

¿EMPRESARIAS O SUPERWOMEN? ESTUDIO DE IDENTIDAD GENÉRICO-PROFESIONAL EN DIRECTIVAS DE EMPRESA

Dalia Virgilí Pino
Universidad de La Habana

RESUMEN

El artículo presenta los resultados de una investigación sobre la construcción y expresión de la identidad genérico-profesional en directivas de empresa. Constituye un intento de avanzar la integración de dos campos de estudio, el de la identidad profesional y el género. El abordaje del objeto de investigación se realizó desde tres dimensiones de análisis: el imaginario social en torno a la mujer empresaria, la subjetivación de ese imaginario social por las empresarias y la construcción de su mismidad en tanto tales. Desde una perspectiva cualitativa se realizaron estudios de casos a ocho empresarias de primer nivel de dirección y se aplicó una encuesta a los grupos laborales en los que estas están insertas. El estudio arroja diversas tendencias en la construcción y expresión del sentido identitario genérico-profesional.

PALABRAS CLAVE: identidad, género, identidad genérico-profesional, empresa, directiva.

ABSTRACT

This article, which integrates diverse interests and fields, presents the results of a research carried out on a board of women who manage diverse companies, in order to discern how generic and professional identities are formed and expressed. Addressing such aims meant resorting to three analytic dimensions: the social imaginary of business women, the subjective projection of this social imaginary, and the way these women perform and build themselves from that perspective. Starting with a qualitative standpoint, case studies were carried out to eight women on the first level of direction, and surveys were added to the diverse labour groups among which they develop their work. The findings show the different tendencies in the construction and expression of the gender-professional identity sense.

KEY WORDS: identity, gender, profession, company, management woman.

LAS MUJERES EN EL SECTOR EMPRESARIAL

En el momento en que las mujeres empiezan a participar en la elaboración del mundo, ese mundo es todavía un mundo que pertenece a los hombres: ellos no lo dudan, ellas lo dudan apenas.

*Simone de Beauvoir*¹



Los estudios de mujeres profesionales desde la perspectiva de género denuncian la existencia de una peculiaridad denominada «segregación vertical»² que caracteriza la inserción laboral de las mujeres a escala mundial. Con este concepto se significa la existencia de barreras simbólicas que impiden una representación equitativa de mujeres y hombres en los puestos de alto nivel jerárquico en las instituciones. A pesar de que en disímiles países no existen restricciones legales para el acceso de las mujeres a puestos de poder la sub-representación de estas en relación con los hombres es una realidad sostenida estadísticamente.

Al intentar comprender este fenómeno desde una perspectiva socio-psicológica, diversas investigaciones apuntan a la vigencia de sistemas normativos-valorativos androcéntricos en los espacios profesionales, que se recrudecen en algunos sectores y jerarquías en función del valor social que se les atribuye. Dada la socialización de género se favorece entonces la inserción mayoritaria de los hombres en detrimento de las mujeres.

En Cuba, a pesar de la voluntad estatal en la promoción de la igualdad social, persisten elementos de inequidad de géneros que responden a una realidad imaginaria y simbólica. La Empresa constituye un sector económico privilegiado, dado su carácter de entidad clave en el funcionamiento comercial así como por el aporte al desarrollo económico del país, lo cual deviene en que este sea un espacio profesional de poder, valorizado y deseado socialmente³.

Un análisis estadístico del potencial humano que labora en este tipo de institución visibiliza la inequidad de géneros que la caracteriza: en el año 2007, en Cuba, la presencia de hombres que laboraban en empresas superaba a las mujeres en un 86,7%⁴. En la Dirección Empresarial la mujer ostenta aun menos representación; es por ello que con relativa novedad ha emergido el interés de estudiar a ese número reducido de mujeres que sí logra acceder y desempeñarse en puestos de poder y toma de decisiones. El artículo que se presenta es resultado de una investigación acerca de la relación entre la identidad de género y la identidad profesional. En tanto ambas se incluyen en el campo de las identidades colectivas, a este recorte que las relaciona y apunta a su específica interdeterminación, hemos considerado llamarle «sentido identitario genérico-profesional». Desde el punto de vista teórico se contribuye a la intersección entre dos campos de estudios: el de mujeres profesionales desde la perspectiva de género y el de las identidades colectivas.

¹ S. DE BEAUVOIR, *El segundo sexo*. Buenos Aires, De Bolsillo, 2009, p. 23.

² M. BURIN, «El techo de cristal en la carrera laboral de las mujeres. Acerca del deseo de poder en las mujeres», en M. ALIZADE y B. SEELIG (comps.) *El techo de cristal. Perspectiva psicoanalítica sobre las mujeres y el poder*, Buenos Aires, Lumen, 2007, pp. 103-122. L. FERNÁNDEZ (coord.), *Género, valores y sociedad*. Barcelona, Octaedro, 2005.

³ D. ECHEVARRÍA, *Estilos para dirigir. Los factores personales y la cultura organizacional desde la perspectiva de género. Estudios de casos en empresas cubanas*. Tesis de Doctorado no publicada. Centro de Estudios de la Economía Cubana. Facultad de Sociología. Universidad de La Habana, 2008; P. NICOLSON, *Poder, género y organizaciones. ¿Se valora a la mujer en la empresa?* Madrid, Narcea S.A. Ediciones, 1997.

⁴ Oficina Nacional de Estadísticas (2008). *Anuario estadístico de Cuba*, 2007.

El abordaje del objeto de investigación se realizó desde tres dimensiones de análisis: la primera de estas fue el imaginario social en torno a la mujer empresaria desde la perspectiva de los trabajadores de las empresas donde estas mujeres dirigen, para lo cual se aplicó una encuesta a estos trabajadores, además de entrevistas. Explorar cuáles son los símbolos instituidos e instituyentes en torno a la mujer empresaria en el espacio donde estas se desempeñan profesionalmente era condición necesaria para acercarse a la comprensión de la identidad profesional de estas en relación con su ser como mujer. Ciertamente pensamos a los imaginarios sociales como condiciones sociopsicológicas en la formación de identidades colectivas.

La segunda y la tercera dimensión eran abordadas ya desde el estudio de caso: la subjetivación del imaginario social en torno a la mujer empresaria, o sea, tal imaginario pero desde la perspectiva de la propia directiva de empresa y la construcción de su mismidad en tanto tal. Así, se realizaron estudios de casos en profundidad a ocho empresarias de primer y segundo nivel de dirección.

Se utilizó un enfoque metodológico cualitativo en la investigación psicológica que permitiera la exploración profunda y explicativa del objeto de investigación, siendo el análisis de contenido el instrumento metodológico empleado para el análisis e interpretación de la información. En tanto investigación cualitativa, no se persigue la generalización de los resultados que aquí se presentan, sino contribuir a pensar la relación entre ambas identidades estudiadas a partir de lo que estos nos pueden enseñar.

1. EL IMAGINARIO SOCIAL COMO NOCIÓN PARA PENSAR LA SITUACIÓN DE LAS MUJERES

Imaginario social es un constructo acuñado por el filósofo greco-francés Cornelius Castoriadis hacia el año 1964⁵. Esta noción alude al conjunto de significaciones por las cuales un colectivo —grupo, institución, sociedad— se instituye como tal. Se trata de los universos de sentido que lo configuran y que se instituyen a la par de las relaciones materiales y contractuales que distinguen a tal colectivo. Para Castoriadis⁶ los imaginarios sociales dan cuenta de las significaciones a nivel simbólico de lo social, con lo cual configuran la conciencia social y median entonces la conciencia individual⁷: «Es el mecanismo a través del cual un orden social llega a instituirse como natural y en consecuencia la dominación se convierte en hegemónica, legítima, aceptada. Son mecanismos indirectos de reproducción social, y tienen un carácter histórico y compartido». Así, abordar los imaginarios sociales permite hacer visible la invisibilidad social, en tanto se trata de adentrarse en los significados

⁵ A.M. FERNÁNDEZ, *Las lógicas colectivas. Imaginarios, cuerpos y multiplicidades*. Buenos Aires, Biblos, 2008.

⁶ C. CASTORIADIS, *La institución imaginaria de la sociedad*. Buenos Aires, Paidós, 1993.

⁷ L.S. VIGOTZKY, *Historia del desarrollo de las funciones psíquicas superiores*. La Habana, Científico-técnica, 1987.



y sentidos que, a modo de latencias, devienen en organizadores simbólicos de la realidad del colectivo.

Si partimos del hecho de que las investigaciones que se inscriben en el campo de Estudios de Género han constatado que los mecanismos de segregación de las mujeres en las sociedades en general y en particular en las instituciones laborales tienen un carácter invisible, esta categoría constituye un instrumento teórico adecuado para enfrentar el problema de investigación que nos convoca⁸. La ahistoricidad y consiguiente acriticidad con que se asumen las relaciones de poder masculino/femenino condicionan tal invisibilidad y funcionamiento naturalizado.

Me acojo a la caracterización de Castoriadis cuando plantea que existen imaginarios *instituidos e instituyentes*⁹, siendo los primeros los ya establecidos y los que condicionan el funcionamiento social hegemónico, y los segundos aquellos que se van creando e intentan romper con los instituidos, dinamizando las transformaciones sociales. Estos últimos surgen a partir de nuevas prácticas, de nuevos modos de hacer y permiten la transformación lenta de los imaginarios instituidos: «Al trabajar la noción de imaginario social es imprescindible tener en cuenta el aspecto instituyente, la capacidad virtual y permanente —que no significa veloz— de autoalteración, de transformación de las significaciones instituidas»¹⁰.

Esta elaboración permite también comprender la coexistencia de nociones tradicionales en torno a la mujer con nociones innovadoras, que indican la existencia a nivel simbólico de los nuevos modos de hacer de las mujeres. A esta peculiaridad Marcela Lagarde la nomina como sincretismo y para ella marca la construcción de las identidades de las mujeres en esta época¹¹.

Las mujeres contemporáneas se debaten entre la asunción y la redimensión de ciertos contenidos del imaginario hegemónico, entre el cumplimiento de lo asignado (también asumido) y la trasgresión, la cual aparece condicionada por los nuevos motivos y sentidos de su existencia, en cuyo centro comienza a instaurarse el ámbito profesional con fuerza. La construcción de la identidad de género y su articulación con otras identidades es hoy para las mujeres un entramado complejo, minado de contradicciones, sufrimientos, conflictos y costos. Muy en consonancia con lo referido plantea igualmente Marcela Lagarde: «(...) ninguna mujer puede cumplir con los atributos de la Mujer. La sobrecarga del deber ser y su signo opresivo le generan conflictos y dificultades con su identidad femenina. De hecho se producen contradicciones por no haber correspondencia entre su identidad y la identidad asignada»¹².

⁸ A.M. FERNÁNDEZ, *Las mujeres en la imaginación colectiva*. México, Editorial Paidós, 1993.

⁹ C. CASTORIADIS, *op. cit.*

¹⁰ A.M. FERNÁNDEZ, *op. cit.*, 2008.

¹¹ M. LAGARDE, *Los cautiverios de las mujeres: madresposas, monjas, presas, putas y locas*. México, Colección Posgrado, 2006.

¹² M. LAGARDE, «Las mujeres queremos el poder». *Envío*, vol. 228 (2001). Extraído 20 de marzo de 2009 en www.enviodigital.org.

2. EL IMAGINARIO SOCIAL EN TORNO A LA MUJER DIRECTIVA DE EMPRESA

Los imaginarios se transmiten y legitiman a través de los procesos de socialización; por esta razón, explorarlos en los grupos profesionales en los que las mujeres se insertan permite comprender bajo qué símbolos estas construyen su identidad profesional¹³.

Al encuestar a equipos de trabajos empresariales encontramos que un contenido esencial del imaginario social en torno a la mujer empresaria es el enfrentamiento a un doble trabajo, doméstico y extradoméstico, que supone para esta un gran sacrificio, porque asume una sobrecarga de funciones. Se legitima que la primera actividad de la empresaria en tanto mujer es el ejercicio de sus funciones como madreposa y ama de casa¹⁴; así su desempeño profesional deviene en función añadida¹⁵.

Las mujeres tienen asignaciones culturales hegemónicas: son las encargadas del hogar, del cuidado y del sostén emocional de la familia. Así, el rol de empresaria transgrede tales asignaciones; pero en el imaginario aparece como una transgresión que deviene en labor añadida al mandato cultural tradicional. De este modo, la doble jornada laboral se legitima para el símbolo mujer empresaria como una consecuencia naturalizada de su transgresión.

Además de esto, otro contenido central del imaginario es el que alude a que las empresarias necesariamente tienen que demostrarse en el rol. A diferencia de los hombres empresarios, las mujeres tienen que hacerse visibles en el desempeño del puesto mostrando sus capacidades para el ejercicio de la dirección.

Con esto se revela la existencia de una actividad implícita del rol de dirección, que apunta a una doble exigencia en el espacio profesional y con cuyo cumplimiento la empresaria afirma su pertenencia al gremio de directivos. Se trata de un demostrarse para autoafirmarse en el espacio de pertenencia, y ser aceptada, porque está sometida por los otros directivos a un continuo replanteo de sus capacidades. Ese demostrarse más allá de la tarea del rol proviene de la inequidad de género.

Lo anterior aparece condicionado por una concepción de la empresa como espacio masculinizado¹⁶ que se expresa en la noción de que dirigir es una actividad muy fuerte, que demanda rigor, imposición, fortaleza y las mujeres no están preparadas de forma natural para ello. Por esta razón en el imaginario, la noción de mujer empresaria insiste como transgresión, el espacio de la dirección empresarial es significantizado como dominio masculino.

¹³ C. CASTORIADIS, *op. cit.*; B. MARCOS, «La mujer oculta: género e identidad profesional en maestras», *Clepsydra*, vol. 7 (2008), pp. 71-77.

¹⁴ M. LAGARDE, *op. cit.*, 2006.

¹⁵ A. AMORÓS, «División sexual del trabajo», en C. AMORÓS (dir.), *10 Palabras claves sobre mujer*, Navarra, Editorial Verbo divino, 1998, pp. 257-297; A. GUIL, «La identidad de género femenina y masculina bajo el impacto social», en A. GONZÁLEZ (comp.), *Género, educación y equidad*, Valencia, Ediciones Aurelia, 2010, pp. 27-38.

¹⁶ P. NICOLSON, *op. cit.*



El mandato cultural a las mujeres exige el ejercicio de roles relacionales; es por ello que al insertarse en un espacio que demanda de un desempeño instrumental, este se percibe como sobrecarga a la empresaria. Así, la imagen social refleja la institución de una triple jornada laboral para esta: el espacio privado, la actividad de dirección y la demostración de sus capacidades en tanto mujer empresaria.

En concordancia con lo visualizado hasta aquí, cuando se define el ejercicio directivo de la mujer como empresaria se priman las habilidades instrumentales por sobre las relacionales, evidenciándose este modelo como el único posible de lograr la eficacia en la gestión institucional. Así se define a las empresarias como autoritarias, certeras, exigentes, impositivas.

Estas cualidades subyacen a un modelo de desempeño que es valorado positivamente en el ámbito empresarial. Si las características con las que se define a una empresaria son contrarias —por ejemplo: cariñosa, flexible, comunicativa—, estos calificativos conducen al final a una valoración negativa como profesional y en no pocos casos los encuestados manifestaron que tal mujer debería dedicarse a otra labor. Esto indica la perpetuación de un modelo androcéntrico de quien dirige.

Se evidencia en el imaginario social una relación contradictoria entre los sentidos identitarios género y profesión. Este imaginario ambivalente no es homogéneo sino que está expresando su diversidad al emerger dos modelos de directivas: una primera imagen clara, que dibuja a la empresaria como vigorosa, impositiva, dura, eficiente, autoritaria, que dirige con más rigor, con autoritarismo, más capaz, más fuerte, más certera, más crítica, más audaz y que tiene mejores resultados. Y una segunda imagen, más desdibujada y ambigua donde se asocian a la empresaria cualidades asignadas a las mujeres desde un imaginario hegemónico de lo femenino: «tiernas, dedicadas, dulces, afectivas, ejercen direcciones colegiadas, comunicativas, comprensivas, dedican tiempo a escuchar a los subordinados».

Estas ideas apuntan a un modelo conciliador o equilibrado en la relación identitaria género-profesión, pero al que no aparecen asociados calificativos de eficiencia. En general, ambos modelos van asociados de otros calificativos que dan cuenta de algunos de los costos que implican para las mujeres la inserción en el sector empresarial bajo estos cánones hegemónicos de funcionamiento, así se cree que estas son mujeres «divorciadas, reprimidas, amargadas, frustradas», en conclusión: mujeres fallidas en el ámbito privado.

Resulta interesante que estas ideas aparecen en el imaginario como consecuencias también naturalizadas, lo que es indicador de una inconsciencia de género en el imaginario social, donde no se refleja una reflexión profunda sobre las causas que subyacen a la asignación de esos símbolos. Se observa el carácter naturalizado del imaginario social¹⁷ como vía de reproducción de un poder hegemónico, en este caso patriarcal.

¹⁷ A.M. FERNÁNDEZ, *La mujer de la ilusión. Pactos y contratos entre hombres y mujeres*. Buenos Aires, Paidós, 1994.

En efecto, la ausencia de toma de conciencia de género en el sector empresarial se evidencia cuando, al preguntar si se perciben barreras a enfrentar por las mujeres empresarias dado su condición genérica o sexuada, la mayoría de sujetos apuntaba que no, que cualquier mujer podría llegar a ser directiva de empresa si así lo deseaba.

La supuesta igualdad de género se expresa a modo de estereotipo en el imaginario social. Solo una minoría sí declara de manera explícita la existencia de barreras de género, aunque de todas formas se enuncian de forma inespecífica, dado el carácter invisible y simbólico que las tipifican.

De manera general, el imaginario está condicionado por una visión androcéntrica de la dirección empresarial, desde la cual las mujeres empresarias construyen su sentido identitario profesional que pudiera o no articular con la identidad de género propia. Esto se ve afectado también, dado que no existen grupos fortalecidos de empresarias que faciliten esa construcción; se observa cómo la noción mujer empresaria es imaginada siempre en relación con un modelo de dirección empresarial masculino, en el que los hombres constituyen referentes de pertenencia al espacio de modo naturalizado.

3. IMAGINARIOS SOCIALES E IDENTIDADES COLECTIVAS

Si partimos de la asunción de los imaginarios como ordenadores de lo social¹⁸, como la organización simbólica compartida que permite pensar, explicar y aprehender la realidad social trascendiendo el nivel material de la existencia, entonces al acercarnos al estudio de las identidades, el posicionamiento desde esa categoría deviene en una perspectiva posible para llevar a cabo su comprensión¹⁹.

La identidad como unidad de análisis compleja en el estudio de la subjetividad demanda una perspectiva psicosocial para su abordaje y, en consecuencia, los imaginarios sociales constituyen una dimensión posible y pertinente. Al pensar la identidad de género y la identidad profesional primeramente es necesario entenderlas como pertenecientes al campo de las identidades colectivas, lo cual supone la existencia de estas tanto a nivel macrosocial —grupos, gremios, colectivos— como a nivel individual.

Las identidades colectivas constituyen

(...) espacios socio-psicológicos de pertenencia que implican la existencia de características o elementos comunes que identifican y diferencian a un grupo de individuos de otros, una conciencia colectiva, sentido colectivo o representación compartida entre los miembros de tales agrupaciones, de que esos elementos o características los distinguen y diferencian, se expresa como un sentimiento de pertenencia a la

¹⁸ C. CASTORIADIS, *op. cit.*

¹⁹ A.M. FERNÁNDEZ, *op. cit.*, 1994.



agrupación social y, el conocimiento de dicha pertenencia junto a su significado valorativo y emocional²⁰.

Ese espacio sociopsicológico consta de un sistema normativo-valorativo propio, existente independientemente de los sujetos individuales que conforman al grupo identitario; con antelación a que un sujeto se inserte a un grupo profesional o a una categoría social; por esta razón es posible que hablemos de cómo son los dirigentes, o los profesionales de la psicología por ejemplo.

Ahora, cuando el individuo se inserta a un grupo profesional subjetiva, interioriza de manera particular ese sistema que lo preexiste, con lo cual se forma una identidad profesional pero como configuración de la personalidad²¹, que supone una continuidad respecto a esos contenidos pero a la vez un modo particular en que son asumidos. Esto implica que las identidades colectivas —género, raza, nacional, profesional— también pueden ser estudiadas como configuraciones personológicas, desde una perspectiva individual.

El espacio profesional, por ejemplo, implica la constitución de un sentido de pertenencia y concepción del sí mismo en este ámbito. El individuo se siente parte de, y esto determina que se autodefina, se autocategorice como perteneciente a, a la vez que da cuenta de su modo particular de ser miembro de ese grupo. Existe una continuidad y ruptura respecto al colectivo²².

Es en este punto donde se articulan las identidades colectivas, y donde podemos pensar la particularidad de la relación identitaria genérico-profesional²³. La identidad de género es una de las identidades colectivas que a nivel personológico se configura más tempranamente, supone «esa conciencia de mismidad como hombre o mujer, que deviene de la asunción de un sistema normativo-valorativo asignado a los sujetos en función del sexo. Esto permite definirse y regular el comportamiento en el ejercicio de roles de género asumidos»²⁴.

Luego, a partir de la condición sexuada al nacer, y a través del proceso de socialización, los sujetos se insertan al colectivo: mujeres u hombres. Esto supone que tal proceso de socialización va a estar marcado por asignaciones y asunciones que, desde el imaginario social en torno a lo que es ser mujer y ser hombre vigentes en la cultura, anclan en los grupos de los que se forma parte.

«La identidad profesional expresa la conciencia de mismidad y continuidad del sujeto como miembro activo de un grupo profesional, con el que se siente iden-

²⁰ C. DE LA TORRE, *Las identidades. Una mirada desde la psicología*. La Habana, Centro de Investigación y desarrollo de la cultura cubana Juan Marinello, 2001.

²¹ B. MARCOS, «El problema de la autocomprensión en los modelos clásicos de la Personalidad», en L. FERNÁNDEZ (ed.), *Pensando en la personalidad*, La Habana, Editorial Félix Varela, 2005, pp. 12-30.

²² C. DE LA TORRE, *Las identidades. Una mirada desde la psicología*. La Habana, Centro de Investigación y desarrollo de la cultura cubana Juan Marinello, 2001.

²³ G. TUNAL y G. PÉREZ, *Identidad ocupacional y género en Tlaxcala: el caso de las operadoras de la central San Juan*. 2005. Extraído el 1 de febrero de 2009 en <http://www.ejournal.unam.mx>.

²⁴ L. FERNÁNDEZ, «Género, ciencia y educación en valores», en L. FERNÁNDEZ (coord.), *op. cit.*, pp. 140-164.

tificado y comprometido y hacia el cual desarrolla sentimientos de pertenencia, en un momento o contexto social determinado»²⁵. Así, cuando un sujeto se inserta a un grupo laboral, la construcción de su identidad profesional está mediada necesariamente por el resto de identidades que intervienen en la noción de un sí mismo; con lo cual es posible que esta noción tenga un carácter coherente y unitario.

Afirmar que las identidades son configuraciones subjetivas construidas socialmente nos permite inducir la presencia de los imaginarios sociales como instituyentes, mediadores y antecedentes de las identidades. Esos símbolos que organizan, representan, significan y dan sentido a la realidad social condensan en un sistema peculiar de valores, normas, creencias y otras particularidades subjetivas que son asumidos, compartidos por grupos e individuos²⁶ y que se organizan como características que los definen. Todo lo cual acontece en un proceso de subjetivación grupal e individual de esos imaginarios sociales extendidos²⁷.

Así, las identidades colectivas están mediadas por los contenidos instituidos e instituyentes en los imaginarios sociales. Estos constituyen el soporte cultural simbólico del que se nutre la construcción de un sentido identitario, es la base sobre la que se levanta y se sostiene tal sentido²⁸. El imaginario social es una condición socio-psicológica que mediatiza la construcción de las identidades colectivas²⁹.

4. DIFERENTES TENDENCIAS EN LA CONSTRUCCIÓN DEL SENTIDO IDENTITARIO GENÉRICO-PROFESIONAL EN DIRECTIVAS DE EMPRESA

La relación identitaria genérico-profesional fue abordada en la investigación a partir de estudios de casos a mujeres directivas. Presentamos a continuación las dos tendencias encontradas en que se expresa tal sentido identitario:

4.1. LA IDENTIDAD PROFESIONAL Y DE GÉNERO EN CONFLICTO O TENSIÓN

En esta tendencia se incluyeron seis mujeres de las ocho estudiadas, que se caracterizan esencialmente por la reproducción de un modelo *masculino* en la configuración de su sentido identitario. Así, la imagen que tienen de sí mismas como

²⁵ MARCOS, B., *Estudio del desarrollo de la identidad profesional del maestro. Un enfoque teórico y una propuesta de intervención*. Tesis de Doctorado, tutora, Dra. Gloria Fariñas León. Facultad de Educación a distancia. Universidad de La Habana, 2005.

²⁶ A.M. FERNÁNDEZ, «Lo singular y lo colectivo», en A.M. FERNÁNDEZ, *El Campo Grupal*, Buenos Aires, Ediciones Nueva Visión, 1992, pp. 37-61. G. MÉNDEZ, *Mujeres indígenas profesionales: imaginarios sociales e identidades de género*. 2007. Versión electrónica en www.usal.com, consultada el 20 de marzo de 2009.

²⁷ C. CASTORIADIS, *op. cit.*

²⁸ A.M. FERNÁNDEZ, *op. cit.*, 1994.

²⁹ B. MARCOS, *op. cit.*, 2005.



mujeres empresarias es que son «como hombres, impositivas, tiene mano dura, son controladoras y son eficientes en su ejercicio directivo».

Se observa que la identidad profesional ha subsumido a la identidad de género, de hecho ellas manifiestan que se han convertido en mujeres «duras, secas, firmes», a diferencia de momentos anteriores de su vida. El imaginario social androcéntrico se internaliza sin criticidad ni integrándolo a las peculiaridades de la persona. La falta de toma de conciencia de género subyace a este proceso de construcción de la identidad profesional.

En consecuencia, el ideal de sí como mujeres empresarias está en correspondencia con ese imaginario subjetivado, descansando la autoevaluación y satisfacción personal en el cumplimiento de las exigencias desde ese modelo instituido. Así, una de ellas plantea: «Una empresaria se siente satisfecha cuando impone su autoridad y los subordinados la acatan».

En el autoconcepto se observa primacía de cualidades vinculadas a la operatoria³⁰ en el desempeño del rol de dirección, en detrimento de las habilidades relacionales que den cuenta de un vínculo integral de la empresaria con su trabajo. Esta autoimagen está atravesada por una concepción androcéntrica de la actividad de dirección³¹, imaginada como actividad de poder que demanda de un desempeño fuerte, desprovisto de emociones y autoritario. En este grupo, el demostrarse a sí mismas es un contenido que emerge con mucha fuerza constituyendo para ellas un valor de defensa de su autoestima.

Esto conlleva la sobreactuación del rol androcéntrico en ellas³², a través del autoritarismo, del ejercicio vertical y esencialmente informativo de la comunicación. La asunción de un estilo de liderazgo centrado en la tarea en detrimento de las relaciones está expresando el condicionamiento del género en la identidad profesional.

De manera latente a la autoimagen, se pone de manifiesto un imaginario simbólico donde la Empresa no es un lugar asignado «naturalmente» a la mujer³³, por lo que constituye una transgresión la identificación profesional con valores y normativas de ese espacio. Para evitar los juicios sociales que la transgresión implica la empresaria sobreactúa el modelo valorizado, como medio de contrarrestar las depreciaciones de su inserción. Al interpretar esta dinámica, se elucida la presencia de un conflicto de pertenencia en la mujer empresaria, que la conduce a la asunción del estilo ya descrito.

Pero la identificación con el sistema normativo-valorativo empresarial se realiza desde la contradicción, pues al avanzar en las sesiones de estudio emergían inseguridades, ansiedades y vivencias de conflicto, que son reprimidas en la cotidiana-

³⁰ P. NICOLSON, *op. cit.*

³¹ D. ECHEVARRÍA, «El arte de dirigir: condición de género y cultura organizacional», en D. ECHEVARRÍA y M. ROMERO (comps.), *Convergencias en género. Apuntes desde la sociología*, Panamá, Ruth Casa Editorial, 2010, pp. 60-81.

³² I. RAUBER, *Género y poder*. Buenos Aires, Ediciones Unión de Mujeres de la Argentina, 1998.

³³ R. OSBORNE, «Desigualdad y relaciones de género en las organizaciones: diferencias numéricas, acción positiva y paridad». *Política y Sociedad*, vol. 42, núm. 2 (2005), pp. 163-180.



nidad y no elaboradas. En efecto, estas son mujeres que vivencian crisis identitarias, sufren de subjetividad fragmentada³⁴ porque están avocadas a funcionar desde dos sistemas de normas y valores diferentes, el del espacio privado y el espacio profesional. Al no cumplir con estas exigencias se vivencian como mujeres fallidas³⁵.

En este grupo, tales vivencias eran más visibles en el espacio privado. En la mayoría de los casos se encontraban pérdidas tales como: divorcios, abandono de los hijos y recriminaciones de estos, sustituciones de algunas funciones familiares. Estas mujeres eran colocadas especialmente en el rol de proveedoras del hogar, por las ventajas económicas de puesto de trabajo.

Esta posición tenía un carácter doble: constituía un mecanismo para instrumentar el apoyo familiar a su ejercicio directivo, funciona como una especie de negociación familiar ya que a cambio del sostén económico que brinda la empresaria estos cuidaban de sus hijos o su hogar; pero a la vez generaba sentimientos de malestar y culpa por la incapacidad de cumplir con las funciones afectivas y comunicativas del espacio privado.

Este desplazamiento se sustenta en que los roles de género asignados-asumidos (madre-esposa-ama de casa) tienen el valor de ser limitantes del ejercicio directivo androcéntrico, que implica trabajo hasta altas horas de la noche todos los días de la semana. Funge en este grupo la empresaria como proveedora del hogar propio y de otro núcleo familiar, ostentando también en el espacio privado otra posición de poder.

En relación con esto se observa que las mujeres empresarias importan al espacio privado un estilo de funcionamiento operativo, desempeñándose también en este como miembros centradas en la tarea, lo cual se expresa en que tienden a disminuir la expresión de emociones, así como el establecimiento de vínculos sobre la base de la satisfacción de necesidades espirituales personales y de su familia. Este modo de funcionamiento tiene implicaciones para la empresaria, quien experimenta ansiedades y vivencias de malestar psicológico ante el incumplimiento de sus ideales de género.

Asociado a esto se observa otro fenómeno interesante en este grupo. Otro mecanismo empleado por alguna de las empresarias de este grupo para afirmar la pertenencia al espacio empresarial es el «travestismo» en la estética física. Este esquema estético asumido expresa un grado elevado de la sobreactuación del modelo masculinizado en el ejercicio de la dirección. Se aprecia como «travestismo» dado que las sujetos experimentan cierta despersonalización en la asunción de estas maneras de vestirse o actuar, a las que subyace la inseguridad de la transgresión.

Todo lo referido hasta aquí indica que el sentido identitario genérico-profesional se mantiene en crisis. Los mecanismos descritos empleados por las empresarias

³⁴ M. LAGARDE, *Género y feminismo*. Madrid, Horas y horas, 1996. M. LAGARDE, M., *Género y desarrollo humano*. Conferencia dictada en La Habana, el 7 de junio de 2010 en los marcos de la preparación para I Congreso Iberocubano de Género, Salud y Desarrollo Humano.

³⁵ L. FERNÁNDEZ, «Género y subjetividad», en L. FERNÁNDEZ (comp.), *Pensando en la personalidad*, La Habana, Editorial Félix Varela, 2005.

de este grupo no resuelven esta relación conflictiva y los condicionamientos de género se expresan de manera latente a través de montos afectivos.

La construcción del sentido identitario genérico-profesional desde valores androcéntricos impide que estas empresarias tomen conciencia de género y en consecuencia elaboren el proceso de crisis vivenciado. La imagen de superwoman que intentan brindar acerca de sí mismas habla de la poca autorreflexión en torno al desempeño del rol profesional y de la relación entre este y la identidad de género propia.

4.2. RELACIÓN IDENTITARIA GENÉRICO-PROFESIONAL EN CONCILIACIÓN

Las dos mujeres que integran este grupo expresan una construcción del sentido identitario genérico-profesional que tiende a la armonía y conciliación entre ambos sistemas normativos-valorativos. El primer elemento peculiar del grupo lo constituye una subjetivación crítica del imaginario social donde se expresa una concepción personalizada de la dirección empresarial. No se percibe a esta como actividad de control y poder sobre los subordinados, sino como actividad de cuidado y mantención de un espacio vital, en el que el aprendizaje y la enseñanza juegan un papel importante. De esta forma conciben a la mujer como poseedora de cualidades favorecedoras del desempeño de la dirección.

Así, la imagen que poseen de la empresaria como símbolo enfatiza en las competencias que como mujer ostenta para el desempeño como directiva. Se evidencia una imagen integral de la empresaria donde se combinan elementos instrumentales de cara a la operatoria en el ejercicio del rol a la vez que elementos que dan cuenta del vínculo que establece la empresaria con su actividad profesional. Las sujetos de este grupo se identifican con esta imagen y desde ese ideal han configurado su mismidad como empresarias.

Ambas integrantes de este grupo se mantienen reflexivas de cara a las resistencias ideológicas y culturales que deben enfrentar las empresarias que dirigen desde posiciones auténticas y no androcéntricas. Al identificarse con este modelo declaran el desafío personal a barreras de género, tales como: minusvalía a sus ideas, reuniones a deshoras para que las mujeres no asistiesen, toma de decisiones en reuniones informales.

Ante las situaciones de segregación las empresarias de este grupo se mostraron autorreflexivas y en ambos casos buscaron información profesional para hacer frente y poder comprender las causas de esta dinámica. El conocimiento de la actividad que desempeñaban así como la motivación intrínseca con el contenido de la misma fueron también mediadores del enfrentamiento a tales barreras.

La conciencia de mismidad refleja que la auto-comprensión de sí mismas como empresarias únicas y diferentes a las demás está asociada fundamentalmente a la alta implicación con la actividad profesional que habla de motivación intrínseca al contenido de trabajo, así como también que la autosatisfacción incluye el trabajo en equipo y el logro de resultados en conjunto.

Se constató que estas empresarias ejercen un ejercicio directivo coherente con las cualidades de la autoimagen proyectada. Su desempeño como directivas se





caracteriza por ejercer una dirección colegiada, con énfasis en el trabajo en equipo, emplear estilos de comunicación tanto vertical como horizontal, utilizar eficientemente los tiempos laborales y prestar atención a las necesidades de los subordinados.

En congruencia con la expresión anterior, a diferencia del primer grupo analizado, el apoyo familiar no emerge como un mecanismo para garantizar la pertenencia al gremio de directivos³⁶ ni el desempeño profesional en general. Ese es un punto de crítica respecto al modelo androcéntrico que reproducen otras empresarias.

Al existir una identificación reguladora con ciertos roles de género, como la maternidad, ambas directivas implementaron una educación de los hijos que enfatiza en la autonomía y que permite instaurar una dinámica familiar donde las responsabilidades son compartidas. En el espacio privado se legitima el derecho propio al desarrollo profesional así como el compromiso con la actividad laboral y la satisfacción personal que se obtiene del desempeño en esta área. Estas peculiaridades determinan que no sea necesario un desplazamiento de su rol en el espacio privado a otros miembros.

De este modo, las mujeres empresarias de este grupo asumen una identidad de género también contestataria con las asignaciones culturales hegemónicas.

Existen en este grupo costos emocionales de la transgresión, dado que vivencian conflictos respecto al contexto. Así se observa malestar psicológico ante los divorcios devenidos de la no aceptación del cónyuge de la redimensión de los roles tradicionales de género. Esta situación genera conflicto identitario, dado que a las mujeres se les asigna la vida en pareja y es contenido asumido por ellas, que al no poder cumplir impacta en la autovaloración y la satisfacción consigo mismas. Evidencian sentimientos de culpa ante la incapacidad de sostener un matrimonio.

Esto ocurre igualmente con la redimensión de la educación de los hijos. Ante el juicio de los padres, o de los propios hijos que están insertados en una cultura que privilegia el símbolo de madre sacrificial, emergen los sentimientos de culpa respecto a la transgresión del modelo de madre instituido.

Las mujeres de este grupo viven tensiones entre lo tradicional y lo contestatario, que reflejan el sincretismo identitario genérico, atravesado por la construcción de la identidad profesional. La toma de conciencia facilita cierto grado de elaboración de la crisis vivida respecto al entorno, lo cual es desarrollador de cara a la construcción identitaria y al bienestar psicológico.

5. RETOS Y DESAFÍOS

Se concluye que la construcción de la identidad genérico profesional en directivas de empresa se caracteriza por la colisión entre dos sistemas normativos-valorativos antagónicos: el de la socialización de género, donde priman las asignaciones-

³⁶ D. ECHEVARRÍA, *op. cit.*, 2010.

asunciones tradicionales y hegemónicas a las mujeres, y el institucional caracterizado por asignaciones androcéntricas.

La construcción de la identidad genérico-profesional transita entonces por períodos de crisis o conflictos en los cuales las mujeres asumen una postura más o menos reflexiva, más contestataria o más mimetizada en función de diversos factores, siendo fundamentales la cultura de autorreflexión y la conciencia de género que posean. La búsqueda de relaciones de ayuda para la autocomprensión suele ser también esencial de cara a la solución de las crisis identitarias.

Esta temática nos abre una dimensión de trabajo inagotable para aquellas profesionales que nos inscribimos en el camino de la equidad y la lucha por el empoderamiento desarrollador de las mujeres. De estos resultados de investigación se derivan como vías de trabajo la implementación de programas de atención a los procesos de construcción de la identidad genérico-profesional en directivas de empresa, el análisis de la cultura empresarial como elemento potenciador de crisis de identidad dado su carácter androcéntrico y la proyección de un cambio en este sentido, así como la revisión de los programas de capacitación para al puesto de dirección empresarial.

