

Mordiendo manzanas envenenadas: emprendeduría femenina, emancipación, cuidados y neoliberalismo

El Ciudadano · 21 de diciembre de 2014



 Imagen promocional de la nueva colección de Barbies, con la emprendedora en el centro

Imagen promocional de la nueva colección de Barbies, con la emprendedora en el centro

El pasado 18 de febrero, Mattel presentó en la American International Toy Fair la última adición a su línea “I can be”, orientada a motivar a las niñas para que “sean lo que quieran ser”. Las críticas desde los feminismos no se hicieron esperar, pues, en efecto, la muñeca seguía encarnando un ideal de belleza normativo, completamente alejado de la realidad y nada diverso. Ahora bien, más allá de estas pertinentes críticas, es necesario preguntarse cuáles son las razones por las que, tras 55 años de existencia y tras haber interpretado 150 roles, Barbie se convierte en emprendedora justamente ahora.

Se dirá que Barbie emprendedora no pretende ser más que la representación de una mujer “moderna” y, de hecho, Michelle Chidoni -portavoz de Mattel- justificó en estos términos la aparición de la nueva muñeca: “Los roles de Barbie son reflejo de su tiempo y en la actualidad hay cada vez más mujeres emprendedoras”.

Efectivamente, desde el punto de vista de la representación de la realidad o de la experiencia de las mujeres, tiene más sentido que el nuevo rol aparezca en el 2014 que en los años ochenta, puesto que, desde entonces, [la tasa de actividad económica](#) de las mujeres españolas ha subido del 28,33% al 53,31% con el que se cerró 2013. Es más, la cifra también es ascendente desde el inicio de la crisis.

Pero, por otro lado, el nuevo juguete también tiene como objetivo “motivar a las chicas para que aprendan sobre este nuevo rol”. Dicho de otro modo: la muñeca pretende promover la cultura emprendedora a través de la socialización de las niñas. En este sentido, la aparición de esta Barbie debe interpretarse como parte del actual contexto de auge de la economía del emprendedor y como un nuevo éxito de los partidarios del neoliberalismo en su intento por naturalizar sus preceptos.

El idilio entre el neoliberalismo y la economía del emprendedor

La salida a la venta de la Barbie emprendedora es una señal de la popularización que, con la crisis y la necesidad de generar empleo como excusa, ha conseguido la figura del emprendedor en un contexto en el que los gobiernos occidentales -con los Estados inmersos en las llamadas políticas de consolidación fiscal y viendo reducido su papel administrativo- están delegando funciones al mercado, quitando derechos sociales y disminuyendo el gasto público. Por un lado, muchas personas se agarran a ella y al autoempleo como única opción para conseguir ingresos ante un panorama laboral dantesco. Por otro, los gobiernos llevan tiempo promoviéndola y, en su caso, forma parte de una filosofía de calado más ancho que está cambiando la morfología y el papel del Estado, así como el significado de derechos, bienes y servicios -esto explicaría, en parte, el auge de neologismos como la emprendeduría social, surgida en respuesta, o como alternativa, a la disminución del gasto social-.

En cualquier caso, su promoción está asociada a la naturalización de las lógicas competitivas del neoliberalismo y a su honda implementación, dado que el emprendedor -por su forma de hacer y “ver la vida”- es el arquetipo que más se acerca al tipo ideal de ciudadano necesario dibujado por los neoliberales para su mercado libre y sin trabas: alguien flexible, adaptable, con disposiciones al cambio, no renuente a la innovación, que toma decisiones económicas imbuido por una lógica transaccional racional. Es un empresario de sí mismo, que gana y/o pierde sin la ayuda del Estado, y que es, además, un inversor que supedita todas las decisiones de su vida a la economía. Un *homo economicus* actualizado y 2.0.

La figura del emprendedor encarna una persona independiente, capaz y responsable de su destino personal -gestora de sus habilidades, aptitudes y acciones-. Valores muy rimbombantes y atractivos, que se imbuven de aparentes ideales emancipatorios pero que se combinan con un discurso institucional pro-mercado y un rechazo al papel del Estado, que es visto como obstaculizador, y al del sujeto supuestamente pasivo y dependiente que recibe su intervención administrativa. La incentivación de la competitividad e iniciativa emprendedora neoliberal se realiza mediante un doble eje que incluye, por un lado, reformas legislativas que buscan facilitar la actividad emprendedora y, por otro, un discurso apologético por parte del Estado y de los medios de comunicación de masas con el propósito de naturalizar y familiarizarnos con su cultura.

Contra lo que suelen señalar fantasiosamente los neoliberales, que afirman que en su filosofía el Estado no interviene, una de las características distintivas de su Doxa desde su aparición en 1947 en la *Société Mont Pèlerin* es la utilización de mecanismos legislativos estatales para fijar unas políticas destinadas al desarrollo de condiciones de competencia y de mercado, las cuales suelen acabar en privatizaciones y

reducción del gasto público. En lo que respecta a la emprendeduría, nos encontramos con cambios destinados a fomentarla mediante la generación de incentivos económicos, como la reciente Ley del Emprendedor, que vienen acompañados de reformas laborales de tipo flexicurity sugeridas desde la gobernanza de la Unión Europea con el objetivo de producir “disposiciones contractuales flexibles y fiables, estrategias globales de aprendizaje permanente, políticas activas del mercado laboral eficaces y sistemas de seguridad social modernos”. La apología del emprendedor se mezcla así con unas condiciones laborales más precarias y flexibles, y con un incremento de la inversión privada en innovación y desarrollo.

Esto, a su vez, pasea de la mano con un fomento discursivo que se refleja en la introducción de la emprendeduría en los programas educativos y en programas de televisión públicos como Entre Todos, Código Emprende o Tu Oportunidad -a menudo patrocinados por bancos o multinacionales-, en las secciones y suplementos de los periódicos -incluso en los de izquierdas-, así como en la visibilización pública de sus figuras. A todo esto, hay que añadir la táctica de aniquilación e invisibilización de otras doctrinas económicas que el neoliberalismo ha llevado a cabo desde los años 60 mediante la introducción organizada de su discurso no solamente en los principales centros académicos del mundo – en las facultades de economía apenas se enseñan modelos diferentes al neoclásico y su imperialismo se extiende hacia otras áreas de las Ciencias Sociales -, sino también en los medios de comunicación de masas, institutos y fundaciones, tal y como famosamente hiciera Milton Friedman en los 60 y hace ahora Xavier Sala i Martí en medios públicos como TV3. Una sobrerrepresentación que, siguiendo a Gramsci, ha convertido al neoliberalismo en el indiscutible pensamiento hegemónico.

La perversión neoliberal del ideal de independencia económica para las mujeres

La aparición de la Barbie emprendedora supone un espaldarazo simbólico a la inclusión de las mujeres en

la economía del emprendedor. Además, la muñeca puede resultar atractiva desde muchos puntos de vista pues incorpora y promueve ideales de independencia económica, autonomía y realización personal para las mujeres. En este sentido, en la medida en la que esos ideales encajan perfectamente con parte del ideario feminista, es posible que la muñeca se nos presente como ejemplo empoderador e incluso como un nuevo síntoma de que el siglo XXI es el siglo de las mujeres. Así, la nueva muñeca no debe insertarse únicamente en el contexto neoliberal de apología de la emprendeduría, sino que debe ser leída en relación a la aceptación, interiorización y promoción de ideales de emancipación femenina por parte de esta nueva forma de capitalismo, la cual ha incorporado selectivamente parte del ideario feminista. Lógicamente, y como muy bien relata Nancy Fraser, dicha incorporación ha supuesto la resignificación de la crítica y la destrucción de su potencial emancipador.

En efecto, en *Feminism, capitalism and the cunning of history*, Fraser advierte que el auge del neoliberalismo cambió el terreno en el que operaba el feminismo de la segunda ola incorporando, entre otras, la crítica – legítima y necesaria – al androcéntrico salario familiar y la dependencia económica que éste acarrea para las mujeres, dotándose así de una mayor legitimidad. Asimismo, en su proceso de transformación, el nuevo capitalismo incorporó interesadamente la crítica feminista y de la nueva izquierda a cierto tipo de paternalismo estatal – concretamente, el feminismo de la segunda ola no criticaba la intervención estatal per se, sino el tratamiento de los ciudadanos como objetos pasivos y no como sujetos “dotados de poder para participar [desde abajo] en los procesos democráticos de interpretación de la(s) necesidad(es)”- utilizándola para legitimar la retirada total del Estado y el nuevo énfasis en la importancia de la responsabilidad personal e individual.

El resultado de esta perversa jugada ha sido el acento en cierto tipo de políticas selectivas como el Gender Mainstreaming que promulgan el aumento de la presencia de ciertas mujeres privilegiadas en centros de decisión y en los consejos directivos, justificadas en aras a la igualdad de género y la emancipación, en detrimento de otras como la colectivización del trabajo de cuidados o el aumento de los salarios precarizados. Es en ésta lógica en la que se inserta la apología y celebración de la emprendeduría femenina, capitaneada, en su versión más elitista, por figuras como Sheryl Sandberg, CEO de Facebook.

Las aguas turbias de la ‘flexiguridad’

Éste ha sido el caldo de cultivo para que en la actualidad nos encontremos ante el siguiente escenario: por un lado, hay más mujeres que nunca trabajando en el mercado laboral remunerado así como en los centros de decisión, pero, por otro lado, la crisis está propiciando una retirada del Estado de sus responsabilidades en relación al trabajo reproductivo – trabajo doméstico y cuidado de personas -, reprivatizándolo y devolviéndolo a los hogares. Dicha retirada, que algunas feministas marxistas como Sandra Ezquerro o Nancy Hartsock califican como “un nuevo cercado de los comunes reproductivos”, no está haciendo sino aumentar la carga total de trabajo de las mujeres.

Barbie Emprendedora surge, pues, en un contexto en el que el rol de las mujeres como breadwinners precarizadas crece, pero también se combina e intersecciona con la recuperación de los roles de género reproductivos tradicionales. Y la dinámica que se quiere seguir es esa, puesto que el esquema de la flexiguridad al que hemos hecho referencia más arriba trae consigo una mayor sobrerrepresentación de las mujeres en los trabajos más precarios. Así, Holanda, Alemania y Dinamarca, tres de los países de referencia, son de los que tienen un mayor número de mujeres desempeñando medias jornadas – 77,3% (el que más), 46,1 y 35,8%, respectivamente, mientras que la media europea es de un 32,7% de mujeres y un 9,8% de hombres (según datos de Eurostat de 2013) -. No es difícil imaginar que este contexto no es el más compatible con el escenario necesario para que las mujeres desplieguen toda su “capacidad y potencial de

emprendimiento”; en este sentido, para muchas, la figura de la emprendedora actúa como señuelo de posibilidad formal pero no efectiva o realista, desvelando así una de las características más poderosas del capitalismo: ofrecer una cosa para ocultar que realmente está provocando otra.

Y es que el neoliberalismo ha abierto una puerta para que ciertas mujeres privilegiadas puedan –aún sufriendo discriminaciones de género – pasar a formar parte de una élite, al tiempo que esta inclusión invisibiliza la situación de otras mujeres y obstaculiza sus reivindicaciones ante la luz pública, que quedan apagadas y, peor aún, deslegitimadas. Las políticas liberales permiten a ciertas mujeres entrar en los puestos de decisión, pero no cuestionan realmente las relaciones de poder ni la asimetría de oportunidades en el libre mercado, dejando de lado, por ejemplo, los programas para mejorar los derechos de las trabajadoras menos cualificadas, cuyos sectores están sufriendo recortes y nuevas formas de precarización.

La cooptación, tergiversación y perversión de algunos de los elementos más atractivos del ideario feminista ha ayudado a la proliferación y aceptación de estas políticas de alcance medio. La apología del emprendedor y de los modelos de éxito neoliberales se combina con procesos de precarización, intentos de involución conservadora y un aumento global de las desigualdades; su incentivación incluye políticas y discursos de responsabilización e individualización de la situación personal de cada una. Por todo esto, debemos ser cautas ante la promoción de modelos como Barbie emprendedora, pues enmascara una resignificación del potencial emancipador del trabajo remunerado para las mujeres así como una nueva justificación de las desigualdades.

Jugando al teléfono roto con las voces críticas

Esta dinámica engullidora de críticas e idearios por parte del neoliberalismo no es un fenómeno aislado, sino que forma parte de la estrategia habitual del capitalismo para esquivar las críticas a su funcionamiento interno. Tal y como dijera autores como Luc Boltanski y Eve Chiapello –en relación a la crítica artista en los empleos–, Albert O. Hirschman – en relación al papel de los intereses – o Nancy Fraser –en relación al salario familiar y la crítica progresista al paternalismo estatal– el capitalismo recoge parte de las críticas que le son efectuadas y las incorpora parcialmente a su discurso. Este mecanismo desvirtúa el significado de aquellas y debilita su poder original, fagocitando parte del eventual carácter amenazador de quienes las

emiten que o bien son cooptados ideológicamente por esas victorias pírricas o bien terminan por ser víctimas de las concesiones parciales. A través de esta maquiavélica maniobra, el capitalismo sale fortalecido e investido de una nueva dosis de legitimidad, propiciando un cambio sutil que no cuestiona los reforzados fundamentos de base.

La exteriorización pública de la capacidad formal y simbólica de las mujeres para ser emprendedoras y empresarias de sí mismas y así formar parte del imaginario del ecosistema neoliberal es, en nuestro caso, la inyección de legitimidad que faltaba en el actual cuadro de reformas. Pero ese presunto ideal de emancipación no debe separarse de un contexto en el que las constantes flexibilizaciones del mercado laboral y las políticas de austeridad están amenazando la independencia real de las mujeres, así como de un momento en el que estamos viviendo una nueva resituación del rol y las funciones del Estado.

via **Pikara Magazine**

Fuente: El Ciudadano