



Revista Estudos Feministas

ISSN: 0104-026X

ISSN: 1806-9584

Centro de Filosofia e Ciências Humanas e Centro de
Comunicação e Expressão da Universidade Federal de
Santa Catarina

Astorga, Paulina Soledad Santander
Mujeres emprendedoras: Abordaje desde la Teoría de la Identidad Performativa
Revista Estudos Feministas, vol. 27, núm. 3, e54270, 2019
Centro de Filosofia e Ciências Humanas e Centro de Comunicação
e Expressão da Universidade Federal de Santa Catarina

DOI: 10.1590/1806-9584-2019v27n354270

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=38161461019>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

UABM
redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc
Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto

Mujeres emprendedoras: Abordaje desde la Teoría de la Identidad Performativa

Paulina Soledad Santander Astorga¹  0000-0003-3930-7141

¹Universidad Técnica Federico Santa María, Departamento de Industrias, Valparaíso, Chile.



Resumen: Este estudio contribuye a la comprensión de la conformación de las identidades de mujeres que realizan una actividad emprendedora económica desde la Teoría de la Identidad Performativa. Se analizaron tres casos a partir de la técnica etnográfica del Shadowing y entrevistas en profundidad, analizadas a partir del Análisis del Discurso. Se pudo establecer que la identidad de las mujeres se construye a partir de los distintos discursos y escenarios con los cuales ellas interactúan, marcadas principalmente por su clase social. Estos contextos heterogéneos determinan identidades que transitan entre acciones que las aproximan y las alejan constantemente del imaginario colectivo de las masculinidades del hombre de negocios, pero que las aproxima a un imaginario de mujer emprendedora construido socialmente con múltiples roles y demandas.

Palabras clave: mujeres emprendedoras; teoría de la identidad performativa; identidad; shadowing.

Mulheres Empresárias: Uma Abordagem da Teoria da Identidade Performativa

Resumo: Este estudo, apoiado na Teoria da Identidade Performativa, contribui para a compreensão da conformação das identidades das mulheres que realizam uma atividade comercial econômica. Três casos foram analisados utilizando a técnica etnográfica Shadowing e entrevistas detalhadas em profundidade analisadas a partir da Análise do Discurso. Foi possível estabelecer que a identidade das mulheres é construída a partir dos diferentes discursos e cenários com os quais elas interagem, marcadas principalmente por sua classe social. Estes contextos heterogêneos determinam as identidades que se movem entre as ações que as aproximam e as afastam constantemente do imaginário coletivo das masculinidades do homem de negócios, mas que as aproximam de um imaginário de mulher empreendedora construído socialmente com múltiplos papéis e demandas.

Palavras-chave: mulheres empreendedoras; teoria da identidade performativa; identidade; shadowing.

Women Entrepreneurs: An Approach from Performative Identity Theory

Abstract: Based on the Performative Identity Theory, this study contributes to understand how the identities of women who carry out an economic business activity is shaped. Three cases were analyzed using the Shadowing ethnographic technique and in-depth interviews, analyzed from the Discourse Analysis. It was possible to establish that the identity of women is built from the different discourses and scenarios with which they interact, marked mainly by their social class. These heterogeneous contexts determine identities that move between actions that approach them and keep them away from the collective imagination of the masculinities of the businessman, but which bring them closer to a socially constructed imaginary of an entrepreneurial woman with multiple roles and demands.

Key words: Entrepreneurial Women; Performative Identity Theory; Identity; Shadowing.

Introducción

El emprendimiento y el mundo de los negocios ha pertenecido históricamente a un universo simbólico típicamente masculinizado (Attila BRUNI; Silvia GHERARDI; Barbara POGGIO, 2004, p. 407). Diversos estudios muestran que este espacio se ha construido basado en prácticas y símbolos

acuñados a roles que han sido propios de los hombres (BRUNI, 2004, p. 409; David COLLINSON; Jeff HEARN, 1996, p. 192). Sin embargo, en las últimas décadas las políticas públicas de fomento productivo y de carácter social a nivel global han hecho un llamado indistinto y explícito a las mujeres a incorporarse fuertemente a los ecosistemas emprendedores. Este llamado se ha desarrollado en paralelo a un discurso de integración de la mujer a los espacios de trabajo remunerado, para alcanzar un mayor empoderamiento femenino basado centralmente en la autonomía económica y en un contexto donde, a pesar de los avances en materia legal, las mujeres continúan haciéndose cargo mayoritariamente de la labor doméstica. El emprendimiento como forma flexible de trabajo viene a actuar como un dispositivo mediador que instala posibilidades que el trabajo dependiente no garantiza desde su estructura: la aparente conciliación del trabajo remunerado y el trabajo doméstico no remunerado, debido a la flexibilidad de tiempo que esta forma de trabajo ofrece.

Desde esta lógica economicista, se encuentra vasta investigación centrada en el espíritu empresarial, las condicionantes a vencer para convertirse en mejores emprendedoras y casos exitosos de mujeres líderes que han triunfado en el campo de los negocios, que buscan dinamizar la actividad emprendedora (Bill SERRANO; Luis BRITO; Oscar RIOFRÍO; Guido SOTOMAYOR, 2016; Carmina PÉREZ; Manuela AVILÉS, 2015; Claudia ÁLVAREZ; María NOGUERA; David URBANO, 2012). Sólo en la última década han comenzado a surgir investigaciones que miran desde un enfoque crítico la inclusión de la mujer a estos escenarios, centrándose en los impactos en su calidad de vida, las transformaciones del mundo del trabajo y las diferentes prácticas y multiplicidad de roles que deben desplegar: la mujer como sujeto relevante, observada más allá de la actividad emprendedora.

El impacto y la conformación de la identidad es un foco central en la presente investigación, entendida ésta desde un enfoque performativo, donde la agencia, generatividad y materialidad que aportan los discursos cobran gran relevancia. Por ello, este estudio se pregunta específicamente ¿Cómo se construye la identidad de las mujeres que desarrollan una actividad emprendedora?, ¿Qué subjetividades se despliegan para la mujer que desarrolla una actividad emprendedora?

Este documento se desarrolla en dos partes, siguiendo las directrices del título que hace referencia a la investigación desarrollada. Primero, se muestra una *Aproximación a la Teoría de la Identidad Performativa* y su aporte a la comprensión de género en la acción emprendedora desde la contribución de varios autores. Segundo, se desarrollan los principales resultados de la investigación de *Mujeres que emprenden*, como aporte a la comprensión del despliegue de las identidades en mujeres que realizan una actividad emprendedora.

Una aproximación desde la Teoría de la Identidad Performativa

La identidad, como sentido de integración de sí mismo, hace eco a la necesidad social de nombrarse y enunciarse de determinada forma. “Es un proceso siempre inacabado, pues el individuo vive en un estado de construcción y reconstrucción continua” (Salvador CRUZ, 2010, p. 136). Por tanto, esta se puede entender como un “despliegue dinámico, nunca terminado y en constante cambio en cuanto a la diversidad de prácticas sociales y discursos que se dan en la relación con otros” (Lupicinio ÍÑIGUEZ, 2001, p. 212).

La identidad se configura en sí como una realidad construida desde el lenguaje que, en su acción, puede performar a un sujeto en la medida que diferentes elementos temporales de su experiencia se conectan, estableciendo una narración que da como resultado su identidad. El sujeto es performado por el lenguaje y performa su identidad en el lenguaje y en la acción performativa. (Carlos DE CASTRO, 2011, p. 206)

En este sentido, una de las teorías que permite poder entender un fenómeno complejo asociado a la mujer que desarrolla la actividad emprendedora, es la Teoría de la Identidad Performativa, ampliamente estudiada y relacionada a temáticas de género y el mundo del trabajo (Judith BUTLER, 2004; CRUZ, 2010).

Resulta interesante para este estudio identificar cómo las prácticas discursivas de las mujeres van reproduciendo realidades, pero al mismo tiempo estas actuaciones, con matices en cuanto son repetidas, van dejando espacios posibles de transformación y cambio, en una llamada redefinición de la identidad. La performatividad permite, mediante la repetición de actos, naturalizar el proceso de construcción del ser mujer en el contexto de un cuerpo. Esta perspectiva considera el género como performativo, entendiendo que el sentimiento de esencia interna que tiene la persona de sí misma se construye mediante un conjunto sostenido de actos corporales con la capacidad de la acción y la transformación de los cuerpos. Es así como el género siempre es histórico, relacional y contextual, porque siempre está inmerso en relaciones construidas en espacios sociales específicos. Estos espacios específicos van dando sentido a la conformación de una identidad en constante cambio.

El género es performativo, pues constituye la identidad que se supone está dada desde un inicio.

A partir del discurso heredado de la metafísica de la sustancia, el género resulta ser performativo, es decir, que compone la identidad que se supone que es. El género, desde esta perspectiva, siempre es un hacer, aunque no un hacer por parte de un sujeto que se pueda considerar preexistente a la acción. (BUTLER, 1990, p. 58)

Esta noción de performatividad contiene la idea de que el sujeto, y en este caso la mujer que desarrolla una actividad emprendedora construye su propia identidad a través de los actos que ejecuta. A su vez dicho sujeto no posee una existencia previa a dichos actos que interpreta. (Mary PHILLIPS; Deborah KNOWLES, 2012, p. 3)

Estas actuaciones o interpretaciones de los actos se van trasladando y modificando en el mismo acto de repetir las acciones, lo cual, según la Teoría de la Identidad Performativa, posibilita el cambio, la liberación y la transformación social.

El planteamiento de esta teoría va desde lo lingüístico hasta lo teatral, puesto que posibilita entender la construcción del sujeto mujer en los diferentes escenarios transitados. Los actos que constituyen el género, pero también el rol laboral, ofrecen similitudes con aquellos de la función teatral, porque la serie de actos reiterativos son experiencias comunes que se escenifican y constituyen una realidad compartida. Son realidades representadas en el escenario social, son expuestas a la expresión pública y son sujetas a la regulación y a la sanción. (CRUZ, 2010, p. 138)

A partir de esta base, dicha teoría permite una comprensión a partir de al menos tres dimensiones dadas por diferentes autores (Ver Tabla 1) que permiten entender la identidad desde diferentes dimensiones.

Tabla 1: Dimensiones Teoría de la Identidad Performativa.

Generatividad (DE CASTRO, 2011, p. 205)	La identidad se entiende como un proceso siempre inacabado y en constante transformación. El sujeto, como un ser que se construye y reconstruye constantemente en su interacción con el medio.
Complejidad (Brett SMITH y Andrew SPARKES, 2008, p. 12)	El foco está en las expresiones lingüísticas vistas como componentes posibles, pero no esenciales de las acciones que pueden requerir patrones de gesto, mirada, orientación corporal y artefactos físicos, para lograr su inteligibilidad. Considera los patrones de intercambio en la forma en que esta performance es situada.
Materialidad (BUTLER, 2004, p. 87)	Asume que para obtener una determinada identidad se necesita reconocerse. Dicho reconocerse refiere a la constitución como sujeto a través del lenguaje.

Si bien estas son algunas de las dimensiones señaladas por la literatura para entender y aproximarse a la performatividad, en esta investigación se asume que estas tres dimensiones dan cuenta de una dinámica propia del problema que se quiere investigar. Así, la generatividad tiene que ver con cómo se genera la identidad de la mujer emprendedora desde la constante transformación de los distintos roles que debe jugar entre los diferentes escenarios donde circula. Por otra parte, la complejidad se enmarca en los patrones de relación entre las emprendedoras y como parte de ello, las expresiones lingüísticas y patrones de intercambio. La materialidad, finalmente, en relación con el acto de reconocimiento que se concreta, es el acto de constitución como mujer emprendedora en diferentes escenarios. A partir de ello, se puede entender la teoría como una forma situada de comprender el proceso de conformación de la identidad en la mujer como un devenir en constante transformación y reconstrucción.

Desde el enfoque epistemológico del socioconstruccionismo, desde donde se construye este proyecto de investigación, resulta coherente interrogarse desde esta teoría respecto a cómo las mujeres que han emprendido han desarrollado una *performance* social que no ha estado ausente de tensiones, de dualidades y de cambio, en constante disputa con un escenario generado principalmente por las políticas públicas en el denominado ecosistema emprendedor, y que se entremezcla y difumina constantemente por el espacio privado. Estos cambios han sido modelados por las relaciones sociales y laborales, por los escenarios sociales enfrentados, los diferentes discursos generados, las posibilidades de acción y el 'deber ser' en la dualidad o multiplicidad del rol que se juega.

Las categorías culturales que nos atraviesan funcionan basándose en la repetición y la exclusión. Repetir performativamente las normas sociales crea una sensación de estabilidad, naturalidad y coherencia. Sin embargo, ninguna identidad es estable ni coherente pues el proceso performativo está abierto al fracaso. Teniendo esto en cuenta, las estrategias de resistencia han de ir encaminadas hacia el ensanchamiento de las brechas que se abren en y por el proceso performativo. (Mónica CANO, 2015, p. 2)

Desde este enfoque, no existe un sujeto fijo detrás de las actuaciones de género, no existe un sujeto de mujer emprendedora constante y estático. La mujer emprendedora existe, pero no previamente, ya que ésta aparece en el proceso y se sitúa en el lugar de lo previo. Este mismo mecanismo performativo se pone en funcionamiento con el concepto de sexo.

Se considera que el sexo natural es una instancia que sostiene el género, no obstante, el género es siempre un signo superficial, un significado en y con el cuerpo público que provoca esa ilusión de profundidad, necesidad o esencia interior que en cierto modo se expresa mágicamente, o causalmente. (BUTLER, 2000, p.108)

Por tanto, desde una perspectiva de género, la identidad performativa de la mujer emprendedora transita desde una perspectiva situada en diferentes escenarios que van mostrando diferentes expresiones en la multiplicidad de rol. Es justamente este despliegue y sus efectos lo que esta investigación pretende explorar a través de un enfoque cualitativo que aproxime hacia el fenómeno desde la psicología social crítica.

Método

Para esta investigación se propuso un estudio de tipo exploratorio desde un enfoque cualitativo. La perspectiva desde donde se desarrolló el estudio fue el Sociotruccionismo, dado que esta perspectiva es coherente con el problema de investigación, en la medida que este "busca aproximarse a cómo los sujetos llegan a describir, explicar o dar cuenta del mundo donde viven" (Kenneth GERGEN, 1982, p. 135). La técnica de aproximación al fenómeno de estudio fue el *Shadowing*.

La opción de esta técnica etnográfica de investigación pareció apropiada en virtud de que la acción emprendedora es un tipo de actividad que se construye constantemente a través de las rutinas diarias. No tiene límites rígidamente preestablecidos (espaciales y temporales) y tiende a eliminar la dicotomía entre lo público y lo privado. (BRUNI, GHERARDI y POGGIO, 2004, p. 411)

El trabajo de campo fue realizado durante un día completo, en un promedio de 12 horas a cada mujer desde primera hora de la mañana, cuando partía su día, hasta la noche en donde terminaban su jornada.

Se tuvo especial cuidado en acordar con cada una de las participantes que los días del trabajo de campo fuesen días cotidianos y que no representaran una situación atípica que modificara en demasía la rutina diaria. En dos de los casos, las mujeres reportaron que su jornada finalizaba muy tarde, después de terminada la jornada de observación, motivo por el cual se les pidió que completaran por ellas mismas unas planillas de reporte de dichas actividades al día siguiente. Fue la misma planilla de anotaciones que se utilizó en la jornada de observación que se muestra en la siguiente tabla (Ver tabla 2).

Tabla 2: Planilla Reporte *Shadowings* (ejemplo).

Hora	Lugar	Acción	Rol/roles	Interacción con	Observaciones
09.05	Sala de estar de casa	Revisa correos electrónicos y habla por teléfono	Emprendedora Madre	Clientes y colegio del hijo	Mientras responde correos, llama por teléfono al colegio de su hijo.
9.12	Sala de estar de casa	Intenta conectar video llamada internacional	Emprendedora	Organizadores evento de inversionistas Se despliega otro lenguaje asociado a su trabajo.	Utiliza términos como "inversionistas ángeles", "partners", "couch".

Se observaron tres casos de mujeres de diferentes edades (31 años, 45 años y 63 años) y tipos de emprendimientos (emprendimiento tecnológico social, emprendimiento asociado a comercio de productos y servicios y emprendimiento de servicio). Además, cada una se había vinculado, motivo de su negocio, a instituciones gubernamentales diferentes: CORFO, SERCOTEC y FOSIS, respectivamente. La primera institución, con foco en emprendimientos de alta escalabilidad; la segunda, dirigida a emprendedores que ya han iniciado actividades y tienen algún margen de ventas (ambas instituciones con programas de fomento productivo); mientras que el tercero, enfocado en mujeres de escasos recursos denominadas comúnmente como 'jefas de hogar' (con programas con foco social). Esta decisión estuvo basada en el supuesto ya señalado previamente, de que las prácticas como emprendedoras y el hacer emprendimiento es un ejercicio que es dependiente del contexto en que se desarrolla y, por ende, dichos criterios podrían marcar formas

de accionar y representar el acto emprendedor de maneras diversas. Ello, además, permitió heterogeneidad, ya que se encontraban en diferentes etapas de su negocio y cumplían un rol diferente en su núcleo familiar. Todas ellas se autodenominaron emprendedoras, y la muestra dejó fuera el criterio de selección tradicionalmente utilizado de 'emprendedora ejemplo' o 'emprendedora exitosa'. Ello fue considerado por diversos motivos: a) El estudio pretende hacerse cargo de la aproximación a la comprensión de la complejidad imperfecta de una práctica social, como lo es la actividad emprendedora; b) Al revisar la literatura, gran parte de los estudios sobre mujeres emprendedoras se basa en analizar casos de éxito y puntos de inflexión del espíritu empresarial de las mujeres, lo cual sesga un estudio crítico (Paulina SANTANDER; Cristóbal FERNÁNDEZ; Diego YÁÑEZ, 2016); finalmente, tampoco el estudio estuvo focalizado en mujeres pobres pero que 'salieron adelante', pues se consideró que este es un estereotipo ampliamente utilizado de manera perspicaz desde los discursos de las políticas públicas para sostener el argumento hegemónico de 'la que quiere y se esfuerza, puede' o 'cualquiera que se lo proponga puede lograr ser una mujer de negocios'.

En cada una de las observaciones se realizaron en promedio 3 entrevistas. Una entrevista al inicio de la observación que diera pistas para observar y conocer aspectos asociados a la organización del día, los tiempos y las funciones desempeñadas; otra entrevista en algún descanso o cambio de acción relevante (como ir a dejar al hijo a la escuela); y una tercera entrevista final, donde se intentó explorar las ideas emergentes de todas las actividades realizadas durante el día. Esta última entrevista fue un espacio de reflexión en torno a las acciones, donde los temas fueron tratados de forma más libre y emergieron relatos en torno a la familia, el tiempo y los roles desempeñados.

Cada entrevista fue transcrita y analizada desde el Análisis del Discurso.

Los discursos articulan el conjunto de condiciones que permiten las prácticas: constituyen escenarios que se erigen en facilitadores o dificultadores de posibilidades, hacen emerger reglas y sostienen relaciones. Las prácticas discursivas ponen de manifiesto que hablar es algo más y es algo diferente que exteriorizar un pensamiento o describir una realidad: hablar es hacer algo, es crear aquello de lo que se habla cuando se habla. (ÍNIGUEZ, 2006, p. 83)

Resultados: El sombreado de tres mundos diferentes

Antes de comenzar a mostrar los resultados de este trabajo, es indispensable exponer que el ejercicio de observar un día cotidiano de tres mujeres emprendedoras representó un desafío de desestructurar los supuestos que se tenían previamente respecto a la actividad emprendedora como un acto con características específicas y homogéneas, y abrirse al supuesto teórico de que, dependiendo de cada escenario, la performance de las mujeres tendría matices. Esta experiencia significó el desafío de aproximarse a mundos diferentes en lo sensorial, que desencadenaron los contextos diversos, el número y diversidad de actividades e interacciones que cada una realizó, las redes de apoyo que se visibilizaron en las entrevistas e interacciones, el manejo de los tiempos y espacios públicos y privados y el despliegue de sus roles desde diferentes lógicas e ideas de lo que es ser una emprendedora. Entre estas dimensiones hubo muchos puntos de diferenciación, de hacer una identidad diversa; pero también puntos de encuentro, elementos que dieron cabida a lo transversal y lo común. Si bien la comparación no fue el objetivo de esta investigación, fue inevitable observar los encuentros y distancias de estos despliegues. Antes de generar un análisis conjunto de estas tres experiencias, esta investigación desea mostrar dichos escenarios e historias como parte fundamental de una comprensión cabal del imaginario de tres espacios de acción diferentes. Para la exposición de los resultados, se utilizaron nombres ficticios y se cambiaron elementos que permitieron resguardar el anonimato de las participantes.

Catalina: Tecnología e internacionalización

Catalina tiene 31 años y a los 18 años comenzó sus estudios universitarios en Ingeniería en Informática. Producto de su embarazo, debió suspender sus estudios ante la dificultad de conciliación. Transcurridos unos años, retomó su carrera en una nueva universidad, donde ya finalizó sus estudios hace casi un año. Catalina inició un negocio basado en un servicio social y tecnológico, el cual surgió producto de una asignatura. Ello es una de las cosas que más la enorgullece: "poder llevar la tecnología al servicio de muchas personas, que le sirva a la gente". Actualmente lleva un par de años en la etapa de perfeccionar la aplicación, por ello se ha vinculado con diferentes organizaciones de financiamiento a nivel nacional e internacional, entre ellos CORFO, institución gubernamental que apoya emprendimientos con alta proyección económica. Esta red institucional a la cual se ha vinculado le ha permitido mantener en pie y hacer crecer su actividad emprendedora, a pesar de que aún no reporta ingresos. Además, participa de una 'incubadora' de negocios, donde recibe apoyo técnico constante que resguarda los riesgos de que un negocio fracase.

Para obtener ingresos económicos estables, Catalina trabaja de forma dependiente media jornada, aunque con un horario flexible, en la misma universidad donde estudió. Debe contar con suficientes ingresos para “tener una base económica estable”, a pesar de que comparte los gastos con su esposo, que también trabaja en el emprendimiento, donde Catalina se autodenomina la CEO. El hijo de Catalina y Marcos tiene actualmente 10 años y requiere cuidado diferenciado, ya que posee diagnóstico de autismo, lo cual implica algunos esfuerzos extras. Estos elementos se conjugan y han formado una visión positiva en Catalina sobre el emprendimiento, el cual trasciende la dimensión económica; para ella es “una oportunidad de manejar sus propios tiempos y poder estar cerca de su familia”.

Catalina cuenta que se levanta generalmente a las 7:00 am. A veces más temprano, pues en el último tiempo ha forjado redes en el extranjero, donde a veces tiene hasta 6 horas de diferencia. En aquellos casos, debe levantarse más temprano para poder coordinar con la contraparte. El día de la visita al departamento de Catalina (donde ella trabaja) para realizar la observación, señala que su día laboral/personal ha comenzado alrededor de las 7:00 am.

A las 8:30 comienza el trabajo de campo, llego a su departamento y me recibe junto a su esposo. Revisa correos y trabaja mientras pone a hervir agua, va a saludar a su hijo, ve al perro que está enfermo, entre múltiples acciones entremezcladas. Responde los mensajes de WhatsApp que mantiene con su coach, un mentor que la orienta sobre algunos puntos de una reunión que tendrán más tarde. Catalina escucha con atención y parece seguir instrucciones hasta que prontamente llega Paula, una mujer que la ayuda una vez a la semana con la limpieza y que la hace expresar gran alivio al llegar “¡qué bueno que llegaste Paula!”, dice sonriente, mientras le cuenta que uno de sus perros sigue enfermo y deberá llevarlo al veterinario por la tarde. Catalina sigue en su teléfono trabajando, mientras tanto su esposo nos lleva un café y se ocupa de dar las instrucciones de lo que hay que hacer a Paula.

Mientras nos tomamos el café, en la entrevista inicial destaca algunos elementos que la definen como emprendedora, dice que es una mujer aguerrida y que eso la ha ayudado a continuar con su negocio, que cree que a las mujeres les cuesta más y que ha enfrentado múltiples desventajas

Si eres joven es un problema... los bancos dicen: mujer joven, independiente, emprendedora, mujer...no les calza, aunque tenga cosas que generan, que demuestren que te la puedes. A un hombre de 18 aunque no sepa nada, le van a prestar plata porque saben que va a generar en algún momento, que él será proveedor.

Además, destaca el hecho de contar con redes de apoyo para poder cumplir sus diferentes roles como estudiante, trabajadora, madre, esposa y emprendedora. Señala:

Mi esposo es fundamental, todo lo hacemos juntos, hasta usamos una aplicación que nos avisa las tareas. También mis papás son fundamentales, el colegio de mi hijo está cerca de su casa y es ideal, nos ayudan, aunque tratamos de no abusar (...) también mi hermano nos ha ayudado cuidando al perro cuando nos ha tocado viaje de negocios.

Además de estas colaboraciones, cuenta con la ya señalada colaboración de Paula, que hace con el aseo semanal. Esta colaboración constante de su contexto le dan seguridad y confianza en las decisiones que ha tomado.

Catalina se traslada a una de las dos habitaciones acondicionadas para el trabajo que tienen en el departamento en formato oficina. Aparentemente es el espacio oficial exclusivo de ella, pues tiene todo ahí: computador, impresora y sitio de descanso. Comienza a teclear intensamente respondiendo correos mientras abre unos paquetes. Prontamente comienza el trabajo y las reuniones. Su esposo interrumpe en el estudio, le lleva el desayuno a Catalina, mientras ella, sin detenerse, imprime unos documentos.

Son las 9:52, revisa la agenda y lee una revista de emprendimiento mientras es la hora de una reunión con más personas para coordinar un viaje a Estados Unidos, adonde 5 mujeres viajarán a exponer a un encuentro de inversionistas internacionales. Cuando la reunión comienza, organizan el próximo viaje a Estados Unidos con varios emprendedores y mentores de Santiago Innova. En la reunión discuten sobre los *speech* que harán en los paneles, a qué mesas de trabajo asistirán, qué días harán algo de turismo y sobre algunas dificultades con el hotel y la reserva. Todos parecen confiados en que alguien más se encargará. La reunión tarda al menos hora y media, hasta que todo queda bien coordinado.

La mañana culmina con Catalina concentrada en el computador, el hijo almorzando en la habitación y los 3-Catalina, su esposo y yo - almorzando en el comedor. Esta parece ser la rutina diaria en la casa, aunque Catalina señala que este día no irá a su trabajo en la universidad, pues deberá llevar al perro al veterinario.

Finaliza el almuerzo, el esposo se ocupa de asuntos de trabajo. Catalina lleva a su hijo al colegio a 10 minutos de su casa, y lleva al perro inmediatamente al veterinario. Todo lo hace de forma muy ejecutiva, muy breve, parece no complicarse ni quejarse por nada. Finaliza la ronda en

automóvil a eso de las 5:00, cuando hay que ir a pagarle el dinero a Paula a su casa por el servicio prestado, después de ir al supermercado por la leche de frutilla de una marca especial que de forma exclusiva toma su hijo, y después de dos reuniones telefónicas, una en el estacionamiento del supermercado y la otra en el pasillo de este. Regresamos al departamento, comienza el trabajo nuevamente con foco en su emprendimiento. Trabaja esta vez en conjunto con su esposo y socio, en una pizarra y en dos computadores que están en la segunda sala de estar. Discuten opiniones, se ríen, se organizan. Se experimenta un trabajo muy en equipo. No hay tensiones, es un espacio creativo, con vista a la bahía y con una serie de artefactos que dan toda la comodidad.

Ya son las 7.00 pm, ambos pendientes de la hora. Hay que ir a buscar al hijo al colegio y la rutina sigue. No se pueden olvidar de que hay que ir por el hijo. Ya es hora de mi partida. Entrevisto a Catalina al otro día, su rutina como emprendedora finalizó a la media noche luego de hacer flujo de caja en dólares, preparar al hijo para dormir, hacer la cena, preparar una presentación para unos financistas y de una reunión con su *coach* (quien le da recomendaciones respecto al siguiente encuentro en que Catalina participará).

A las 2:00 de la mañana, concluida una película, el día finaliza para dar paso a otro.

Si tuviésemos que dibujar con un lápiz los trayectos de Catalina, incluyendo los trayectos virtuales y telefónicos, veríamos cómo los múltiples escenarios en los cuales transita van performando una construcción identitaria que en la multiplicidad de roles se construye como armónica; que, a pesar de su complejidad, logra articular desde las redes y las capacidades formativas que posee. Las dificultades son internalizadas como oportunidades "Mi hijo tiene rutinas, horarios, reglas para todo. Eso nos facilita el trabajo, no hay que pensar mucho (...) el problema es cuando algo falla".

El lenguaje de Catalina está alineado al lenguaje emprendedor en las interacciones donde su rol se despliega en el trabajo, marcado por los anglicismos del mundo de los negocios: *empowerment*, *CEO*, *coach*, *speech*, entre muchos conceptos que, de forma apropiada, construyen esta identidad *entrepreneur* internacionalizada de la mujer. Pero también este lenguaje se entremezcla con el de hijo, padres, veterinario, whisky, amigos; en un devenir constante sin límites espaciotemporales marcados.

Mabel: Reparadora de calzado, ferretería e importadora

Mabel tiene 63 años y según el sistema de previsión actual, es una mujer jubilada. Recibe una pensión de alrededor de \$120.000 pesos chilenos mensualmente, ya que al trabajar de forma independiente cotizó por el monto mínimo. Esto no representa un ingreso indispensable importante en la vida de Mabel, ya que toda su trayectoria laboral ha tenido negocios que han sido su fuente de ingreso hasta la actualidad. Se define a sí misma como comerciante, a veces usa la palabra emprendedora, generalmente cuando se refiere a las mujeres de las asociaciones gremiales y ONGs en las que participa de forma activa.

A Mabel la marca históricamente el autoempleo. Su abuela y su madre fueron también emprendedoras, aunque en esos años no era un término acuñado. Estas mujeres que fueron sus referentes trabajaron en la época en que aún en Chile la mujer se relegaba a la labor doméstica. Su historia y sus experiencias han estado siempre marcados por los negocios en la zona céntrica de Valparaíso, a pesar de que estudió algunos años inglés y comercio exterior, carreras que no finalizó, pero según relata, le han servido para lo que hace.

Su primer negocio lo inició hace 30 años, una reparadora de calzados, que es un negocio tradicional de larga data en la región donde vive. Posteriormente abrió una importadora, cuando en Chile comenzó el *boom* de los tratados de libre comercio, con el cual se ha ido reinventando, trayendo productos novedosos. Hace un par de años acaba de iniciar un nuevo negocio, el cual consiste en una ferretería. Su historia como comerciante en espacios típicamente masculinizados es una situación que cuenta con gracia, dice que le encantan esas cosas y que le da lo mismo que piensen que no es un negocio para mujeres: "A mí eso me da igual, es un negocio que conozco y me gusta". Mabel tiene un hijo de 27 años que trabaja actualmente en su ferretería. Claudio, su pareja, está más a cargo de la reparadora de calzados, mientras que ella dirige todo y se hace cargo por completo de la importadora "Claudio es más técnico, yo soy más ejecutiva, yo manejo todo, platas, compras, todo. Me gusta ver eso a mí, sino siento que no funciona".

Cuando acordamos el día, me pide que nos juntemos en la reparadora de calzados un viernes a las 10 de la mañana. Ahí me reciben dos de sus empleados. Mabel llega luego de un rato de espera y entrega unos papeles a las personas, además de dar algunas instrucciones de forma muy rápida. Parece ser la rutina. Al cabo de 10 minutos me pide que la siga, pues me quiere mostrar su otro negocio, la ferretería, la cual está a no más de 3 tiendas de distancia. Allí, su hijo la espera con el negocio ya funcionando. Mabel está orgullosa, mira con ojos abiertos su negocio, entusiasmada. Está orgullosa, ilusionada, me muestra unas plantillas nuevas que trajo "de afuera" e intento no distraerla de su quehacer diario.

Durante la mañana, Mabel da instrucciones al hijo sobre algunos productos que ella mejor que nadie conoce, le recuerda algunas labores y se dispone a trabajar en unas planillas Excel del

computador que está en la caja. Luego llega un cliente que primero atiende ella, luego llega otra clienta y entre ambos, con su hijo, atienden. Llega un tercero, y mientras tanto, responde las dudas y consultas de los diferentes requerimientos que le hacen en un lenguaje a veces natural y a veces muy técnico que alguien sin experiencia no comprende.

Mabel no se limita a la venta de lo que le piden, les ofrece más cosas y destaca los beneficios de algunos productos nuevos que ha importado. Luego se van dos clientes y me dice que parte de su rutina es ir a depositar al banco. Nos movilizamos hasta media cuadra más allá, pero se pone a llover y decide que es mejor plan regresar a la ferretería para ir más tarde. “Total venimos más tarde, me señala, para eso soy la dueña”. Regresamos y nos sentamos mientras su hijo atiende. Me cuenta que no fue fácil decidir entre la maternidad y su negocio. A su hijo lo crió una empleada y a veces siente que “a él le faltó más la parte afectiva de la madre”. Su hijo la ayuda con el negocio, pero no le gusta el rubro. Mabel se avoca a contar sobre sus negocios. Llama la atención su visión crítica sobre la cual señala que el emprendimiento no es algo para todas, y que no está tan de acuerdo en fomentar masivamente que todas las mujeres emprendan. Reconoce que su historia familiar de mujeres trabajadoras y los consejos de su abuela le valieron para tener un modelo claro de desarrollo profesional y conocimientos elementales de manejo con proveedores, bancos, etc. Su abuela siempre le repitió “me decía usted nunca dependa de un hombre, usted siempre trabaje. Eso me quedó más que claro”, señala que a partir de esta visión no se involucró nunca con las cosas de la casa:

Lo extraño para mí es que una mujer esté en la casa. Yo no concibo que una mujer esté haciendo solo labores domésticas, a mí no me gusta eso...a mí no me gusta hacer esas cosas, yo tengo una nana en la casa (...) Yo soy proveedora, yo compro todo, pero mi nana veré qué hace, no es mi trabajo.

En esta construcción de identidad no solamente han permeado los discursos familiares en torno a la labor de Mabel como mujer. Ello además ha instalado el comercio como el tronco fundamental de su vida cotidiana. “Yo llego a mi departamento, que está acá al lado, y me pongo a trabajar, a hacer mis cosas en el computador...subo a otra casa que tengo de bodega, pero siempre me estoy moviendo, todo gira en torno a mi negocio”.

Después de las 14:00 horas Mabel se despide de su hijo y esposo, quienes quedan en los negocios contiguos. Se va caminando hasta su departamento que queda bastante cerca. Ahí la jornada laboral continúa, principalmente en trabajo de escritorio, correos, flujos de caja, etc.

El día laboral finaliza alrededor las 20:00 horas, aunque Mabel señala que siempre hay cosas que revisar hasta tarde. Imprevistos y conversaciones con su esposo e hijo en relación siempre a los negocios, que, si bien ella ha formado, hoy pasan a ser negocios familiares.

La rutina de Mabel transita entre diferentes espacios que le son propios, y en los que debe imponer siempre un carácter firme y decidido en todas las acciones que realiza.

Claudia: Las costuras

Claudia tiene 54 años y fue dueña de casa hasta los 32 años, hasta que un suceso de salud cambió su vida. Tuvo que comenzar a generar ingresos para compatibilizar con el cuidado de un familiar enfermo. Para ello, se inscribió en un curso llamado Jefas de Hogar que dictaba su municipalidad en conjunto con FOSIS, donde le enseñaron el oficio de modista y en el cual accedió a su primera máquina de coser, la cual le compró el mismo programa.

Este concepto es muy importante, pues discursivamente su identidad se encuentra marcada por dicho programa. Es una denominación que a su vez funciona como una llave a más beneficios gubernamentales y municipales “Como jefas de hogar, puedes ir a cursos, donde te ayudan, te enseñan. El otro día fui a un curso de una persona que era perito además de muy simpático. Nos enseñó a hacer un ¿cómo se llama? una idea del negocio!, pero graficado en un papelógrafo”.

El emprendimiento de Claudia se desarrolló desde el comienzo en su casa, lugar donde comenzó a atender a las demandas de su barrio en paralelo cuando ya casi terminaba el curso en el programa de Jefas de Hogar. “Yo no tenía idea de costuras, a lo más ajustar un pantalón a mano, pero no tenía ni máquina, imagínate el miedo de que me quedara algo mal, lo echara a perder”, señala entre risas.

Fue en un inicio un trabajo esporádico que comenzaba cuando alguien llamaba a la puerta de su casa para arreglar alguna prenda de vestir, y terminaba en la reja de algún vecino cuando ella iba a cobrar luego de un tiempo. No siempre todo el mundo le pagaba. Y en el curso de negocios para emprendedoras donde asistía, le enseñaban que “fiar”¹ no era saludable para su modelo de negocios. No todo el mundo tenía para pagar inmediatamente, y sus clientes fueron siempre sus vecinos, gente que ella conocía o había conocido a su madre. “Eso me costaba, no fiar. Yo sé que es lo que hay que hacer, cobrar inmediatamente, pero es que a veces uno no puede, no resulta así la cosa”.

¹ Vender una cosa a una persona y permitirle que abone el importe posteriormente.

Luego de la ruptura de su matrimonio a sus 42 años, su trabajo como modista tomó más fuerza, pues significó su único ingreso desde ese momento para ella y sus tres hijos. Su esposo dejó de aportar y las demandas de pensión alimenticia nunca rindieron frutos “Al final como que una se cansa, si no les pasa nada, una se tiene que humillar y al final dije ¿para qué? Si yo sé hacer algo”. Ella cree que haber comenzado a generar sus ingresos propios también afectó a su quiebre matrimonial. Este aspecto resulta interesante, pues el empoderamiento económico generó que su marido en esos años respondiera desde la violencia económica “Te ven que generas, y dicen ‘si no es tan chorita², que se las arregle’. A mí me empezó a cortar la plata de a poco, yo empecé a gastar en mis cosas también pues yo me la ganaba, y eso a él no le gustaba. Yo creo que sentía que yo no lo necesitaba o se aprovechaba directamente”.

Con su trabajo logró darle estudios universitarios a 2 de sus tres hijos. Constantemente estuvo asistiendo a cursos y postulando a pequeños proyectos de FOSIS. Algunos los ganaba, otros no, pero siempre continuó trabajando, a pesar de que afirma que muchas veces no tenía las ganas ni la motivación, pues los ingresos eran variables en época y no siempre alcanzaba para todos los gastos. “Los de FOSIS eran más simples y te ayudaban, el Capital Abeja³ no pude porque no tenía formalización y vi el formulario para postular y era demasiado”.

Con dichos proyectos adjudicados, además instaló en su casa un negocio de venta de detergentes y útiles de aseo. El capital no superaba los USD 450. Por mucho tiempo tampoco pudo hacer publicidad, ya que sus negocios no están formalizados. A su edad, Claudia se siente orgullosa de lo logrado. A pesar de que sus hijos ya trabajan, continúa sus labores como modista. Ahora señala que trabaja menos.

Al llegar a su casa nos recibe contenta por participar en el estudio. Nos hace entrar a su cuarto de estar mientras prepara un desayuno. Todo está muy ordenado, como recién hecho. Su rutina parte al levantarse e ir a comprar el pan para luego desayunar con su pareja y partir las labores del día. Él sale y ella queda todo el día en casa. Si alguien llama a la puerta por algún trabajo, Claudia deja de hacer las cosas de la casa y atiende al trabajo. Los dos espacios se entrelazan estrechamente. El hogar y el negocio se fusionan y es difícil trazar una clara línea de demarcación entre el espacio público y el espacio privado.

El tener el negocio en casa no la inmoviliza, dice que los clientes igual la esperan y van de nuevo. Es por ello que arregla la cartera, se maquilla rápidamente y se dispone a ir a pagar las cuentas al centro de su ciudad.

Claudia no maneja bien las páginas de internet, a pesar de que sí tiene el servicio en su casa. Sabe usar Facebook ampliamente, pero dice que le da miedo pagar por internet y mucho menos comprar “A mí me gusta ir de comprar o mirar cosas y ahora que mis hijos están grandes, me toca a mí disfrutar luego de tanto sacrificio”.

Mientras compra, paga y transita por diferentes comercios, recibe 3 llamados de amigos y vecinos que le preguntan por productos, algunos no le llegaron, pero ella les asegura que esperen hasta el fin de semana para los encargos que le van a despachar.

A las 14:18 estamos de vuelta en su casa, me dice que ve una teleserie y que después tenemos que ir a buscar a su nieto.

Entre esa hora y las 16:05 van en 4 oportunidades a comprar detergentes y otros útiles que ella almacena en una habitación que uno de sus hijos ya no ocupa. En cada venta hay risas y conversaciones. En dos oportunidades el cliente-sus vecinas-ingresan al cuarto de estar y ella les cuenta que está participando de una entrevista. Las señoras se interesan y debo contar qué hago ahí. No queda claro si fue una transacción comercial o una conversación entre vecinas/amigas que se conocen desde siempre. Probablemente ambas. Espacios, tiempos interacciones se entrelazan. La actividad emprendedora queda relegada a una relación social.

El día transcurre solitario y durante la tarde me cuenta un poco más. La violencia psicológica, económica y simbólica atravesó gran parte de su vida. Siente que a pesar del sufrimiento que sintió cuando su esposo se fue y la dejó a cargo de todo, hoy siente alivio, pues siempre calló. Hizo un par de denuncias a espaldas de su familia, que siempre quedaron en nada. Siente que haber aprendido a hacer algo, haber hecho su negocio, le dio la fuerza para no depender.

Gracias a esto mis hijos son profesionales, gracias a esto no le tuve que rogar que se quedara, por mis chiquillos (...) yo creo que las mujeres tenemos que ser optimistas, perseverantes. Eso es lo que más a uno le dicen en los cursos de mujeres. Uno se cae y se vuelve a levantar.

Además, agrega: “Yo pasé muchas cosas sola, no le conté nunca a nadie y no quería trabajar dependiente o haciendo aseo por ahí, quería tener algo mío, aunque no fuera estable, a las mujeres les pagan muy mal por mucho trabajo y ni siquiera te contratan”.

A las 19:37 llega su pareja. Claudia le sirve comida mientras conversan sobre su día. Organizan un viaje al norte que tienen pendiente y algunos pagos que Claudia hará al día siguiente. Es ella quien maneja la casa, los asuntos económicos y los tiempos.

² Ser osada, aguerrida, con ímpetu.

³ Capital otorgado por un organismo estatal-SERCOTEC- para la iniciación de emprendimientos liderados por mujeres.

El *shadowing* finaliza a las 20:36. Claudia me va a dejar hasta la esquina de su pasaje y luego vuelve a su casa.

Discusión y Conclusiones

En esta investigación se evidenció que el emprendimiento, desde la performance de las mujeres, es una actividad que trasciende la actividad económica y que desarticula el espacio laboral estricto a través del despliegue de diversos actos lingüísticos y corporales que materializan dicha actividad en torno a una identidad que se construye inacabadamente. Estos actos están estrechamente ligados a las historias y estas historias están permeadas por un marco de relaciones, contextos de clase y la adaptación de los patrones emprendedores masculinos a una performance llevada a cabo dentro de las posibilidades y acciones del rol de mujer en el marco de una estructura social.

Desde la posición de la mujer emprendedora, la ventaja comparativa que las mujeres ven en la actividad emprendedora no es necesariamente el dinero, sino la percepción de una flexibilización de los tiempos que la estructura laboral dependiente no entrega, desde una estructura diseñada por hombres y para hombres.

A pesar de que el mundo de los negocios en donde se asienta la actividad emprendedora es igualmente un campo masculinizado, las mujeres se han adaptado a esta performance y han cedido derechos sociales y laborales, como no adherir a un sistema de pensiones o de salud, a cambio esta supuesta libertad, autonomía y flexibilización que el convertirse en emprendedora otorga.

Desde este nuevo actor mujer que se constituye y construye desde una subjetividad en sintonía con la voz de las políticas públicas y la expertiz de la academia, se actualiza la construcción del espíritu empresarial como una forma de masculinidad con tinte competitivo, el cual no ha funcionado simplemente a través de los cuerpos masculinos, sino que se representa también desde prácticas menos agresivas y más altruistas destinadas a asegurar el bienestar económico de la familia. (Michael REED, 1996, p. 269)

Esta distinción se hace relevante, ya que

en el instante en que la masculinidad se invisibiliza, el modelo empresarial masculino se universaliza y se despoja de género. Esta observación nos hace pensar en la idea de que las mujeres que se convierten y conceptualizan como emprendedoras, deben cumplir con un conjunto de valores aparentemente neutros, mientras que los hombres deben cumplir con los de la masculinidad emprendedora aparentemente neutral. (BRUNI, 2004, p. 410)

La identidad impuesta por la norma social del deber ser en la condición de mujer parece ajustarse con la identidad emprendedora impuesta desde la norma social en algunos puntos, pero que, en esencia, se resiste y adapta a sus prácticas desde su identidad de género.

Desde la teoría de la Identidad Performativa, resultó interesante constatar que el emprendimiento, como actividad económica principalmente laboral, es también un ejercicio de hacer género y estrechar vínculos con otros en un proceso de constante interacción. Y esto último está atravesado por una cuestión de clase que construye una identidad de sujeto más allá del binarismo de la identidad de género y la identidad laboral. No es posible homogeneizar la actividad emprendedora separándola de la condición económica distinta de los sujetos que le dan vida. En un contexto de inequidad social importante, esta actividad adquiere diferentes caras, posibilidades y formas de acción. La construcción identitaria de las mujeres que desarrollan un emprendimiento está constantemente enfrentada a un perfil idealizado construido desde lo político y socialmente legitimado, demandado desde el éxito económico. Ideal difícil o imposible de alcanzar.

Esta investigación mostró cómo la identidad, desde una perspectiva performativa, es desplegada de diversas formas por diferentes mujeres que desarrollan una actividad emprendedora. Siguiendo con la teoría, desde la generatividad, vemos a una mujer emprendedora que se construye y reconstruye a sí misma desde una identidad en constante disputa en su relación con el entorno y en la multiplicidad de tareas y roles que debe jugar diariamente como mujer, atravesada por su condición de clase. No se es sólo emprendedora, también se es madre, vecina, esposa, cliente, jefa, amiga y vecina. Desde la dimensión de complejidad, estos diferentes roles están basados y expresados en los diferentes gestos y actuaciones, en el componente lingüístico que debe expresar. Esta dimensión es una expresión en constante cambio y transformación. El lenguaje cambia si se está en una reunión de trabajo, o con un cliente, o en el colegio del hijo. "Estos enunciados, no se limitan a describir el hecho, sino que, por el mero hecho de ser expresados, son el hecho en sí mismo" (John AUSTIN, 1998, p.6).

Desde la dimensión material y la identidad construida desde el reconocimiento de sí mismo como sujeto, vemos que la 'mujer emprendedora', puede constituirse a sí misma también como

'comerciante' o como 'jefa de hogar'. Estas diferencias de expresar la propia identidad están fuertemente influidas por las interacciones y los lenguajes que se movilizan en los diferentes escenarios donde se transita, principalmente aquella que emerge de los programas de fomento al emprendimiento en los que participan.

Las mujeres de forma transversal se constituyen como sujetos emprendedores, desde un imaginario ideal que se resiste a la masculinidad tradicional, pero que obedece a la norma social actual en virtud de esta nueva mujer en el campo del trabajo y el emprendimiento: perseverante, resiliente, optimista y empoderada. Siempre dueña y constructora de su propio destino, éxitos y fracasos.

En esta lucha por no fracasar frente a la demanda cultural y mantener una coherencia discursiva, la mujer transita entre diferentes escenarios en los que debe flexibilizar y adaptar su rol. Esta actuación que construye su identidad es siempre dicotómica: la sensibilidad femenina frente al poder del liderazgo del sujeto de negocios. La desigualdad e injusticia de género experimentada de la carga laboral múltiple, frente a la demanda de perseverancia y optimismo constante frente al fracaso; el miedo constante a fracasar en un contexto adverso, frente al perfil aventurero y osado de quien desea emprender y triunfar. Vemos la cima de la montaña de la mujer exitosa emprendedora, partiendo desde distancias desiguales marcadas por la diferencia de clase. Esta ventaja o desventaja genera satisfacción de logro en quienes lo alcanzan a un alto costo y sacrificio, pero frustración en quienes no cumplen con este perfil.

El discurso de la mujer emprendedora, que permea esta identidad, señala que la que se esfuerza siempre lo puede lograr, por tanto, quien no lo ha logrado, es quien no se ha esforzado lo suficiente. La carrera emprendedora se convierte así en un camino nunca acabado para las mujeres, que requiere un espíritu siempre positivo, resiliente y optimista de sí, a pesar de los contextos desiguales y adversos en los que cada mujer se desenvuelve. La cultura de la mujer y el sacrificio aparecen incrustados en una estructura social que se piensa moderna.

Mientras todas reafirman una identidad de éxito y satisfacción por alcanzar los supuestos ideales de la mujer que emprende, esta alegría está siempre tensionada por lo que han tenido que negociar a cambio: los espacios de ocio, mayores tiempos con la familia, el autocuidado y el descanso.

La cantidad de redes de apoyo diferentes en cada historia, la voz de las políticas públicas en los programas de apoyo a los que han asistido y diversos elementos de su contexto marcan también la esperanza y la proyección a futuro que cada una visualiza en su vida. Y a su vez, estos elementos trazan el significado que la actividad emprendedora tiene para la construcción de su identidad. Una identidad en constante cambio y tensión.

Referencias

ÁLVAREZ, Claudia; NOGUERA, María; URBANO, David. "Condicionantes del entorno y emprendimiento femenino. Un estudio cuantitativo en España". *Economía industrial*, Madrid, n. 383, p. 43-52, 2012.

AUSTIN, John. *Coímo hacer cosas con palabras. Palabras y acciones*. Barcelona: Paidòs Ibèrica, 1998.

BRUNI, Attila. "An ironic Shadow on Organizational Ethnography". In: JOHANSSON, Ulla; WOODILLA, Jill. *Irony and Organizations. Epistemological Claims and Supporting Field Stories*. Copenhagen: Astrakt Forlag, Liber, Copenhagen Business School, 2004. p. 54-80.

BRUNI, Attila; GHERARDI, Silvia; POGGIO, Barbara. "Doing Gender, Doing Entrepreneurship: An Ethnographic Account of Intertwined Practices". *Gender, Work & Organization*, Newcastle, v. 11, n. 4, p. 406-429, junio. 2004.

BUTLER, Judith. *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. London: Routledge, 1990.

BUTLER, Judith. "Imitación e insubordinación de género". *Revista de occidente*, Madrid, n. 235, p. 85-109, diciembre. 2000.

BUTLER, Judith. *Undoing Gender*. London: Routledge, 2004.

CANO, Mónica. "Transformaciones performativas: Agencia y vulnerabilidad en Judith Butler". *OXÍMORA Revista Internacional de Ética y Política*, Barcelona, v. 1, n. 5, p. 1-16, enero. 2015.

DE CASTRO, Carlos. "La Constitución Narrativa de la Identidad y la Experiencia del Tiempo". *Nómadas Revista crítica de ciencias sociales y jurídicas*, Madrid, v. 30, n. 2, p. 199-215. 2011.

COLLINSON, David; HEARN, Jeff. *Men as Managers, Managers as Men: Critical Perspectives on Masculinity*. London: Sage, 1996.

CRUZ, Salvador. "Performatividad e identidad en la experiencia de la intimidad en hombres jóvenes". *Nóesis. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, Ciudad Juárez, v. 19, n. 38, p. 133-152, febrero. 2010.

GERGEN, Kenneth. *Toward Transformation in Social Knowledge*. Nueva York: Springer- Verlag, 1982.

ÍÑIGUEZ, Lupicinio. *Identidad: de lo personal a lo social. Un recorrido conceptual. La constitución social de la subjetividad*. Madrid: Catarata, 2001.

ÍÑIGUEZ, Lupicinio. *Análisis del discurso. Manual para las ciencias sociales*. Santiago: Editorial UOC, 2006.

PÉREZ, Carmina; AVILÉS, Manuela. "Explanatory factors of female entrepreneurship and limiting elements". *Suma de Negocios*, Bogotá, v. 7, n. 15, p. 25-31, enero/junio. 2016.

PHILLIPS, Mary; KNOWLES, Deborah. "Performance and Performativity: Undoing Fictions of Women Business Owners". *Gender, Work & Organization*, Newcastle, v. 19, n. 4, p. 416-437, julio. 2012.

REED, Michael. "Organizational Theorizing: a Historically Contested Terrain". In: CLEGG, Stewart; HARDY, Cinthya; LAWRENCE, Tom; NORD, Walter. *The Sage Handbook of Organization Studies*. New Delhi: Sage, 1996. p. 19-54.

SANTANDER, Paulina; FERNÁNDEZ, Cristóbal; YÁÑEZ, Diego. "Motivaciones y condicionantes contextuales en el emprendimiento liderado por mujeres chilenas". *Revista de Ciencias Sociales*, Zulia, v. 12, n. 1, p. 63-77, abril/junio. 2016.

SERRANO, Bill; BRITO, Luis; RIOFRÍO, Oscar; SOTOMAYOR, Guido. "Capacidad Emprendedora Y Limitantes En La Generación De Emprendimientos: Una Mirada Desde La Condición De Género". *European Scientific Journal*, Kocani, v. 12, n. 31, p. 96- 107, noviembre. 2016.

Paulina Soledad Santander Astorga (paulina.santander@usm.cl) es Doctora en Psicología. Profesora del Departamento de Industrias de la Universidad Técnica Federico Santa María e investigadora en las áreas de género, emprendimiento y políticas públicas.

COMO CITAR ESTE ARTÍCULO, DE ACUERDO CON LAS NORMAS DE LA REVISTA:

ASTORGA, Paulina Soledad Santander. "Mujeres emprendedoras: Abordaje desde la Teoría de la Identidad Performativa". *Revista Estudos Feministas*, Florianópolis, v. 27, n. 2, e54270, 2019.

CONTRIBUCIÓN DE AUTORÍA

Não se aplica

FINANCIACIÓN

Não se aplica

CONSENTIMIENTO DE USO DE IMAGEM

Não se aplica

APROBACIÓN DE COMITÉ DE ÉTICA EN INVESTIGACIÓN

Não se aplica

CONFLICTO DE INTERESES

Não se aplica

LICENCIA DE USO

Este artículo está licenciado bajo la Licencia Creative Commons CC-BY Internacional. Con esta licencia se puede compartir, adaptar, crear material para cualquier objetivo, siempre que se le atribuya la autoría.

HISTORIAL

Recebido em 27/11/2017
Reapresentado em 12/03/2019
Aprovado em 03/04/2019

