabajadoras.

Con relación los problemas que conlleva el autoempleo para las mujeres, las investigaciones internacionales realizadas —mayoritariamente en las Islas Británicas y Norte de Europa— nos mostraron cómo las mujeres experimentan desventaja tanto en la creación como en la gestión de las empresas (Carter, 2000; Marlow, 2002; Holmquist y Sundin, 1998). Sus empresas se caracterizan, en relación a las de los hombres, por factores como: baja capitalización, baja rentabilidad, concentración sectorial y estereotipos negativos, como falta de credibilidad o menor ambición de sus metas estratégicas (Shaw et al. 2001; Rosa y Hamilton, 1994; Bird y Sapp, 2004). La literatura apunta a que estas características estructurales son las que explican por qué es menor el número de empresas dirigidas por mujeres que se registran como sociedades, que exportan, que experimentan un crecimiento rápido o que buscan financiación bancaria (Carter y Brush, 2004; Carter et al., 2006). La explicación de estas características o situación de desventaja de las mujeres se encuentra





en los siguientes factores principales: en primer lugar, la necesidad de buscar fórmulas alternativas de conciliación de la vida laboral y familiar conduce a las mujeres a tener mayor propensión hacia el autoempleo que los hombres (Williams, 2004; Taylor y Kosarek, 1995; Baines et al., 2003). De hecho, las motivaciones para el autoempleo de hombres y mujeres son diferentes en tanto que su situación de partida respecto a la relación entre trabajo productivo y reproductivo es diferente, pues aunque las mujeres se están incorporando progresivamente al mercado de trabajo, como contrapartida, los hombres no se incorporan al mismo ritmo al reparto del trabajo doméstico. Por ello, entre los años 2007 y 2009 llevamos a cabo una investigación en torno a los efectos de la división sexual del trabajo sobre la creación de empleo por cuenta propia en Cataluña, Andalucía, Murcia y Comunidad Valenciana. Concretamente, en dicha investigación, de carácter cualitativo, nos preguntábamos en qué medida se reproduce en el empleo por cuenta propia las desigualdades de género que caracterizan las relaciones de empleo por cuenta ajena. Para ello elaboramos una muestra estructural basándonos en fuentes estadísticas secundarias de orden cuantitativo (INE, Eurostat, Proyecto Global Entrepreneurship Monitor), y se llevaron a cabo 23 entrevistas en profundidad a responsables de “Asociaciones de Mujeres Empresarias” (AME), tanto desde la perspectiva de las motivaciones que les animaron a crear estas asociaciones como desde la perspectiva de las especificidades de las asociadas.

El objetivo del artículo y su principal aporte está en presentar las categorías que emergen de las narraciones obtenidas mediante la técnica de la entrevista en profundidad a las representantes de las “Asociaciones”. Las especificidades de las narraciones dan cuenta de la interrelación del género con el eje de desigualdad de clase. Se trata de mujeres empresarias (de edades comprendidas entre 40 y 55 años, casadas y con estudios superiores), cuyos proyectos empresariales se pueden atribuir a sus recursos de clase; a saber, sus atributos educativos, formativos y materiales (propiedad de los medios de producción, patrimonio, etc.) propios de una





socialización emprendedora que acostumbra a transmitirse en el seno de la familia. Recursos de clase que también explica la motivación que les ha llevado a crear estas asociaciones. Así, la información facilitada nos ha permitido contrastar la hipótesis planteada en torno a la influencia de la clase social a la hora de explicar los roles de género y los discursos respecto a la percepción e interpretación de las desigualdades de género. Con ello se constató, y éste es el hallazgo de la investigación, que no existe la categoría universal de “mujer”, y que 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 división sexual del trabajo. Para abordar este objetivo se sintetizan en el siguiente epígrafe las aportaciones realizadas en contra de la idea de que “todas las mujeres” están subordinadas a los hombres de la misma manera y en un mismo grado, universalizando a menudo la situación específica de opresión que padecen las mujeres blancas, heterosexuales y de clase media.

## 2) REVISIÓN DE LA LITERATURA

Otegui (1999) plantea que, aunque en los actuales estudios sobre el género existe una multiplicidad de respuestas y posturas, existiría un punto común en el que las corrientes mayoritarias coinciden. Este punto común es que se cuestiona la homogeneización aparente de los géneros y su percepción como “binomios enfrentados” y definidos por oposición resaltando las divergencias existentes entre las diversas formas de ser hombre o de ser mujer por encima de las convergencias que crean una imagen uniforme de las identidades de género que las hacen aparecer como inamovibles y universales. Es por ello que los actuales estudios de género tratan de desmontar, relativizar y hacer complejas las categorías “hombre” y “mujer”, y se orientan a señalar la correlación entre las identidades de género y los contextos sociales e históricos donde nacen, se conforman y reproducen los roles de género





—y su influencia frente a otras identidades como la clase social, la étnica...—. Estos estudios también muestran cómo las actuales identidades de género son el resultado de un proceso sociohistórico y de la hegemonía de unas determinadas relaciones de poder y, por tanto, el resultado de una ideología o forma de conceptualizar el mundo y de priorizar unos valores por encima de otros. En consecuencia, mantener la dicotomía hombre/mujer, macho/hembra, masculino/femenino... significa ceder a favor de unas determinadas ideologías del poder que naturalizan y reproducen la desigualdad, pero también que hacen del sexismo un esencialismo, como lo son el racismo, el clasismo, el nacionalismo... las cuales fundamentan la diferencia en la “naturaleza” y la “biología”, y no en una construcción social arbitraria.

Por esto Butler (2001a) cuestiona la creencia política de que debe haber una base universal para el feminismo, que se funda en la apariencia de que todas las mujeres poseen alguna identidad común que supuestamente existe en todas las culturas. Esta creencia va unida a la idea de que la opresión de las mujeres posee alguna forma específica reconocida dentro de la estructura universal o hegemónica del patriarcado o de la dominación masculina; concepto de patriarcado que, por otra parte, permitió dar nombre a la subordinación femenina. Sin embargo, este concepto ha recibido numerosas críticas ya que la idea de un “patriarcado universal” ha contribuido a sustentar la ficción según la cual las mujeres poseen una identidad común en todas las culturas, y que todas ellas sufren el mismo tipo de opresión dentro de una estructura universal y hegemónica de dominación masculina. De manera que este concepto invisibiliza la diversidad entre las mujeres y las distintas formas de opresión a las que se encuentran sometidas. Un concepto que, gestado en el seno del pensamiento feminista occidental, nace de las experiencias y problemáticas de un conjunto de mujeres (blancas, occidentales, de clase media, heterosexuales...) que universalizaron sus voces.





Los estudios de género discuten, por consiguiente, que el rol de género sea una transferencia, al orden de lo social, de unos atributos o características inscriptas en el orden de lo natural o biológico, y rechaza que los roles de género sean el resultado de la imagen de una estratificación que existe en el orden de lo real biológico (macho/hembra) y que determina nuestra forma de ser, actuar, pensar y vivir como hombre o como mujer, en lo social. Es por ello que Rubin (1975) afirma que sobre la constatación del dimorfismo sexual de la especie humana se ha construido el sistema sexo—género; un sistema de “tráfico de mujeres” que impone la desigualdad del lado de éstas. Un “tráfico” que se esconde bajo un complejo entramado, socialmente impuesto, en donde la mujer, dentro o fuera del matrimonio, se convierte en mercancía marcada por su diferencia sexual. Un sistema de relaciones mediante el cual la mujer deja de ser sólo una mujer para pasar a ser una “mujer oprimida” al otorgar a los hombres el derecho de acceso sexual a los cuerpos de las mujeres y el derecho de mando sobre el uso de los cuerpos de las mujeres. Un derecho de acceso y mando apoyado en una construcción llamada sexo y que está tan culturalmente construida como el género. De aquí que, para Wittig (2006), los conceptos “sexo” y “género” son construidos culturalmente y, concretamente, por el “pensamiento heterosexual” que actúa como pensamiento único capaz de producir una interpretación estática, universal, homogénea y totalizadora de la historia, cuyas leyes pretenden ser válidas para todos los individuos, de todos los tiempos y de todas las sociedades, como consecuencia de una universalidad incuestionable.

Se explica, entonces, que Butler (2002b), apoyándose en Wittig, argumente que el sexo es ya una categoría dotada de género, y éste es también el medio discursivo mediante el cual la “naturaleza sexuada” o “sexo natural” se establece y se produce como prediscursivo, previo a lo social, una superficie sobre la que actúa lo social. Para esta autora, afirmar que hay una mujer o un hombre natural o biológico que después se transforma en una mujer socialmente subordinada o en un hombre socialmente supraordenado, implica apoyarse en una concepción que entiende el





sexo anterior a la ley, en el sentido de que no está cultural ni políticamente determinado, proporcionando así la materia prima de lo social. Sin embargo, la consideración del “sexo como materia”, “sexo como instrumento de significación cultural” es una formación discursiva que funciona como un fundamento naturalizado para la distinción naturaleza/cultura y para las estrategias de dominación que esa distinción apoya. Pero, también, implica caer en una lectura de lo natural como algo ajeno a lo histórico, a lo social (Butler, 2001b). De aquí que Wittig (2006) plantee que el lenguaje, como sistema de signos, sostiene una multiplicidad de discursos que actúa sobre la realidad social de manera que es preciso analizar lo que el lenguaje oculta como ideología y desvelar qué se esconde tras unos discursos que nos proporcionan una lectura estática de la realidad, y en los que los seres humanos y las relaciones que establecen parecen invariables, ni afectados por la historia ni moldeados por los conflictos de clase, con una psique idéntica en cuanto que genéticamente programados, que invisibilizan las relaciones de poder y su origen, situándonos en una especie de vacío ahistórico (Arisó y Mérida, 2010).

En esta línea, Scott (1990) indica que el género es un elemento constitutivo de las relaciones sociales, al tiempo que una categoría fundamental para delimitar las relaciones de poder. Se trata de un concepto que constituye una forma primaria de relaciones significativas de poder, lo que conlleva un revelamiento de los modos de significarse recíprocamente género y poder. En referencia a estos modos de significarse, Butler (2002a) problematiza el término “mujer” en la medida en que contribuye a construir y a esencializar una determinada manera de ser mujer dejando poco margen de libertad para las diferentes voces y experiencias en la forma de ser y estar dentro de feminismo. Se explica que Butler (2001a), de acuerdo con Lauretis (2000), rechace cualquier forma de representación de género hegemónica y señale la necesidad de pensar el género no como una construcción cerrada, sino “abierta”, en “proceso”. Para esta autora, el actual sistema de géneros binario — “hombre”/“mujer”— obliga a nacer, crecer y vivir sobre unas determinadas expectati-





vas; aquellas que imprimen unos roles normativos cerrados e infranqueables. Es por ello que Butler plantea que la orientación sexual es un ente regulado por la “norma de género” y no es un impulso innato. Esto le lleva a considerar que la orientación del deseo no está inserta en el patrimonio genético sino en las regulaciones sociales.

Desde esta perspectiva, se define lo natural como un acontecer con lo social, con el hacer de las personas, en el sentido de que no hay más naturaleza que la que acontece con las personas, de ahí que el sexo siempre haya sido género, con la consecuencia de que la distinción entre sexo y género no existe como tal. De hecho, los diferentes actos del género crean la idea de género y, sin estos actos, el género no existiría. En realidad, entender el sexo y la sexualidad como algo anterior a la ley es en sí la creación de la ley. Al respecto, Foucault (1977) mostró que estar sexuado significa estar sujeto a una serie de reglamentaciones sociales y mantuvo que la ley dirige estas reglamentaciones como formadoras del sexo, del género, de los placeres y de los deseos. En el caso de Butler (1990), los actos, los gestos y las prácticas producen el efecto de que existe una sustancia o núcleo interior, pero realmente actúan en la superficie del cuerpo, “mediante un juego de sugerencias significativas que nos hacen tomar la identidad como principio organizador y como causa. Tales actos, gestos y prácticas, generalmente contruidos, son performativos en el sentido de que la esencia de la identidad que parecen expresar se convierte en una fabricación manufacturada y sostenida mediante signos corporales y otros medios discursivos” (Oliva, 2007: 31).

Chakravorti Spivak (1999a y 1999b), en el marco conceptual de la problematización del género, plantea que las diversas formas de estratificación social se interrelacionan en la vida de las mujeres. Por esto no se puede omitir en el análisis de la estratificación social el plano de las relaciones de género; relaciones que están claramente cruzadas por las de clase, raza, etnia, edad, opción sexual. De aquí que el





feminismo postcolonial argumente que haya que historiar las situaciones particulares a fin de proporcionar explicaciones a partir de las especificidades contextualizadas. Esta corriente feminista, que busca centrarse en la invisibilidad de las mujeres de color, así como de otras mujeres marginadas por las estructuras coloniales, considera que es la posición de clase, la pertenencia étnica, la opción sexual de la mujer, la que acaba estructurando el significado concreto que el género tiene para ella. De esta forma, para el feminismo “negro” carece de sentido referirse a un sujeto femenino genérico, puesto que el plano de lo femenino es un ámbito internamente fragmentado por otras divisiones. En palabras de Butler, el género no es exhaustivo, “no es coherente o consistente en contextos históricos distintos” (2001a: 35); su significado se construye invariablemente en relación con las modalidades raciales, de clase, étnicas, sexuales y regionales de cada situación. Por consiguiente, el género es una “relación entre sujetos socialmente constituidos en contextos específicos” (Butler, 2001a: 43). Por esto el feminismo postcolonial reclama análisis específicos contextualizados y diferenciados de las formas en que las mujeres se confirman como un grupo sociopolítico, histórico y cultural particular.

Se trata de cuestionar la universalización de la categoría género en su concreción blanca, occidental, heterosexual. Universalización que la convierte en una categoría transhistórica y estableciendo a todas aquellas personas que no encajan en ella como los nuevos “otros”. Esto significa no cuestionar las estructuras jerárquicas ni redefinir los conceptos que están cargados de relaciones de poder. Por ello Lauretis afirma que “el género, como la sexualidad, no es una propiedad de los cuerpos o algo que existe originariamente en los seres humanos, sino que es el conjunto de efectos producidos en cuerpos, comportamientos y relaciones sociales debido al despliegue de una compleja tecnología política” (2000: 35). Bajo el concepto de tecnología del género, Lauretis indica que estas tecnologías contribuyen a crear el género de manera diversificada. El género representa no un individuo, sino una relación, y una relación social que determina, dentro del imaginario social, las formas





de ser “hombres” o “mujeres” adquiriendo implicaciones concretas y reales en la vida de las personas —tanto a nivel social como individual—.

Para el feminismo postcolonial hay que partir de las múltiples diferencias que existen entre las mujeres, lo que supone reconocer que lo femenino, como lo masculino, dentro de la misma relación dinámica de poder entablada entre hombres y mujeres, “se cruza con otros referentes simbólicos en la constitución de la propia subjetividad. Este anti-esencialismo, contrario a la uniformidad de la feminidad como nueva forma de dominación cultural, se abre a la libre expresión de las diferencias reales entre las mujeres, permitiendo re combinaciones diversas como la encarnada, por ejemplo, en una ‘feminista lesbiana negra’” (Vidal, 2006: 106). Para el feminismo “negro” (Hooks, 1984; Dorlin, 2007), las feministas blancas han convertido a las mujeres negras en los “objetos” de su discurso privilegiado sobre la raza. Como “objetos”, las mujeres negras han permanecido desiguales, inferiores. Aunque puedan estar preocupadas sinceramente por el racismo, la metodología de las feministas blancas sugiere que no están libres del tipo de paternalismo endémico a la ideología de la supremacía blanca. Para Hooks, algunas de estas feministas blancas se colocan a sí mismas en la posición de “autoridades” que deben mediar la comunicación entre las mujeres blancas racistas y las mujeres negras “enfadadas” a quienes creen incapaces de elaborar discursos racionales. Según Amos y Parmer (1984), la percepción que las feministas blancas de clase media tienen de aquello de lo que necesitan liberarse tiene poca o ninguna relevancia para la experiencia del día a día de la mayoría de las mujeres negras. En palabras de Lorde: “mientras las mujeres blancas ignoren su privilegio incorporado y definan a las mujeres únicamente en términos de su propia experiencia, las mujeres de Color se convertirán en la ‘otra’, la extraña cuya experiencia y tradición es demasiado ‘extraterrestre’ para poderse entender” (1984: 117). En consecuencia, reconocer 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 determinadas rasgos que les han de caracterizar, y para estructurar los espacios e instituciones sociales” (Pérez Orozco, 2007: 32).

Para Mulinari (2003) la creencia de que existe una misma identidad en torno a la categoría “mujer” conlleva que no se disponga de las herramientas teóricas adecuadas para capturar la heterogeneidad de las condiciones de trabajo de las mujeres respecto a su clase, raza/etnicidad y generación. De aquí que desde la denominada política de la localización (Rich, 1980) se defina 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. En definitiva, 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, y es que las variaciones que existen entre mujeres de diferentes clases, orientaciones sexuales y de diferentes orígenes étnicos son tan importantes para la posición social de la mujer como los elementos comunes inherentes al hecho de ser una mujer dentro de una sociedad determinada (Power, 2004). Entonces, hay que situar a hombres y mujeres en múltiples sistemas de dominación, y explicar por qué hay mujeres y hombres que lo tienen todo y mujeres y hombres que no tienen nada (Baca y Thornton, 1994). De un modo más específico, el gran error de la feminista de clase media es dar por supuesto que, con independencia del origen de clase, opción sexual y del origen étnico, la experiencia del sexismo es la misma, como si en realidad existiera la “mujer genérica” y como si en realidad existiera un dato a priori —el “sexo”—, previo a su denominación, esto es, a una lectura interesada de los cuerpos que toma los datos físicos de éstos como causa de las prácticas sociales y no como efectos de procesos sociales que instituyen dispositivos disciplinarios que forman a los propios cuerpos en algo relevante desde el punto de vista de la clasificación jerárquica de los géneros.





### 3) RESULTADOS

#### 3.1. 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*” (AME:CATALUÑA1. Licenciada en Dirección y Administración de Empresas. Dirige una empresa familiar del sector turístico. Casada, 3 hijos). La supresión del género de esta actividad supone reproducir ésta 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*” (AME:VALENCIA2. Licenciada en Derecho y Administración de Empresas. Dirige un despacho de consultoría jurídica y empresarial. Casada, 1 hijo). 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 femenino*” (AME:ANDALUCIA4. Licenciada en Química. Dirige un laboratorio de análisis químico. Casada, 4 hijos). 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, es decir, de los privilegia-





dos. No tener que pensar en el género es uno de los dividendos patriarcales de la desigualdad genérica. Así, la fuerza del orden masculino se descubre cuando se nos comunica 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”* (AME:VALENCIA3. Licenciada en Farmacia. Dirige una cadena de farmacias de propiedad familiar. Casada, 2 hijos).

La anterior cita ejemplifica bien por qué el feminismo ha estudiado con gran lucidez la necesidad que han tenido las sociedades patriarcales de mistificar aquellos roles sociales necesarios para su autorreproducción 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”. No hay que extrañarse entonces que si el género ha estado históricamente vinculado al “orden natural de las cosas”, está en el hecho de que los grupos dominantes rara vez cuestionan el orden social que les hace poderosos. Además, la fuerza del orden masculino 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 auto infligen por haber interiorizado la dominación patriarcal” (García de León, 2008: 55).

La idea es clara e insistente: las Asociaciones se crean para *“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?*” (AME:CATALUÑA6. Licenciada en Derecho. Dirige una asesoría laboral—fiscal. Casada, 2 hijos). 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*”, y lo son porque “*se ve ahora muchas más titulaciones universitarias entre las mujeres. Muchas más universitarias que tienen inquietud por emprender*” (AME:ANDALUCIA1. Diseñadora Gráfica. Dirige una empresa de servicios gráficos. Casada, 1 hijo). Ante esta nueva situación de emprendedoras con estudios universitarios, no se pretende desenmascarar cualquier poder masculino ilegítimo, sino que se apela a la “*fuerza de los hechos*”, 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.

Este tipo de bien refleja la propia posición social de nuestras 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 además de acreditar su capital cultural, las legitima en su derecho de autodesignación en el plano empresarial: “*somos una asociación de mujeres empresarias*”. Autodesignación que confirma su vindicación de representación femenina en la actividad empresarial. La aspiración de las asociaciones es que se las reconozca como mujeres empresarias, como parte de su identidad. Su ética profesional sitúa el “ser empresaria” en un puesto elevado en su escala de valores personales y de reconocimiento social. Además, sus deseos de no ser excluidas del espacio público empresarial 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 em-*





*presaria, como mujer directiva*” (AME:VALENCIA5. Licenciada en Farmacia. Dirige una empresa de productos Fito-sanitarios. Casada, 3 hijos).

Les motiva el poder, tener poder sobre situaciones, capacidad de decisión, igual que los hombres, ya que *“en eso no hay diferencias”*. Esta motivación, el logro del poder, que constituye una *“alta cultura masculina”* (García de León, 2008), a la cual nuestras informantes 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”* (AME:MURCIA4. Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas. Dirige una empresa de consultoría en publicidad. Casada, 1 hijo). Además, se insiste en que *“no creemos en los planes de igualdad. En el mundo empresarial, o eres competitivo o no eres competitivo”* (AME:CATALUÑA5. Licenciada en Administración y Dirección de Empresas. Dirige una consultoría de empresas y de implantación de sistemas de calidad. Casada, 2 hijos).

La *“normalidad”* de las desigualdades en el universo simbólico de nuestras informantes explica que no se consideren una *“asociación feminista”*, ya que para ellas las relaciones de género no son un resultado de una lógica cultural, social, sino *“natural”*, y como tal desprovista de relaciones asimétricas de poder, desiguales y de subordinación. La idea de la asociación de mujeres empresarias surge, entonces, como una *“manera de salir adelante al darnos cuenta que en los puestos de poder de esta ciudad las mujeres no estaban presentes”* (AME:ANDALUCIA8. Licenciada en Geología. Dirige una empresa de estudios geotécnicos. Casada, 3 hijos), pero





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 o empresario ¿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. Eso lo tenemos todas y todos”* (AME:VALENCIA4. Licenciada en Economía. Dirige una empresa del sector textil. Casada, 2 hijos). Esta cita constata el no rompimiento con los marcos androcéntricos, y su aspiración se concreta en emular lo masculino, en reclamar la condición de sujeto empresaria para la mujer, de insertar a las mujeres en el término valorado: la actividad empresarial y, concretamente, en las cúpulas de las organizaciones empresariales. No van más allá de los marcos conceptuales que están implícita o explícitamente basados en, o derivados de, los mercados.

### **3.2. Doble lealtad —a la biología y a la empresa**

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”—*, 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 este estatuto con *“otra prioridad”*: la de ser las responsables del hogar familiar. Optan, por tanto, por *“crear la propia empresa para poder estar con la familia. Hay muchas mujeres jóvenes que te explican que trabajan todo el día pero que cuando los niños salen del colegio los van a buscar. Se van a casa, hacen de madres hasta las nueve de la noche que se van a dormir y a las nueve se ponen a trabajar”*





(AME:CATALUÑA7). Licenciada en Dirección y Administración de Empresas. Dirige una empresa familiar en el sector de la construcción. Casada, 2 hijos). En la medida que esto es así, crear una empresa es una manera de asumir plenamente el carácter temporal de la actividad productiva, pues se nos informa que *“las emprendedoras buscan dar solución a su vida personal. El de ser un apoyo económico en la familia, pues yo creo que una mujer no solo tiene que estar en casa.”* (AME:VALENCIA 2).

Estamos ante un grupo que no reconoce que la raíz del problema de la “conciación” o de la “corresponsabilidad” está en la organización sexual del trabajo, pues asumen plenamente que es un problema personal e individual, y esto no 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”, la acentuación del carácter corporal y biológico de las mujeres es explícita en el discurso de nuestros 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?”* (AME:ANDALUCIA6. Licenciada en Administración de Empresas. Dirige una inmobiliaria de propiedad familiar. Casada, 2 hijos).

La cita anterior es el reflejo, en el discurso de nuestras informantes, de las dicotomías y los binomios sobre los que se ha construido la experiencia histórica de la





modernidad —hombre/mujer, masculinidad/feminidad, público/privado...—. Informantes que, 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*” (AME:VALENCIA3). 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.

Para Pateman (1995), el origen del espacio público está en un contexto histórico social que insta un pacto entre iguales mientras que lo que insta el espacio privado es un contrato sexual de subordinación que en una primera fase se disfraza de inferioridad, después de complementariedad y en la actualidad se esconde tras una igualdad que, a juzgar por los hechos, es sólo aparente. Pues bien, nuestro grupo de informantes vindican cambiar su situación en el espacio público empresarial, por lo que se afirman como “*una asociación de género, si fuésemos una asociación mixta si que me podrías preguntar sobre planes de igualdad, pero yo no tengo que agrupar nada, mi propia esencia es esa: una asociación de mujeres empresarias*”. Asumen que para las mujeres no tiene sentido hablar de conciliación, pues “*nosotras estamos acostumbradas a conciliar siempre. Una mujer cuando viene a montar su empresa la conciliación familiar ya la tiene. Su proyecto personal lo tiene hecho, que no es que tengamos que preguntar. Tu sabes cuánto le vas a tener que dedicar al negocio: 9 horas al día para que salga para adelante, y tienes hijos y esto sabes también cómo lo vas a llevar. Esto ya lo tenemos interiorizado*” (AME:ANDALUCIA7. Licenciada en Marketing. Dirige una consultoría de publicidad y marketing. Casada, 2 hijos). Y respecto a los planes de igualdad, la respuesta es reiterativa: “*¿dónde los colocamos?*”. En otras palabras, “*no son viables. No se pue-*





*de. La pequeña y mediana empresa no puede, y es el 96% de este país ¿Y qué hacemos? ¿el ridículo? ¿Generar algo que sólo está por un 5 o un 10% de un país?”. Ante esta situación, se insiste en que con los planes de igualdad, “¿estamos fomentando un país de administración y punto? ¡No se de qué viviremos!, un día quiero hacer una charla de ello y plantearlo, ¡y tanto! Me deportaran a Cabo Verde. Yo creo que nos debemos dar cuenta que las instituciones existen porque existe el vox populi de los empresarios que trabajan” (AME:CATALUÑA1).*

Nuestras informantes asumen la esfera privada doméstica “*como propia*”, y ello 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, nuestras 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?*” (AME:CATALUÑA 5). Se desprende entonces que la norma a la que hay que tender es a la equiparación de las mujeres empresarias con los hombres empresarios, ya que ambos realizan las mismas actividades económico-empresariales. Así, ante la pregunta de si por el hecho de ser mujeres han de recibir una discriminación positiva por parte de la Administración Pública, la respuesta es:

*“No, no tiene porque haber ayudas por ser mujer. Deben ayudar a los hombres y a las mujeres a que se cree actividad económica.*

*– ¿Cree que hay una especificidad de negocio por el hecho de ser mujeres?*

*No.*



– *¿Considera que existe un estilo de dirección o de gestión diferente entre empresarios y empresarias?*

*No. O cumples unos objetivos viables o si no cierras. Una empresa no puede... porque pierde su existencia. Una empresa debe ser rentable, si tú la subvencionas ya no eres una empresa, eres una ONG o eres una empresa pública, o eres otra cosa pero no eres una empresa” (AME:CATALUÑA2. Licenciada en Administración y Dirección de Empresas. Dirige una inmobiliaria. Casada, 2 hijos)*

Por otra parte, el discurso analizado nos evoca al feminismo de la diferencia. 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. Además de esta vocación de ser un *lobby*, ven de forma natural “*la conciliación como responsabilidad de las mujeres y no de la familia*” (AME:ANDALUCIA6), y vindican “*la diferencia, quiero decir, somos diferentes*” (AME:CATALUÑA7). Nuestras informantes explican y justifican la diferenciación de papeles por sexo, y que les sirve de base a un “nosotros” empresarial preexistente, ya que “*debes tener muy claro que la trayectoria empresarial de la mujer no ha dejado de estar presente desde la mujer sapiens, lo que pasa es que ahora ha dicho: ‘Ahora quiero ser visible’, y ahora el hombre tiene miedo, ahora nos tienen miedo porque no saben cuál será su rol, tienen miedo que se lo cojamos. Y las mujeres ya tenemos un rol, el don de la procreación, tenemos el mando de los hogares y eso de que ahora nosotros también queramos mandar fuera, eso les da miedo. Esto me preocupa porque sabemos cómo es un mundo de hombres pero no sabemos cómo es un mundo de mujeres y puede ser terrorífico, ojo, si dentro de un par de generaciones la mujer alcanza el poder absoluto, en tanto que la mujer mala es muy mala,*





*eh, de la misma manera que hay hombres malos también hay mujeres malas y con una mujer mala no la distraes con nada” (AME:CATALUÑA3. Licenciada en Derecho. Dirige una consultoría jurídica familiar. Casada, 3 hijos).*

### 3.3. Derechos de clase

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 subordinada al marido. La época desarrollista de crecimiento económico 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” (AME:VALENCIA5), 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” (AME:CATALUÑA7).*

Se diseña la “asociación de mujeres” de forma similar a como se diseñaron las iniciativas empresariales en la transición democrática: como un *“lobby político”*, y a efectos de iniciar entonces 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 es que nuestras informantes comparten, por un lado, 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” (AME:MURCIA4).* Por otro, defienden sus derechos de clase, posicionándose como





sujetos aptos para participar en la actividad patronal, y que como representantes de las asociaciones, obtienen privilegios en calidad de portavoces de las mujeres empresariales. Así, nuestras representantes pueden formar parte de las agrupaciones empresariales que integran la estructura de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales. 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*” (AME:ANDALUCIA2. Licenciada en Administración y Dirección de Empresas. Dirige una agencia familiar inmobiliaria. Casada, 2 hijos).

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). Esta lógica se explica en tanto que las diferencias y divisiones entre las mujeres son el resultado de que la socialización en un rol de género es simultáneamente socialización en un rol de clase social. De hecho, el discurso de nuestras informantes, que se retroalimenta continuamente, no está marcado únicamente por su género (no se reconoce ni prioridad ni legitimidad a las estrategias de liberación de género y de liberación sexual llevadas a cabo por otros segmentos de mujeres), sino por su condición de clase, que explica su poca atención a la organización social del trabajo y las consecuencias que tiene sobre las mujeres. Organización inexplicable sin la posición hegemónica que el patriarcado atribuye a los hombres, y resulta invisible para nuestras informantes porque los privilegios que se brindan a quienes forman parte de los grupos sociales hegemónicos desincentivan la visión crítica de la situación social en que se encuentran. Por lo tanto, el discurso de nuestras informantes no es inocente, sino que está cargado de re-





laciones de clase (de poder), por su localización social, dado que su carga laboral se convierte en un símbolo de estatus, y su carga doméstica es satisfecha a través de los mercados, incluidos los de cuidados. En otras palabras, efectúan un trasvase del trabajo doméstico que realizan hacia otras mujeres, concretamente mujeres migrantes.

Una informante nos dice que *“cuando hay una reunión de empresarias no se viene a hablar de cómo va nuestra vida familiar y a ver qué nos pasa o no nos pasa, venimos a formarnos y a informarnos de las cosas que nos pueden interesar para las nuestras empresas, formarnos sobre las nuevas leyes que nos pueden afectar, hacer negocio entre nosotras —y no si tu marido es mas guapo que el mío, o si te llevan los niños al cole o no te los llevan, eso si van de vacaciones supongo que lo hablaran, no entra en los objetivos de la asociación— y, por último, hacer lobby ante los organismos públicos y entidades para que el papel de la mujer se refuerce sobre todo el de la empresaria, de ahí todo lo demás no hacemos nada más que eso”* (AME:CATALUÑA3). Esta cita confirma que lo que se reclama es la entrada en el mundo que los hombres empresarios se habían reservado, lanzando un *“nosotras también”*. Sin embargo, la norma que adoptan es el discurso masculino de lo políticamente correcto y, lógicamente también, ideológico (es decir, reproductor de las estructuras patriarcales de la sociedad capitalista). Se visualiza la actividad empresarial de las mujeres, *“naturalmente realizadas”*, y bajo la total complementariedad con la actividad reproductiva. Actividad a consecuencia de su identidad femenina, de su pertenencia a un sexo (condición biológica). Este discurso es debido a una doble causa: por un lado, a su clase social, y, por otro lado, a la posición que ocupan en el interior de la familia.

Doble causalidad que explica cómo las “Asociaciones de Mujeres Empresarias” son diseñadas desde la experiencia masculina por mujeres que no se consideran feministas ni tampoco habría que situarlas en lo que se ha denominado feminis-





mo domesticado. Su interés está únicamente a insertar a las mujeres empresarias a los marcos establecidos de poder, a las jerarquías de poder, y que explica que el motivo de su movilización y organización esté contra la segregación vertical que sufren, es decir, la desigualdad que existe en el acceso al gobierno de las asociaciones patronales. Se nos informa, así, de la voluntad de estar presentes en espacios en los que existe un ambiente y una cultura de trabajo fuertemente marcados por los valores masculinos. Se exige la entrada de la mujer en la normalidad y normatividad del género masculino. Se cree en la posibilidad de reapropiarse de lo arrebatado, no replanteándose los códigos culturales de la exclusión, sino su asociación con el par hombre/mujer, y concretamente con los hombres socialmente valorados, no poniendo en cuestión la diferencia genérica que les ha sido asignada como una construcción —política, cultural, simbólica— a la que quieren estar sujetas. Esto supone, desde el punto de vista personal y de la acción colectiva, la no desidentificación, la no distancia crítica, la no redefinición y la no transgresión de la normativa esencialista de género.

Por otra parte, la literatura sobre creación de empresas especifica que el proceso formal para la creación de una nueva empresa se inicia con el reconocimiento de la oportunidad, para posteriormente llevar a cabo un análisis riguroso de la misma, que da lugar a un plan de negocio que se implanta una vez tramitada la puesta en marcha. El reconocimiento de la oportunidad de un negocio constituye una de las áreas más investigadas en el campo de la emprendeduría, por no decir su núcleo de investigación, y es definida como aquella situación en la que nuevos productos, servicios, materias primas y métodos organizativos pueden ser introducidos y vendidos en el mercado a un precio superior al coste de producirlos. Esta definición de la oportunidad emprendedora como un negocio potencialmente factible que busca beneficios, que provee un nuevo producto/servicio al mercado, mejora un producto/servicio ya existente, o imita un producto/servicio rentable en un mercado no saturado, aporta para nuestras informantes un carácter distintivo al concepto de negocio





de oportunidad y que caracteriza a “*los emprendedores de verdad*” (AME:CATALUÑA2). El resto constituyen los emprendedores por necesidad; este resto, para nuestras informantes, son mayoritariamente las mujeres. Éstas “*montan su empresa, su negocio por necesidad, mientras que los hombres son más emprendedores. Para ellos es una oportunidad de realizar su proyecto empresarial innovador*” (AME:CATALUÑA1).

En otras palabras, “*por nuestra experiencia, los hombres vienen con más dinamismo y entusiasmo a montar sus empresas mientras que las mujeres lo hacen cuando ya han agotado todas las posibilidades*” (AME:MURCIA3. Licenciada en Economía. Dirige una asesoría fiscal y financiera. Casada, 1 hijo). Estas citas significan, por otra parte, que lo que está claro es que las mujeres quieren trabajar “*y claro si no hay trabajo tienen que montar sus empresas*” (AME:ANDALUCIA2). Esta situación descrita nos aproxima al perfil característico de la mujer emprendedora: emprendedora por necesidad. Como indica una informante, “*las mujeres que montan su empresa, su negocio lo hacen por necesidad, los hombres lo hacen por oportunidad. En efecto, las mujeres actúan más por necesidades económicas (porque no encuentran trabajo, porque se han separado, porque tienen hijos a su cargo)*” (AME:MURCIA4). Además, se nos informa que “*los ejemplos que se ven de empresarias son empresas pequeñas de sectores feminizados*” (AME:ANDALUCIA1), es decir, las actividades de las emprendedoras “*son las propias del sector servicios*” (AME:VALENCIA3). Son actividades relacionadas con “*los roles tradicionales de género*” y las dificultades para llevar a cabo un proyecto por cuenta propia es “*la falta de financiación y de formación empresarial*” (AME:CATALUÑA7). Estas citas hacen evidentes las relaciones de poder entre mujeres, entre mujeres que crean emprendimientos de oportunidad —la minoría, en que se ubican nuestras informantes—, y mujeres —la mayoría— que crean emprendimientos por necesidad. De hecho, la realidad laboral de la mayoría de las mujeres está estrechamente vinculada a un modelo laboral —de bajos salarios y de inseguridad en el empleo— que, a su vez,





depende o pone de manifiesto su estrecha interrelación con el “familismo mediterráneo”. En este régimen de bienestar, el Estado dirige sus políticas al mantenimiento del estatus y de las formas de familia tradicionales, es decir, de la familia patriarcal.

#### 4) A MODO DE CONCLUSIÓN

El análisis de las entrevistas nos ha permitido contrastar la influencia de la clase social a la hora de explicar los roles de género y los discursos en torno a la percepción e interpretación de las desigualdades de género. Estos hallazgos son de gran interés porque muestran que no existe la categoría universal de “mujer” y a la vez nos sirve para matizar relaciones de subordinación que padecen las mujeres, y que no pueden explicarse desde las categorías patriarcales. Además evidencia cómo las representantes de las “Asociaciones de Mujeres Empresarias” están sujetadas a los esquemas ideológicos dominantes, y que son el producto de un marco social sexista en el cual se construye la diferencia de género como un aspecto fundamental de las interacciones sociales. Por otro lado, nuestras informantes no son, como sujetos, meros ocupantes de posiciones sociales, sino que son, también, sujetos estratégicos, y como tales producen estrategias que contribuyen a la reproducción de la posición social que les corresponde por origen social. Estas estrategias son elaboradas por mujeres condicionadas por sus recursos de clase, por su estructura de capitales. Esta estructura está ordenada, en primer lugar, en función de su capital económico y, en segundo lugar, por su capital cultural, y utilizan ambas especies de capital para convertirlo en capital simbólico, concretamente en tener visibilidad/reconocimiento en los “lugares de poder”.

Son mujeres que producen sus estrategias no tanto para reproducir su posición social, sino para acumular liderazgo social, político, económico, y que vindican que poseen las competencias para jugar el juego a que juegan los hombres empresarios. Su interés es indisociable de la creencia en el valor que está en juego en las





organizaciones patronales: la representación y control del mundo empresarial. La creencia en el valor de su apuesta (representar a las mujeres empresarias y/o emprendedoras) explica que se piensen a sí mismas como “vindicativas” de la condición femenina. Una “vindicación” para garantizar su proyecto personal, y los derechos de las mujeres aparecen únicamente en sus esquemas interpretativos en la medida en que se detente un trabajo de mercado, ahondándose con ello en la percepción de que el sujeto de derechos es la mujer (y el hombre) en el mercado, en el trabajo productivo. Una percepción en la que a las mujeres se las sigue considerando responsables de las familias, y en ningún caso se plantea una corresponsabilización de los hombres en el cuidado de la vida, y mucho menos a las empresas. Son mujeres sujetadas tanto a la lógica productivista del mercado como a la lógica tradicional de la familia católica; mujeres para quienes los géneros son necesariamente varón y mujer, y la maternidad y paternidad son funciones que están unidas de forma inexorable a la diferenciación sexual.

## 5) BIBLIOGRAFÍA

- Amos, V., y Parmer, P., 1984, “Challenging Imperial Feminism”, en K. Bhavnani (ed.), *Feminism and Race*, Oxford University Press, Oxford.
- Arisó, O., y Mérida, R., 2010, *Los géneros de la violencia*, Egales, Barcelona.
- Baca, M., y Thornton, B., 1994, “Difference and Domination”, en M. Baca y B. Thornton (Eds.), *Women of Color in U.S. Society*, Temple University Press, Philadelphia.
- Baines, S., Wheelock, J., y Gelder, U., 2003, *Riding the roller coaster family life and self—employment*, Cambridge Policy Press / Joseph Rowntree Foundation, Cambridge.
- Bird, S., y Sapp, S., 2004, “Understanding the gender gap in small business success: Urban and rural comparisons”, in *Gender and Society*, nº 18 (1), pp. 5–28.
- Butler, J., 1990, “Variaciones sobre sexo y género. Beauvori, Wittig y Foucault”, en S. Benhabib y D. Cornell, (Comps.), *Teoría Feminista y teoría crítica*, Edicions Alfons el Magnànim, Institució Valenciana d’Estudis i Investigació, Valencia.
- Butler, J., 2001a, *El género en disputa*, Paidós – Género y Sociedad, México.





- Butler, J., 2001b, *Mecanismos psíquicos del poder*, Cátedra – Feminismos, Madrid.
- Butler, J., 2002a, *Cuerpos que importan: Sobre los límites materiales y discursivos del "sexo"*, Paidós, Buenos Aires.
- Butler, J. 2002b, "Críticamente subversiva", en R. Mérida (ed.), *Una antología de estudios queer*, Icaria, Barcelona.
- Carter, S., 2000, "Gender and enterprise", en S. Carter y D. Jones-Evans (Eds.), *Enterprise and small business: Principles, practice and policy*, Prentice Hall, London.
- Carter, N. y Brush, C., 2004, "Gender", en W. Gartner, K. Shaver, N. Carter y P. Reynolds (Eds.), *Handbook of entrepreneurial dynamics: the process of business creation*, Sage Publications, London.
- Carter, S., Shaw, E., Wilson, F., y Lam, W., 2006, "Gender, entrepreneurship and business finance: Investigating the relationship between banks and entrepreneurs in the UK", in P. Greene, C.G. Brush, N.M. Carter, R.M. Schulze y E. Gatewood (Eds.), *Growth orientated women entrepreneurs and their businesses: A global research perspective*, Edward Elgar, Cheltenham.
- Chakravorti Spivak, G., 1999a, "¿Puede el sujeto subalterno hablar?", en *Orbius Tertius*, n. 6, pp. 175-235.
- Chakravorti Spivak, G., 1999b, *A critique of Postcolonial Reason*, Harvard University Press, London.
- 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*, Dirección General de la Empresa, Bruselas
- Dorlin, E., 2007, *Black feminism – Anthologie du féminisme africain-américain, 1975-2000*, L'Harmattan, Paris.
- Echols, A., 1983, "The New Feminism of Yin and Yang", en A. Snitow, C. Stansell, Sh. Thompson (Eds.), *Powers of Desire. The Politics of Sexuality*, Monthly Review Press, New York.
- Foucault, M., 1977, *Historia de la Sexualidad. Vol.1: La Voluntad de Saber*, Siglo Veintiuno, México.
- García de León, M.A., 2008, "Lo práctico y lo formal. Arquetipos masculino/femenino de poder", en *Arxiu de Ciències Socials*, nº 19, pp. 53-62.
- Holmquist, C., y Sundin, E., 1988, "Women as entrepreneurs in Sweden: Conclusions from a survey", in *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College, 643-653.





- Hooks, B., 1984, "Black Women: Shaping Feminist Theory", en K.K. Bhavnani (Ed.), *Feminism and Race*, Oxford University Press, New York.
- Lauretis, T., 2000, "Tecnologías del género", en *Diferencias. Etapas de un camino a través del feminismo*, Horas y Horas, Madrid.
- Lorde, A., 1984, "The Master's Tools Will Never Dismantle the Master's House", en A. Lorde, (Ed.), *Sister Outsider: Essays and Speeches*, The Crossing Press, Santa Cruz.
- Marlow, S., 2002, "Women and self-employment: Apart of, or apart from, theoretical construct", en *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, nº 3 (2), pp. 83-91.
- Mulinari, P., 2003, "Continuity in Change: The Private Service Sector and Gender Relations", 5th feminist research conference: Gender and power in the new Europe, Sweden – Lund University, [www.5thfeminist.lu.se/filer/paper\\_529.pdf](http://www.5thfeminist.lu.se/filer/paper_529.pdf).
- Oliva, A., 2007, "La teoría de las mujeres como clase social: Christine Delphy y Lidia Falcón", en C. Amorós y A. De Miguel (Eds.), *Teoría feminista: de la Ilustración a la globalización. Del feminismo liberal a la posmodernidad*, Minerva Ediciones, Madrid.
- Otegui, R., 1999, "La construcción social de las masculinidades", en *Política y Sociedad*, nº 32, pp. 151-160.
- Pateman, C., 1995, *El contrato sexual*, Anthropos, Barcelona.
- Paterna, C., y Martínez, M., 2005, *La maternidad hoy: claves y encrucijada*, Minerva, Madrid.
- Pérez Orozco, A., 2007, *Perspectivas feministas en torno a la economía: el caso de los cuidados*, Consejo Económico y Social, Madrid.
- Power, M., 2004, "Social Provisioning as a Starting Point for Economic Theory: A Feminist Political Economic Methodology", in *Feminist Economics*, nº 10 (3), pp. 3-19.
- Rosa, P., y Hamilton, D., 1994, "Gender an ownership in UK small firms", en *Entrepreneurship: Theory & Practice*, nº 18 (3), pp. 11-28.
- Rich, A., 1980, "Compulsory Heterosexuality and lesbian existence", en H. Abelove et al. (Eds.), *The Lesbian and Gays Studies Readers*, Routledge, New York.
- Rubin, G., 1975, "The Traffic in Women: Notes on the Political Economy of Sex", en R. Reiter (Comp.), *Toward and Anthropology of women*, Montly Review Press, New York.
- Shaw, E., Carter, S., y Brierton, J., 2001, *Unequal entrepreneurs: Why female enterprise is an uphill business*, The Industrial Society, London.



Scott, J., 1990, "El género: una categoría útil para el análisis histórico", en J. Amelaus y M. Nash (Eds.), *Historia y género: las mujeres en la Europa moderna y contemporánea*, Alfonso el Magnánimo, Valencia.

Taylor, S., y Kosarek, D., 1995, *A study of women owned businesses in the Dallas/Fort Metroplex*, Texas Woman's University, School of Management, 4, Texas.

Vidal, R., 2006, "Discurso feminista y temporalidad. La descomposición postmoderna de las identidades de género", en *Sistema: Revista de Ciencias Sociales*, nº 194, pp. 95-108.

Williams, F., 2004, *Rethinking Families*, Calouste Gulbenkian Foundation, London.

Wittig, M., 2006, *El pensamiento heterosexual y otros ensayos*, Tagle, Barcelona.

Protocolo para citar este texto: Brunet Icart, I. y Pizzi, A., 2011, "Dominaciones interrelacionadas (de clase, género...)", en *Papeles del CEIC*, vol. 2011/2, nº 71, CEIC (Centro de Estudios sobre la Identidad Colectiva), Universidad del País Vasco, <http://www.identidadcolectiva.es/pdf/71.pdf>

Fecha de recepción del texto: octubre de 2010

Fecha de evaluación del texto: febrero de 2011

Fecha de publicación del texto: septiembre de 2011

