

# Ethos emprendedor: resistencias feministas

Shams Selouma  
Candidata a Doctora en Derechos Humanos  
Universidad Nacional de Villa María - CONICET - Argentina  
seloumashams@gmail.com



## ¿Cómo se constituye la subjetividad de la mujer emprendedora?

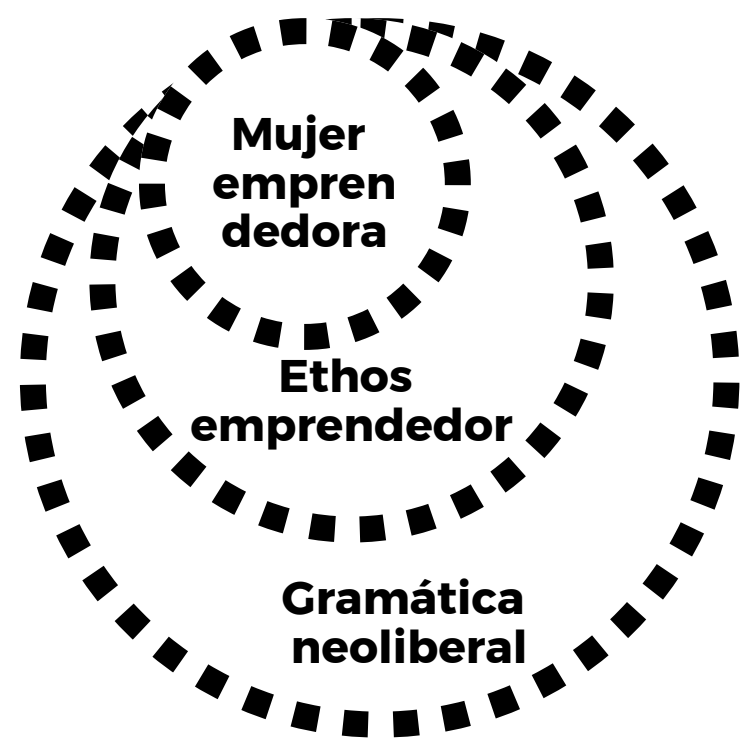
El discurso es un conjunto de cadenas de significantes fijados precaria y contingentemente por una operación política de exclusión, donde se establecen criterios como imperativos para el reparto de las posiciones sociales. La performatividad es el modo de hacer con esos criterios, en tanto interpelan y producen a un sujeto, materializándose en el cuerpo como efecto del mandato, pero manteniendo un espacio para la resignificación de las prácticas que lo constituyen (Laclau, 2005; Butler, 2005).

### Gramática neoliberal - ethos emprendedor

El neoliberalismo como modo de producción de sentido y subjetividades, hace que todo lo que existe en el mundo sea presentado como mercancía. Es decir, no existe un exterior, pues opera como circuito de significación ilimitado donde "no está cortado por ninguna imposibilidad" (Aleman, 2009). La subjetividad estrella es aquella que puede hacer de su existencia un modo de mercancía: *el sujeto emprendedor*. Su ethos está comandado a desarrollar la creatividad, el tiempo y su vida para satisfacer las demandas mercantiles. (Besure, 2016)

### LA mujer emprendedora

Los estereotipos son figuras discursivas prescriptivas y descriptivas, generan efectos en los sujetos a la vez que son cargados de sentidos por estos (Moya, M. & De Lemus, S., 2004). Los estereotipos de género marcan las posiciones sexo-genéricas dentro de los discursos haciendo operar los imperativos en otras cadenas de significado. En ese sentido, el estereotipo de género de la mujer respecto al trabajo remunerado cambió en los últimos 40 años, con su ingreso masivo al mercado laboral y las transformaciones en la organización del trabajo.



Según estudios en el campo (Rábago et. al, 2004; Ormeño, 2014; Viadana et.al, 2016, ; Meiners, 2012), el emprendimiento le permitiría a las mujeres acceder a una actividad remunerativa siendo "sus propias jefas", sin necesidad de disputar las posiciones masculinizantes en la economía, desarrollando su propio estilo de trabajo. Esta noción viene acompañada de las características que hacen a ese estilo, capitalizando la posición reproductiva-afectiva que ocupan las mujeres en la sociedad. Lo paradójico es que esta figura es el modo paradigmática para la solución al desempleo en los planes de ajustes neoliberales. Identificamos puntos nodales donde se articulan las características de la mujer emprendedora: en su autorrealización, en la responsabilidad, el uso del tiempo, la meritocracia y el empoderamiento del sujeto.

### Metodología y análisis

Para investigar los modos de significación de los puntos nodales del estereotipo de la mujer emprendedora, se realizó un análisis intertextual, contrastando las cadenas de sentido sobre esos puntos en estudios académicos y entrevistas. Se distinguieron los desplazamientos discursivos y encadenamientos de sentido entre las fuentes analizadas, para dar cuenta del potencial disruptivo de las interpretaciones que las mujeres emprendedoras hacen sobre sus experiencias.

#### Auto-realización:

Los estudios sobre mujeres emprendedoras dan sentido a este concepto desde la autovalorización de las habilidades propias, necesarias para el desarrollo autónomo del emprendimiento. Sin embargo, en las entrevistas se observa que la adquisición de habilidades es la condición de la participación y apoyo de otros en el emprendimiento.

#### Responsabilidad:

La toma de decisiones sobre el riesgo no se realiza en base al manejo de la información, como dice la literatura, sino a la apropiación del fracaso (resiliencia). Se rechaza toda certidumbre.

#### Uso del tiempo:

Mientras los estudios identifican la fijación del logro asociado al uso eficaz y eficiente del tiempo, las emprendedoras necesitan un freno de las lógicas que *te hacen trabajar todo el tiempo*. Ello sucede cuando hay un *Otrx* que marca la imposibilidad de seguir así, y la necesidad de cortar el trabajo.

#### Meritocracia:

En la literatura se indica necesaria la imitación de referentes modelos para el desarrollo del emprendimiento. Dicha operación en las emprendedoras no sólo aumenta la propia estima, sino que genera paternalismo condescendiente hacia otras experiencias de mujeres emprendedoras.

#### Empoderamiento del sujeto:

El liderazgo participativo como modo de emprender no condice con la actitud instrumental que demanda la literatura. En las entrevistas se observa que el empoderamiento viene dado de espacios con *Otrxs*, donde no predomina la lógica de lucro, sino de encuentro.

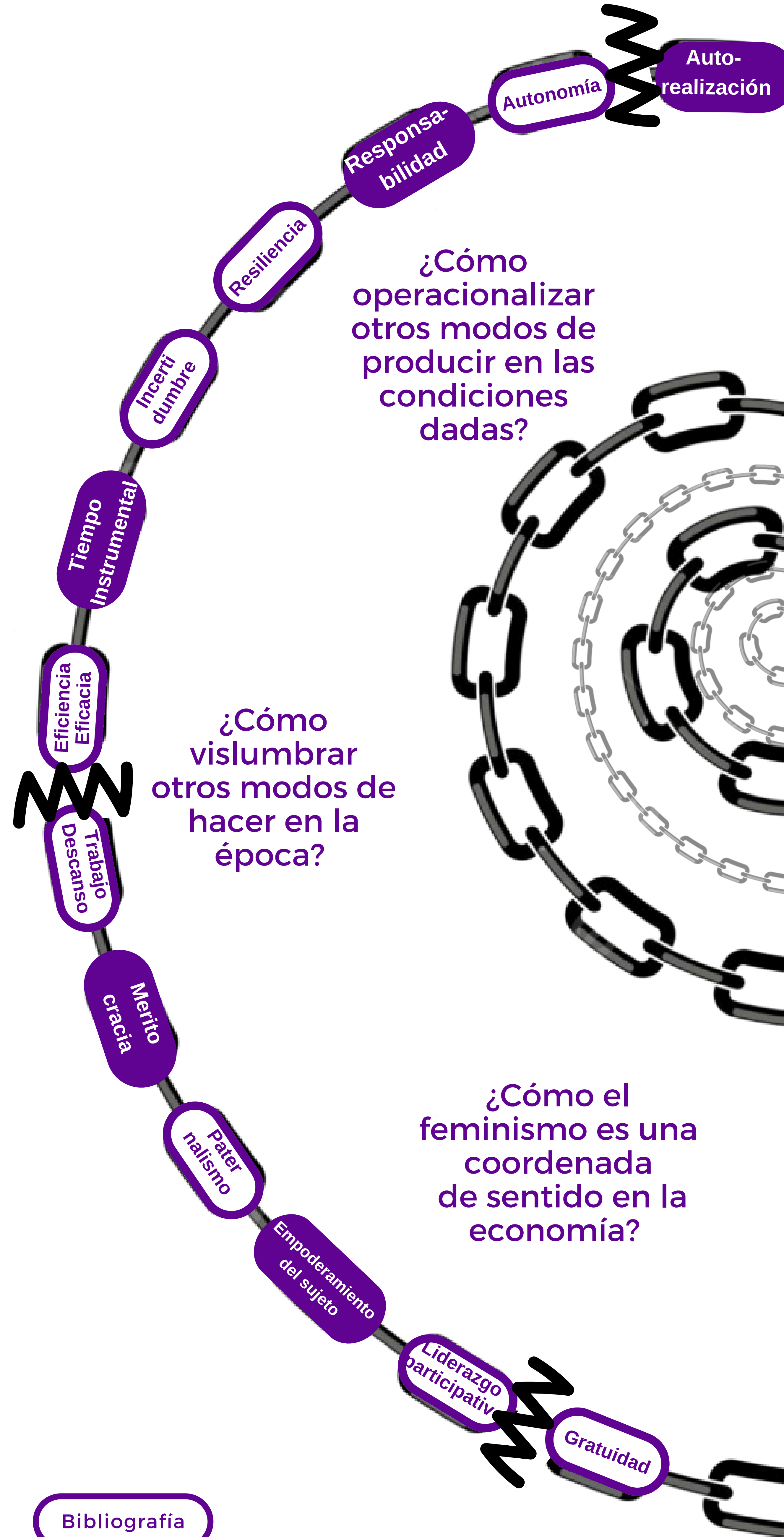
### Resistir como forma de cuidado

La performatividad del sujeto mujer emprendedora conmueve ciertos sentidos del ethos emprendedor, mientras se repliega en otros. Aunque su construcción estereotípica se alinea a significantes nodales de la lógica de la mercancía, su posición sexogenérica le permite hacer *algo distinto* en algunos usos de ese discurso. Esas distinciones no van por vía de lo neoliberal, sino que evocan otro orden para dar sentido a su existencia en el mundo. Preguntas futuras serían dar cuenta sobre este orden, el que nos animamos a conjeturar tiene coordenadas en el feminismo. La intuición se fundamenta en que los pliegues emergen en relación a un *Otrx*, descompletando lo ensimismado del individualismo en la lógica neoliberal. A razón de ello, Biglieri y Cadahia (2021) proponen pensar la política de los cuidados como un modo de hacer con *lo común*. Sustraer la noción de los cuidados del orden doméstico y privado, para pensarlos como algo del orden público, es convocar a pensar el cuidado como resistencia posible de expresarse, torsionando la lógica de la mercancía. Dar espacio a un no-todo desde hendiduras que nos permitan imaginar políticamente estrategias feministas sobre otros modos de hacer con la economía de la época.

¿Cómo operacionalizar otros modos de producir en las condiciones dadas?

¿Cómo vislumbrar otros modos de hacer en la época?

¿Cómo el feminismo es una coordenada de sentido en la economía?



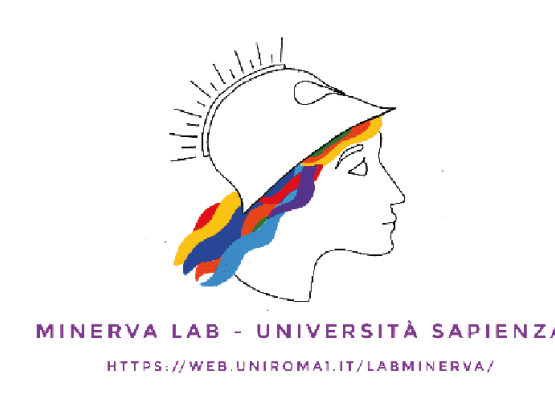
### Bibliografía

- Aleman, J. (2009) Para una izquierda lacaniana... Intervenciones y textos, Buenos Aires, Grama.
- Basaure, M. (2016). Ulrich Bröckling, . 2015. El Self emprendedor. Sociología de una forma de subjetivación. Revista de Estudios Sociales, 56, 133-136.
- Biglieri, P. y Cadahia, L. (2021) Siete ensayos sobre populismo. España: Herder Editorial
- Butler, J. (2005) Cuerpos que importan: sobre los límites materiales y discursivos del sexo. Buenos Aires: Paidós.
- Laclau, Ernesto (2005) La razón populista. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Moya, M. & De Lemus, S. (2004). Superando barreras: creencias y aspectos motivacionales relacionados con el ascenso de las mujeres a puestos de poder. Revista de Psicología, General y Aplicada, 57, 225-242.
- Rábago, Patricia Laura et al (2004). El perfil de mujeres emprendedoras exitosas de Argentina. II CIPEAL Conferencia Internacional de Pesquisa em Empreendedorismo na América Latina, Rio de Janeiro
- Barros, M. y Reynares, J. (2018). Tras las huellas del problema. Notas sobre el devenir analítico de la teoría política del discurso, en R. Farrán, Método. Aproximaciones a un campo problemático, (pp. 229-251). Prometeo Libros.



32<sup>nd</sup> IAFFE ANNUAL CONFERENCE

ROME, ITALY  
3-5 July, 2024



SAPIENZA  
UNIVERSITÀ DI ROMA