

SOBRE LAS RELACIONES SOCIALES EN EL “VIAJE EMPRENDEDOR”: MARCOS INTERPRETATIVOS MOVILIZADOS POR MUJERES JÓVENES EMPRENDEDORAS

CARLOTA CARRETERO GARCÍA

Universitat Jaume I, Castellón, España

carlotacarreterogarcia@gmail.com

ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0003-2395-2904>

Cómo citar este artículo / Citation: Carretero García, Carlota. 2024. Sobre las relaciones sociales en el “viaje emprendedor”: marcos interpretativos movilizados por mujeres jóvenes emprendedoras, *Revista Internacional de Sociología* 82 (1): e245. <https://doi.org/10.3989/ris.2024.82.1.1154>

RESUMEN

Esta investigación se centra en el análisis de los marcos interpretativos con los que las mujeres jóvenes emprendedoras otorgan sentido a sus relaciones sociales en el emprendimiento. Para ello, se han analizado, desde una perspectiva de análisis crítico del discurso, las narraciones de emprendedoras participantes en diferentes programas de formación en emprendimiento para mujeres, vinculados de diferente manera a las Administraciones públicas, así como en grupos autogestionados de emprendedoras en España. El material se ha extraído por medio de entrevistas semiestructuradas a un total de 30 emprendedoras en diferentes momentos del denominado ‘viaje emprendedor’. A través del análisis, se han detectado dos marcos interpretativos con los que se tienden a interpretar las relaciones sociales en el contexto del emprendimiento: estratégico y de la interdependencia. El interés de este tema se justifica en cuanto que permite explorar los sentidos otorgados a una dimensión, como es la relacional, a menudo oscurecida en el discurso hegemónico del emprendimiento.

PALABRAS CLAVE

Mujeres, emprendimiento, neoliberalismo, subjetividades, relaciones sociales.

SOCIAL RELATIONSHIPS IN THE ‘ENTREPRENEURIAL JOURNEY’: INTERPRETATIVE FRAMEWORKS USED BY YOUNG WOMEN ENTREPRENEURS

Copyright: © 2024 CSIC. Este es un artículo de acceso abierto distribuido bajo los términos de la licencia de uso y distribución Creative Commons Reconocimiento 4.0 Internacional (CC BY 4.0)

Recibido: 24.12.2022. **Aceptado:** 31.07.2023.

Publicado: 27.03.2024

ABSTRACT

This research focuses on the analysis of the interpretative frameworks used to give meaning to social relationships within the context of entrepreneurship. To this end, the narratives produced by 30 women entrepreneurs have been analysed from a critical discourse analysis perspective. All the interviewees have participated in training programmes for women entrepreneurs with different types of connections to public administrations or in self-managed groups by women entrepreneurs in Spain. In the analysis, two interpretative frameworks have been found: strategic and interdependent. This topic allows to explore the meanings given to a dimension, such as the social relations within entrepreneurship, which is often obscured in the hegemonic entrepreneurial discourse.

KEYWORDS

Women, entrepreneurship, neoliberalism, subjectivities, social relationships

INTRODUCCIÓN

A lo largo de las últimas décadas, se ha producido una expansión de la razón de gobierno neoliberal en las lógicas que articulan las políticas sociales, no solo de empleo (Crespo y Serrano 2012), sino también de igualdad (Carretero-García y Serrano-Pascual 2022; Serrano-Pascual y Carretero-García 2022). Esto ha propiciado una serie de transformaciones de sus sentidos y objetos de intervención a través de la promoción de la autorresponsabilidad (Rose 1990) y la autoproblematización ética (Kelly 2006) como interpelaciones subjetivas desocializadas que han desplazado una mirada estructural sobre la vulnerabilidad y los problemas sociales (Laval y Dardot 2013). Estas lógicas de autogobierno responsable se han visto enfatizadas por medio de la creciente promoción del emprendimiento, no solo como nuevo paradigma de modelo laboral (Serrano-Pascual y Martín- Martín 2017), sino como nuevo arquetipo de sujeto y proyecto de sociedad (Carretero-García y Serrano-Pascual 2022). De este modo, el emprendimiento se constituye, actualmente, como expresión paradigmática de nuevas demandas subjetivas vinculadas a transformaciones del sentido común. Es decir, se posiciona como referencial con el que los sujetos se piensan y evalúan a sí mismos, con el que establecen e interpretan su relación con los problemas sociales y a través del cual se canalizan nuevas formas de hacer sociedad.

Los análisis críticos que, hasta la fecha, han abordado las vivencias en el contexto de expansión del emprendimiento, se han centrado, principalmente, en la integración de sus lógicas en las maneras en las que los sujetos intervienen sobre sí mismos, se autorregulan y piensan su relación con la realidad social (Byrne 2017; Bröckling 2016; Freeman 2014; Kelly 2006). Menos estudiada ha sido la producción de sentido, por parte de los sujetos interpelados por estos discursos, en torno a las relaciones con sus pares. Estudios previos en esta línea sí han señalado el carácter relacional del emprendimiento, entendiendo la creación de redes entre personas emprendedoras como algo necesario e inherente al desarrollo del proyecto emprendedor (Nijkamp 2003). Asimismo, algunos análisis han profundizado en cómo diferentes dimensiones, como el género, impactan en la manera y el tipo de redes que se construyen, señalando que las mujeres tienden a crear redes emprendedoras con personas cercanas, así como a sustentar su emprendimiento en torno a ideas relacionadas con el bienestar colectivo (Observatorio del Emprendimiento de España 2023; Hanso y Blake 2009). También han señalado la mayor dificultad de las mujeres, en comparación con los hombres, para generar confianza y proyectarse como sujetos legítimos en las interacciones dirigidas al *networking*. Esto se explica dada la vinculación entre los significados hegemónicos del

emprendimiento y los mandatos de género de la masculinidad hegemónica (Hanso y Blake 2009). Algunos de estos estudios (Bakas 2017; Hanson y Blake 2009) resaltan las características específicas de las relaciones en el emprendimiento de las mujeres (producir o conservar bienestar en sus comunidades, incluir vínculos cercanos en el proceso de emprendimiento).

Sin embargo, ninguno de estos estudios se centra específicamente en los significados otorgados a las relaciones sociales entre pares o con sujetos en diferentes posiciones explicativas dentro del dispositivo emprendedor (Santos, Serrano y Borges 2021). Con el propósito de ahondar en esta línea de investigación, el objetivo del presente artículo es analizar las lógicas y expectativas que integran las explicaciones formuladas en torno a las relaciones sociales en el emprendimiento por parte de mujeres jóvenes en diferentes momentos del 'viaje emprendedor' que participan en programas de formación en emprendimiento para mujeres. De este modo, la novedad de la presente investigación radica en que hace de los sentidos en torno a las relaciones entre emprendedoras y con sujetos en diferentes posiciones institucionales (formadoras de los programas de formación en emprendimiento para mujeres) su objeto de estudio. Asimismo, la pertinencia de este tema se justifica en cuanto que permite explorar la (re)producción situada, pero también los cuestionamientos y distanciamientos, respecto a un arquetipo de sujeto (el emprendedor neoliberal) asumido por los discursos hegemónicos como omnipotente, autónomo y autocontenido.

Se ha optado por acotar esta investigación específicamente a mujeres, dados los aparentes desencajes entre el subtexto vinculado a la masculinidad hegemónica (autonomía, proactividad) de las demandas emprendedoras (Ahl y Marlow 2012; 2021; Bruni, Gherardi y Poggio 2004) y la centralidad de las relaciones con otras personas de los mandatos constitutivos de la feminidad. Esto permite explorar más nítidamente posibles distanciamientos y resistencias respecto a las demandas y asunciones emprendedoras vinculadas a la autonomía, así como las potenciales transformaciones de los mandatos de la feminidad a través de la integración de lógicas neoliberales. También cabe señalar que este estudio se centra en las experiencias de mujeres jóvenes por dos motivos: 1) el colectivo joven suele ser el principal interpelado por parte de estas nuevas demandas emprendedoras (Santos 2018; Serrano-Pascual y Martín- Martín 2017) y 2) centrar la muestra en mujeres jóvenes permite controlar la variable de responsabilidades familiares que refuerza las normas de género.

De esta manera, en el presente artículo se analizarán los marcos interpretativos movilizados

por mujeres jóvenes emprendedoras para dar sentido a sus relaciones sociales en el contexto del emprendimiento. Con este objetivo, en primer lugar, se llevará a cabo una revisión teórica sobre los mandatos emprendedores y su subtexto de género, dirigida a acotar las asunciones que articulan una determinada producción de subjetividades en un contexto de expansión de la racionalidad neoliberal. A continuación, se expondrá y justificará la orientación metodológica escogida para la presente investigación y, finalmente, se desarrollará el análisis de los marcos interpretativos desplegados por las mujeres entrevistadas para dar sentido a las relaciones sociales en el emprendimiento.

MARCO TEÓRICO

Como se señaló en la introducción, en las últimas décadas se ha producido una expansión del régimen de gobierno neoliberal y del emprendimiento como razón omnicompresiva y arquetipo paradigmático de sujeto. De entre los mandatos subjetivos que articulan este nuevo ideal normativo de sujeto emprendedor, y que sustentan las interpelaciones dirigidas a la promoción de la autoproblematización ética como recurso explicativo de las experiencias de los sujetos, destacan la autonomía, el individualismo, la autorrealización, la potencia o la resiliencia (Bröckling 2016). Esas llamadas al desarrollo de la agencia individual, a una suerte de voluntarismo mágico (Amigot-Leache, Carretero-García y Serrano-Pascual 2023) y a la autoproblematización constante (Alonso y Fernández Rodríguez 2011) como vectores del éxito emprendedor y, al mismo tiempo, como mandatos constitutivos de este nuevo modelo de sujeto, tienden a oscurecer la dimensión relacional del proyecto emprendedor, de las subjetividades emprendedoras (su dimensión intersubjetiva, política y sociohistóricamente situada) y, en definitiva, de la realidad social.

Desde los discursos hegemónicos, el emprendimiento se tiende a presentar como un proceso solitario, como una superación épica y autorresponsable no solo de las propias carencias y limitaciones, sino también de un contexto individual muchas veces precario u hostil. Es frecuente la canalización, a través de diversas tecnologías de gobierno, de interpelaciones que inducen a los sujetos a realizar un proceso de adecuación a estas demandas emprendedoras mediante un constante e intenso trabajo sobre sí (Helman 2018). En los procesos de autorregulación propiciados por estas demandas, la consecución de una *performance* basada en la autonomía y la responsabilidad individual aparece como uno de los principales objetivos (Brunila 2012; Rose 1990). Esta intervención constante conlleva la integración de lógicas terapéuticas (autoexamen, autovigilancia)

(Medina-Vicent 2020) y ha sido denominado en estudios previos como 'viaje emprendedor' (Amigot-Leache y Carretero-García 2023; Carretero-García y Serrano-Pascual 2022).

Dichas demandas subjetivas, comúnmente asociadas al arquetipo de sujeto emprendedor — en su versión neoliberal— han sido ubicadas por diversas autoras como parte de un subtexto de género que identifica los mandatos emprendedores con el dominio simbólico de la masculinidad hegemónica (Serrano-Pascual y Carretero-García 2022; Marlow 2020; Ahl y Marlow 2012; 2021; Bruni, Gherardi y Poggio 2004). Esta identificación conlleva la asunción de la femineidad como deficitaria en relación con el emprendimiento, y desemboca en tensiones cotidianas fruto de los (des)encajes entre referenciales de género (femineidad) y emprendimiento (Serrano-Pascual y Carretero-García 2022; Boeri 2018; Budig 2006). También deriva en sobreesfuerzos (y su constitución por exceso en malestares) vivenciados por parte de las mujeres en el desarrollo de una correcta *performance* emprendedora (Amigot-Leache, Carretero-García y Serrano-Pascual 2023).

Sin embargo, a pesar de esas luchas por el reconocimiento (Honneth 2006), especialmente acentuadas en las vivencias de las mujeres emprendedoras, algunos mandatos de la femineidad, como el énfasis en la autoproblematización, han sido analizados como operativos a las interpelaciones individualizantes y desocializadoras propias de la razón neoliberal (Scharff 2016). Paralelamente a esta operatividad de algunos mandatos de la femineidad al neoliberalismo, han acontecido una serie de transformaciones y mutaciones, producto de su interacción con lógicas neoliberales, en los sentidos y demandas de la femineidad que, tradicionalmente, se han identificado con cualidades como la pasividad, la indecisión o con una ética del cuidado (Gilligan 1982) y las relaciones (Illouz 2020). Esto, en oposición a la autonomía y la confianza, socialmente significadas como masculinas (Órtiz García y Olaz Capitán 2018). Autoras vinculadas tanto a una perspectiva crítica del llamado 'postfeminismo' (Gill 2017; Gill y Orgad 2017; Gill y Scharff 2011; McRobbie 2004) como a la crítica del denominado 'feminismo neoliberal' (Medina-Vicent 2018; Rottenberg 2018) han analizado las demandas neoliberales sobre las que se sustentan las interpelaciones subjetivas vinculadas a un nuevo arquetipo de mujer (Yoong 2020). De entre ellas, destacan la promoción de la confianza, la autovigilancia, la autoorganización o la autooptimización constantes como parte de un argumentario que privilegia la autoproblematización individual en detrimento de una mirada política y colectiva sobre la vulnerabilidad y las vivencias. Este desplazamiento de las bases semánticas que configuran, no solo la femineidad, sino la igualdad,

deriva hacia unos sentidos que sitúan la autonomía y la potencia individual como soluciones a las desigualdades (Carretero-García y Serrano-Pascual 2022). Estas reformulaciones de los sentidos y los mandatos de la feminidad podrían modificar las maneras en las que las mujeres (re)producen y piensan de manera situada las demandas tradicionales de ese dominio de género y, por lo tanto, transformar el valor y las asunciones constitutivas de las relaciones sociales en su vinculación específica al dominio simbólico de la feminidad.

Por último, cabe señalar que estas transformaciones, aparejadas a la expansión de la razón neoliberal, también habrían propiciado el desplazamiento de “lo social” a favor de “la comunidad” como nuevo espacio de producción de relaciones políticas que gobernar y a través de las cuales se gobierna a los sujetos (Rose 1996). De este modo, si bien las interpelaciones subjetivas más comunes en el contexto de la racionalidad neoliberal remiten a demandas de autonomía e individualización, los sujetos tienden a ubicarse como parte de determinadas comunidades que son, al mismo tiempo, objeto de producción e intervención política. Ese desplazamiento de “lo social” a favor de “la comunidad” implica la movilización de demandas de adhesión a los valores, lógicas y expectativas concretas (en el caso que aquí nos ocupa, las emprendedoras) por parte de sujetos cuya producción ética conlleva, al mismo tiempo, la asunción de mandatos de responsabilidad y de potencia individual.

A continuación, y previamente al análisis, se detallará y justificará el enfoque metodológico escogido para llevar a cabo esta investigación y se explicarán los aspectos más relevantes de la elaboración del trabajo de campo.

METODOLOGÍA

Como parte del trabajo de campo, se han realizado entrevistas a 26 mujeres emprendedoras (cada una en torno a 60 minutos) que participan o han participado en programas de formación en emprendimiento para mujeres y espacios autogestionados¹ para emprendedoras. Las personas entrevistadas², además de haber sido seleccionadas en función del género, lo han sido también siguiendo criterios de edad (menores de 35), situación familiar (residiendo sola, en pareja, con sus padres, compartiendo piso, con o sin hijos), procedencia social (diversidad de clase, si es o no migrante), participación en programas vinculados a las Administraciones públicas o grupos

1 Espacios de aprendizaje, formación y generación de redes ideados, gestionados y ocupados por emprendedoras. En estos espacios, son las propias emprendedoras las que organizan las actividades y comparten sus experiencias entre sí.
2 Ver la tabla I en el apartado de Metodologías

autogestionados por mujeres emprendedoras (cuyas características se detallarán a continuación), tipo de emprendimiento (diversidad de sectores: salud, STEM, educación, social, artístico, arquitectura) y momento de la trayectoria emprendedora (diseño, inicio o consolidación). Se han seguido estos criterios de selección con el propósito de recoger experiencias y testimonios diversos que den cuenta de vivencias comunes, pero también de diferentes sentidos otorgados por parte de las mujeres jóvenes a las relaciones sociales en el emprendimiento. No obstante, se reconoce que este diseño, así como la posición específica de partida de la investigadora, conllevan que determinadas voces sean infrarrepresentadas o incluso invisibilizadas. Por ello, se han añadido 4 entrevistas³ que completan las 26 efectuadas, haciendo de las entrevistas a emprendedoras un total de 30. En este sentido, si bien se ha buscado recoger una muestra diversa, cabe señalar que la dimensión central de este estudio es el género, en cuanto que se busca atender a las vivencias de las mujeres respecto al dispositivo emprendedor.

Se ha optado por entrevistar a mujeres jóvenes que han participado en programas de formación en emprendimiento específicamente dirigidos a mujeres, puesto que se han considerado las iniciativas más representativas de la producción de nuevas interpelaciones éticas (emprendedoras) y, por lo tanto, de procesos de autointervención específicos dirigidos a mujeres en el contexto neoliberal (por ello, no se han incluido iniciativas como subvenciones a emprendedoras, asesoramientos, etc.). Las mujeres entrevistadas han participado tanto en programas desarrollados enteramente por diferentes niveles de las administraciones, como en programas fruto de *partenariados* de diverso tipo (colaboración entre universidad y empresa privada, traspaso de competencias a la empresa privada en el desarrollo de la iniciativa, otorgación de subvenciones económicas a diversos organismos para el desarrollo de programas propios), además de en algunas experiencias alternativas con vínculos esporádicos con las administraciones o aparentemente desligadas de ellas (grupos autogestionados de emprendedoras). Esto se ha llevado a cabo con el propósito de captar una pluralidad de significados y batallas por nombrar y producir sentido sobre las relaciones sociales por parte de mujeres jóvenes emprendedoras. De este modo, los programas y grupos autogestionados⁴ en los que se ubican las entrevistadas son los siguientes:

- A: formaciones ofrecidas por una universidad pública en colaboración, por un lado, con

3 2 madres y 2 migrantes.

4 Por motivos de confidencialidad, los nombres de los programas han sido sustituidos por las letras A, B, C, D, E, F y G.

la Administración central y, por otro lado, con una entidad privada. Cuentan con formaciones y premios. La colaboración con la Administración central está dirigida a la promoción del emprendimiento entre mujeres en la rama científico-tecnológica por medio de *spin-offs* y *start-ups*. La colaboración con la entidad privada promueve la creación de empresas desde cualquier sector. En el primer programa no hay límite de edad, mientras que el segundo está dirigido a personas jóvenes.

- B: iniciativa desarrollada y llevada a cabo en su totalidad por una Administración local (ayuntamiento de una gran ciudad). Cuenta con alrededor de 15 programas diferentes dirigidos a la formación de mujeres profesionales, emprendedoras y empresarias (desarrollo de habilidades emprendedoras, financiación, gestión emocional, etc.). No hay programas específicos por edad.
- C: iniciativa de una Administración local (ayuntamiento de una gran ciudad) en colaboración con una entidad privada. Se ha externalizado la formación, orientación y atención de todo tipo a una empresa privada. Cuenta con espacios de información (ventanilla única del emprendedor), formaciones (unas pocas específicas para mujeres, las cuales tienen lugar aproximadamente una vez al año), premios para mujeres y espacios propios (viveros de empresa). No hay programas específicos por edad.
- D: grupo autogestionado de mujeres jóvenes emprendedoras. Sin vínculos con instituciones públicas, si bien realizan sus reuniones y (auto)formaciones en un espacio cedido por una institución privada, dados los vínculos de una de las fundadoras con dicha institución. No reciben financiación.
- E: grupo autogestionado de mujeres emprendedoras, en su mayoría jóvenes y vinculadas al sector de la salud. Realización de reuniones mensuales de autoformación y de encuentros en los que compartir experiencias. No reciben financiación.
- F: iniciativa para la formación en emprendimiento vinculado a la economía social y solidaria. Desarrollada por integrantes de diferentes cooperativas con el objetivo de que las mujeres adquieran competencias y pongan en práctica herramientas que les ayuden a desarrollar colectivamente un proyecto en su comunidad. Consta de formaciones conjuntas y asesorías individualizadas. Reciben o han recibido financiación, tanto pública como privada.
- G: iniciativa vinculada a la economía social y solidaria cuyo objetivo es dotar a las mujeres

de herramientas que les permitan desarrollar proyectos de emprendimiento en su comunidad. Consta de formación y asesoría individualizada. Reciben o han recibido financiación, tanto pública como privada.

En relación con el trabajo de recopilación empírica, se ha llevado a cabo a través de entrevistas semiestructuradas en profundidad, dado el interés de esta investigación en las narraciones de las experiencias emprendedoras (Alonso 1995). En cuanto a la pertinencia del enfoque cualitativo de investigación basado en el análisis del discurso (Van Dijk 2016; Fairclough y Wodak 1997), este se justifica en cuanto que implica un "espacio de cobertura" (Alonso 1988: 157) centrado en los sentidos, los significados y los símbolos que configuran los discursos a partir de los cuales se articula, normaliza, naturaliza o disputa el sentido común sobre la realidad social. Este enfoque, que se ha desarrollado desde una perspectiva foucaultiana y feminista, permite visibilizar las relaciones de poder que subyacen a esa producción de sentido (Foucault 2012), las batallas por nombrar (Bourdieu, 2001a), las ambivalencias, contradicciones (Martín-Criado 2014) y las paradojas (Hartmann y Honneth 2006) inherentes a la producción y negociación situada de la propia identidad y de los sentidos sociales —discursos hegemónicos y alternativos— que la configuran. Concretamente, el abordaje metodológico aquí desarrollado se centra en analizar, a través de un análisis de los marcos interpretativos⁵ (Lakoff 2007), los sentidos que articulan los discursos de las mujeres emprendedoras, específicamente, las interpretaciones y explicaciones formuladas sobre sus relaciones con otras emprendedoras y sujetos en diferentes posiciones dentro del dispositivo emprendedor.

ANÁLISIS

El presente análisis se dirige a identificar los marcos interpretativos con los que las emprendedoras dan sentido a las relaciones con las pares y con otros sujetos en diferentes posiciones institucionales (formadoras de programas en emprendimiento para mujeres). Por un lado, se distingue un marco interpretativo estratégico a través del cual las relaciones tienden a valorarse, fundamentalmente, en cuanto que herramientas para la capitalización de sí, en las que los sentidos movilizados remiten a una retórica terapéutica como principal recurso explicativo de la experiencia emprendedora. Por otro lado, se detecta un marco cuyos sentidos arraigan en

5 "estructuras mentales que conforman nuestro modo de ver el mundo. Como consecuencia de ello, conforman las metas que nos proponemos, los planes que hacemos, nuestra manera de actuar y aquello que cuenta como el resultado bueno o malo de nuestras acciones" (Lakoff, 2007: 17)

Tabla I.
Perfiles de las emprendedoras entrevistadas

PROGRAMA	USUARIA	EDAD	PROCEDENCIA TERRITORIAL	LUGAR DE RESIDENCIA	SITUACIÓN FAMILIAR	POSICIÓN SOCIAL
PM1*	E1	28	Barcelona	Madrid	Compartiendo piso. Sin pareja o cargas familiares	Formación universitaria. Compatibiliza con otros trabajos
PM1	E2	27	Marruecos	Madrid	Viviendo con su pareja (socio en la empresa)	Persona migrante. Formación universitaria. Compatibiliza con otro trabajo
PM1	E3	27	Alicante	Alicante	Viviendo con sus padres	Formación universitaria. Compatibiliza con otro trabajo
PM1	E1	33	San Sebastián	Puerto Rico	Viviendo con su pareja (socio en la empresa)	Formación universitaria
PM1	E2	32	Bilbao	Puerto Rico	Viviendo con su pareja (socio en la empresa)	Formación universitaria
PM2	E1	29	Barcelona	Barcelona	A punto de volver a casa de sus padres	Formación universitaria
PM2	E2	29	Bolivia	Barcelona	Viviendo con su pareja	Persona migrante. Formación universitaria
PM2	E3	30	Barcelona	Barcelona	Viviendo con sus padres	Formación universitaria. Compatibiliza con otro trabajo
PM2	E4	31	Barcelona	Barcelona	Viviendo con su pareja	Formación universitaria
PM2	E5	32	Marruecos	Barcelona	Viviendo con su pareja	Persona migrante. Formación universitaria
PM2	E6	26	Barcelona	Barcelona	Viviendo con sus padres	Formación universitaria
PM2	E7	27	Barcelona	Barcelona	Viviendo con sus padres	Formación universitaria
PM3	E1	30	Polonia	Madrid	Viviendo con su pareja	Persona migrante. Formación universitaria. Compatibiliza con otro trabajo
PM3	E2	26	Barcelona	Madrid	Viviendo con su pareja	Formación universitaria
EA1**	E1	21	Madrid	Madrid	Viviendo con sus padres	Cursando estudios universitarios. Compatibiliza con otro trabajo
EA1	E2	28	Madrid	Madrid	Viviendo con sus padres	Formación universitaria. Compatibiliza con un trabajo a media jornada
EA1	E3	25	Madrid	Madrid	Viviendo con su padre y su hermano	Formación universitaria. Compatibiliza con otro trabajo
EA2	E1	26	Madrid	Madrid	Viviendo con sus padres	Formación universitaria
EA2	E2	32	Venezuela	Madrid	Viviendo con su pareja	Persona migrante. Formación universitaria. En situación de desempleo
EA2	E3	25	Tenerife	Madrid	Viviendo con su pareja	Formación universitaria. Sus padres le dan apoyo económico
EA2	E4	26	Toledo	Toledo	Viviendo sola, pero planea irse con su pareja	Formación universitaria. Actualmente viviendo de sus ahorros
EA3	E1	27	Madrid	Lisboa	Viviendo en piso compartido	Formación universitaria. Compatibiliza con otro trabajo
EA3	E2	27	Madrid	Madrid	Viviendo con su pareja	Formación universitaria. Compatibiliza con otro trabajo
EA3	E3	35	Madrid	Madrid	Viviendo con su pareja y su hijo de 8 meses	Formación universitaria. En situación de desempleo
EA3	E4	35	Madrid	Madrid	Viviendo con su pareja y su hijo	Formación universitaria. Autónoma vinculada a una asociación
EA4	E1	26	Donosti	Madrid	Viviendo en piso compartido	Formación universitaria. Cursando otro grado. Compatibiliza con otro trabajo
EC***	E1	28	Madrid	Madrid	Viviendo con su expareja y su hija	Formación universitaria. En situación de desempleo
EC	E2	28	Madrid	Madrid	Viviendo con su madre, su hija y sus hermanos	Persona migrante. Compatibiliza con otro trabajo
EC	E3	34	Perú	Madrid	Viviendo con su pareja	Persona migrante. Formación universitaria.
EC	E4	30	Venezuela	Cuenca	Viviendo sola	Persona migrante. Formación universitaria

Fuente: elaboración propia

*PM: programas impulsados por las administraciones dirigidas a mujeres emprendedoras

**EA: experiencias alternativas

***EC: Entrevistas complementarias

la asunción de la interdependencia como condición ontológica de los sujetos. Este marco integra reformulaciones y distanciamientos más explícitos respecto a algunas de las expectativas y significados hegemónicos del emprendimiento neoliberal.

Cabe resaltar que los límites entre ambos marcos son difusos y los dos pueden observarse de forma transversal en las diferentes entrevistas. Sin embargo, el primero está más presente en las emprendedoras participantes en programas impulsados por las administraciones (A, B y C) y en los espacios autogestionados (D y E), mientras que el segundo es un recurso más común en aquellas que han participado en experiencias del tercer sector (F y G). A continuación, se desarrolla el análisis de dichos marcos.

Marco estratégico: el caso de las comunidades de autoayuda y la capitalización de sí

En primer lugar, conviene señalar que la valoración y la aceptación de la necesidad del apoyo social del grupo de pares (Bourdieu 2001b) suele llegar con el reconocimiento de una sensación de soledad y de desubicación. En algunos casos, las entrevistadas afirman haberse unido a los grupos de emprendedoras motivadas por la necesidad de generar nuevas relaciones alineadas con sus propios valores emprendedores y de sentirse parte de un grupo. En otros casos, si bien las entrevistadas resaltan la posibilidad de establecer conexiones con otras emprendedoras, de generar nuevos lazos y relaciones coherentes con sus valores como una de las dimensiones más relevantes de su experiencia en los programas, esta no es su principal motivación a la hora de unirse a ellos, sino una consecuencia. No obstante, en ambos casos las emprendedoras se refieren a la importancia del grupo de pares a la vez que enuncian críticas sobre la ausencia de reconocimiento como emprendedoras por parte de sus amistades previas o sus familiares. Esto deriva en la formación de nuevos vínculos afectivos y, paralelamente, en el distanciamiento u abandono de los antiguos. Dicho proceso puede interpretarse como un intento por evitar enfrentarse a espacios de disonancia cultural donde podrían intensificarse ambivalencias ya presentes respecto al proyecto emprendedor:

“Conoces a gente en tu misma situación. Yo, por ejemplo, hice un grupo muy guay con cuatro amigas, entonces seguimos quedando, nos vamos contando cómo van las empresas, nos ayudamos una a la otra. Entonces, yo creo que también a nivel personal de conocer gente y, sobre todo, en tu misma situación, porque, si no te rodeas como de gente que de verdad te entiende”. PM2E1⁶.

6 Primera emprendedora del segundo programa de formación para mujeres.

“Lo he visto, como que he podido seleccionar las personas que realmente ven que estoy en esto por mi pasión y yo lo veo positivo, aunque haya alejado a personas de mi vida”. PM2E2.

“Ahora mismo, intento ser más honesta en mis relaciones porque tengo también menos tiempo y siento que quiero también personas a mi alrededor que respeten lo que hago, ¿no? O sea, he huido mucho de amistades que, a lo mejor, no se tomaban en serio que yo estuviera trabajando tanto”. PM2E6.

De este modo, la transformación de la propia subjetividad a través del denominado como viaje emprendedor queda reflejada en una reorganización de la red de relaciones donde familiares o amistades ajenas al emprendimiento suelen actuar como *alter ego* en las batallas por el reconocimiento y la legitimidad de las emprendedoras. En estos casos, las nuevas y mejores relaciones entre emprendedoras son constitutivas de las denominadas ‘comunidades de autoayuda’⁷ (Amigot-Leache y Carretero-García 2023). A través de ellas, las emprendedoras comparten consejos con el objetivo de autooptimizarse, de promover una autoproblematización ética que las capacite para desarrollar una correcta *performance* emprendedora. Este tipo de alusiones remiten a un repertorio profundamente deudor de una racionalidad política neoliberal que impregna el discurso hegemónico del emprendimiento, donde los vínculos sociales son instrumentales y adquieren valor por su potencial para motivar una autotransformación capitalizadora de sí:

“Establecemos muchas conexiones profesionales, me han salido grupos de amigas maravillosas también a partir de ahí, que encima tienen que ver con lo mío a nivel profesional, y que quizás también me lleve a colaborar con ellas”. EA2E4.

“Para mí, es súper importante lo que te decía ahora en el equipo. ¿no? Sentirme apoyada con el equipo intraemprendiendo”. EA1E3.

Esto queda ilustrado con gran claridad cuando las emprendedoras aluden a sus referentes, las cuales pueden ser amigas, conocidas o personas más mediáticas. Estas referentes, pensadas como sujetos ejemplares, despliegan una *performance* que las emprendedoras consideran aspiracional. También permiten a las emprendedoras imaginar futuros posibles por medio de la vinculación del propio devenir con experiencias ajenas. Así, las emprendedoras evocan una proyección de futuro en que la consecución del éxito a través de la voluntad y el autoperfeccionamiento es posible (las referentes facilitan saberes destinados a mejorar el trabajo sobre sí que requiere la autocapitalización), activando, en

7 Espacios donde se incorporan estrategias terapéuticas de autoperfeccionamiento y de intervención individual de los propios malestares a través de la inspiración o aprendizaje entre pares o mediante formadoras.

momentos del discurso, el denominado ‘performativo esperanzador’ (Ahmed 2019; Cano 2018). Asimismo, generar vínculos con otras emprendedoras posibilita producir o estabilizar el beneficio económico que espera conseguirse a través del emprendimiento mediante la inserción en redes profesionales. De este modo, se produce una capitalización de las relaciones a través del aprendizaje autotransformador e inspirador que posibilitan las experiencias ajenas, pero también a través del rédito económico que potencialmente ofrecen las pares:

“También vinieron dos personas de otra promoción de IF⁸ y también nos explicaron y eso. También, quieras o no, pues motiva de decir, de empezar a quien, con una idea, a tener tu local y que vaya bien y te funcione”. PM2E7.

“Luego, las personas que venían a dar las charlas y lo que nos enseñaban era muy, muy valioso; o sea, todavía sigues teniendo contacto con ellos y, si tienes algún problema, pues te ayudan y los ves y los puedes ver en cualquier parte y te reconocen”. PM2E2.

Asimismo, el proceso de acompañamiento para emprendedoras que se ofrece en los programas impulsados por las administraciones desarrolla una función similar a las referentes, si bien no se efectúa entre pares (emprendedoras, aunque en diferentes momentos del viaje emprendedor), sino entre sujetos en posiciones institucionales diferenciadas (formadora y alumna-emprendedora). Al igual que en el caso de las referentes, la relación se basa en el aprendizaje (aquí es unidireccional) de cómo conducirse correctamente. Es una relación que, si bien puede generar un vínculo afectivo entre las partes —que, en ocasiones, ayuda a la incorporación subjetiva de los mandatos emprendedores—, está dirigida a la interiorización de mecanismos y estrategias con el objetivo de desarrollar exitosamente el viaje emprendedor:

“Teníamos también una tutora que también nos ha ido siguiendo. Entonces, como que no te sientes solo, puedes enviarle *mails*, te va diciendo, pues esto así o esto *asao*, yo esto lo haría así”. PM2E1.

“Te acompañan mucho también gente con experiencia en decir, vale, por aquí vas bien o no es demasiado riesgo”. PM2E6.

Esta aproximación a las relaciones entre pares y entre sujetos en diferentes posiciones institucionales hace de las comunidades de autoayuda espacios de reforzamiento epistémico. Las relaciones desarrolladas en el seno de estas comunidades pueden implicar el apaciguamiento de malestares que emanan de las tensiones por el reconocimiento de la identidad de las mujeres como emprendedoras, en cuanto que, en esos espacios, son reconocidas y se reconocen a sí

mismas como tales, sin que medie necesariamente un cuestionamiento explícito de su identidad. Asimismo, dichas maneras de articular y significar las relaciones pueden contribuir a perpetuar la precariedad, al tiempo que ayudan a paliar malestares políticos. Esto en cuanto que los mandatos promovidos movilizan una autointervención individual mediada por el aprendizaje y la inspiración (que puede ser mutua, en el caso de las pares) desde una mirada terapéutica dirigida al ajuste individual a las demandas subjetivas del emprendimiento neoliberal.

Consecuentemente, las comunidades de autoayuda se constituyen como espacios en los que compartir malestares con el objetivo de aprender a intervenirlos(se) mejor. Si bien las emprendedoras se permiten verbalizar críticas y quejas respecto a la situación vivenciada, las asunciones y sentidos movilizados derivan en una interpretación individualizante de sus malestares, en lugar de en una formulación de críticas o cuestionamientos políticos cuya solución o abordaje pase por la acción colectiva. De esta manera, a pesar de reconocerse el propio sufrimiento, este, paradójicamente, se banaliza al descubrirse como compartido: es un problema individual, pero extendido, que se puede superar, puesto que otras ya lo han hecho. Dicho sufrimiento, así como su superación, son situados como parte de un viaje autotransformador que, sobre todo al principio, requiere sacrificios que se justifican como ineludibles si se desea conseguir el objetivo último (la monetización del emprendimiento). Es así que, pese al distanciamiento *a priori* efectuado respecto a la retórica del sujeto autocontenido y voluntarista del discurso hegemónico del emprendimiento, las lógicas que articulan las relaciones en estas comunidades tienden a regirse por una mirada estratégica que, a través de la autointervención, sitúa la capitalización de sí y el beneficio individual en el centro de la argumentación, reforzando la ficción del individuo completamente autónomo (Hernando 2012). En esta línea, se apela a la necesidad de crear una red de apoyo emocional en la que compartir experiencias y aprender mutuamente sin considerar, aparentemente, cómo las lógicas de competencia pueden permear y atravesar esos espacios:

“No estoy yo aquí sufriendo sola, sino que somos un montón”. EA2E4⁹.

“Pero yo creo que el poder compartir toda esa etapa inicial donde uno tiene más miedo con otras personas y decir: ‘yo también siento lo mismo, pero todo va a estar bien’; eso no tiene precio, para mí ha sido lo mejor”. PM2E2.

“Entonces, depende de lo que quieras sacrificar; si estás dispuesto a sacrificar tu tiempo, tu vida personal, tu vida social”. EA3E1.

8 Con el objetivo de anonimizar el programa, aparece referido por sus siglas.

9 Cuarta emprendedora correspondiente al segundo caso de experiencias alternativas.

De este modo, el recurso a este marco interpretativo dificulta problematizar el origen político de la vulnerabilidad y el malestar, en cuanto que se recurre a una narración en que los malestares y las demandas laborales emprendedoras son desocializadas (se problematiza el malestar en sí, y no los motivos o el contexto político en el que surge). El malestar se formula como una cuestión de gestión individual (banalización, anulación) susceptible de ser constantemente mejorada y mejorable por medio del aprendizaje en las comunidades de autoayuda (en las que se buscan consejos, ayuda, respuestas, apoyo).

Asimismo, surgen alusiones a la autenticidad, a la pasión, a la realización individual o a una implicación ilimitada en el emprendimiento (Zafra 2017). La *performance* de estos valores es otro de los motivos que convierte a las otras emprendedoras en referentes y, al mismo tiempo, en sujetos a través de los cuales capitalizarse. De este modo, la producción de una subjetividad emprendedora se condiciona a la capacidad de generar redes y comunidades que catalicen o faciliten el trabajo de autoproblematización ética que, a su vez, habilitará la consecución del proyecto emprendedor (entendido como autoexpresión o misión trascendental):

"Y cuando hablas con las chicas del grupo, emprendedoras, que ves otra visión y ya no es que 'es que eso no se puede'; 'bueno, esto va a ser un poco más complejo, pero ¿por qué no lo intentas por acá? No desistas, hazlo de esta forma, sí que se puede, eso ya me pasó y lo superé". EA2E2.

"Me transmite una energía y una motivación de: 'tú puedes con esto'. Y tiene la mentalidad de: 'tú has venido a servir en este mundo y sería como una deshonra que no pusieses en marcha tu proyecto, si es que eso va a ayudar a personas". EA2E1.

Asimismo, los sentidos que articulan este marco contribuyen a generar una idea de proyecto social vinculado a la expansión de valores empresariales. Las entrevistadas apelan a un modelo de sociedad vertebrado a través de las lógicas y las reglas morales y emocionales emprendedoras (sociedad emprendedora en contraposición a la sociedad salarial; Carretero-García y Serrano-Pascual 2022) que se presenta como resultante del cambio individual ("cambiando tú, cambiarás la sociedad"). Este argumentario supone reubicar la responsabilidad del cambio social en los sujetos individuales y su capacidad para cambiarse a sí mismos. Dicho cambio individual capacitará la transformación social por medio de una producción "a gran escala" de nuevos referentes (*redes de aprendizaje*) que encarnen y transmitan los valores y aspiraciones emprendedoras. Es así que las comunidades de emprendedoras no solo se presentan como espacios de capitalización de sí, sino como recipientes e impulsoras de un nuevo modelo de sociedad:

"Muchas más comunidades [...] crearía más comunidades tipo de redes de aprendizaje, o sea, porque dices: 'no es solo un sitio en el que voy y hay eventos, sino que haya redes de aprendizaje de verdad y conexiones a nivel muy profundo". EA1E3.

"La comunidad emprendedora, es enorme, es enorme y mola mucho, cada vez cambia más, cada vez crece más, es súper versátil, es súper dinámica y yo en ningún momento lo denominaría como un entorno hostil". EA1E2.

Cabe señalar que esta problematización del cambio centrada en la agencia individual ignora casi por completo las posiciones diferenciadas de los sujetos —y colectivos— en el entramado de relaciones de poder y desigualdad que configuran lo social. No se percibe un reconocimiento de las desigualdades y constricciones estructurales y su vivencia situada. En otras palabras, los sentidos movilizados se refieren a un cambio cultural que, sin embargo, no supone un cuestionamiento de las desigualdades estructurales de partida ni la vulnerabilidad (material, psicológica, etc.) que determinados sujetos y colectivos vivencian, sino que se apela a un discurso psicologicista y voluntarista de agencia casi ilimitada, que ubica exclusivamente la responsabilidad del cambio en los sujetos individuales (una suerte de: "si quieres, puedes").

Por último, si bien surgen momentos en los que aparecen alusiones a diferentes posiciones socioeconómicas de partida en el inicio del emprendimiento, se argumenta que estas pueden ser sorteadas, al menos parcialmente, gracias a la ayuda y la colaboración de amistades, familiares, socios, etc. Se apela a la capacidad individual para movilizar estratégicamente la red de afectos y contactos con el objetivo de sortear las desigualdades de partida y habilitar el trayecto del viaje emprendedor:

"Nos lo han hecho de forma gratuita; familiares, amigos, con lo cual dinero, invertir no hemos invertido". PM2E5.

Marco de la interdependencia: una concepción ontológica de la vulnerabilidad y la colaboración

En este segundo marco interpretativo, se alteran o recombinan los valores que articulan las relaciones sociales y los significados que adquieren centralidad en el discurso (mirada estratégica vs. vulnerabilidad ontológica). Al igual que en el caso anterior, aparecen referencias a la autorrealización individual, a la subjetividad crítica o al cambio de sociedad. Si bien, en este caso, los significados del emprendimiento arraigan en un distanciamiento o crítica de los mandatos hegemónicos de su versión neoliberal y su expresión en lógicas productivistas y de capitalización de sí (Calás, Smircich y Bourne 2009). Se movilizan

valores y aspiraciones vinculadas a la creatividad, a la autorrealización y al cambio individual y social a través del trabajo colectivo que, al igual que en el caso anterior, implican la puesta en práctica de nuevos valores que emanan de una mirada crítica hacia el mercado de trabajo. Sin embargo, en este marco, las críticas se distancian de una racionalidad productivista, explicitándose, por el contrario, la necesidad de un cambio social mediante procesos de transformación que remiten, como se irá desgranando a lo largo de este subapartado, a conceptos críticos con las prescripciones neoliberales (vulnerabilidad, interdependencia). El emprendimiento se piensa como algo necesariamente colectivo, compartido, que se hace desde la colaboración:

“Están haciendo una comunidad muy bonita, están compartiendo la economía dentro de las personas que están dentro de la institución, o sea, las que trabajan en un hospital y las que están fuera en la asociación, trabajando con las personas como ellos piensan que se debe trabajar, ¿no? Y comparten la economía, lo cual les da mucha sostenibilidad, ¿no?”. EA3E1.

Las alusiones al cambio cultural y social mediante la colaboración aparecen especialmente en las narraciones de las emprendedoras que han participado en programas del tercer sector, y pueden entenderse como reivindicaciones de un empoderamiento como sujeto colectivo. El emprendimiento se convierte en un medio para generar conexiones con personas con inquietudes y aspiraciones similares, que comparten miradas críticas respecto a las maneras más comunes de hacer sociedad y a los mandatos despolitizados del emprendimiento neoliberal:

“Entonces, son gente que ha visto cómo funciona las cosas y que tiene otra forma, otra idea de hacer las cosas. Yo creo que la sociedad avanza así, ¿no? Con gente que propone otras formas posibles de hacer las cosas”. EA3E1.

Este marco interpretativo supone un énfasis en la interdependencia, en la creación de redes de apoyo y conexiones a través del emprendimiento. La promoción de la agencia individual queda condicionada por la integración de una mirada que vectorice una rearticulación de los valores emprendedores (distanciamiento de las lógicas neoliberales) y de la sociedad en su conjunto, conectando el cambio social con un abordaje colectivo sobre los problemas sociales. De esta manera, los sentidos que se manejan difieren de los del marco estratégico en que, si bien a través del primer marco se reivindica la necesidad de crear redes y espacios de emprendedoras, se moviliza un lenguaje terapéutico de empresarización individual que no aparece en el marco de la interdependencia. Este segundo marco interpretativo insiste en una

resignificación del emprendimiento —y del modelo de sociedad al que se aspira— mediante la incorporación de conceptos (cuidados, colaboración) que reivindican la dimensión ontológica de la vulnerabilidad y de la interdependencia. El emprendimiento comparte, respecto a los sentidos explorados en el apartado anterior, su condición de vector de transformación social a través de la asociación entre individuos, de la generación de comunidades, si bien el contenido de ese cambio social y la naturaleza de los vínculos sociales se distancia de los sentidos fragmentarios de la comunidad (Rose 1996) y de las propuestas de expansión de las lógicas terapéuticas que sitúan la subjetividad individual como el principal objeto de problematización e intervención:

“El espacio del grupo, ¿no? Juntarte con otras emprendedoras y tener como ese rato, dos ratos a la semana, en los que poder cuidarte con otras, hablar de los diferentes proyectos. Al final, todas nos sabíamos el proyecto de la otra. Entonces se nos ocurrían ideas y estábamos ahí colaborando, ¿no?”. EA3E1. “Que todo el programa sea íntegramente explicado por mujeres [...] y podamos compartir experiencias yo creo que es súper beneficioso, como que te hermana”. EA3E2.

Asimismo, los sentidos movilizados en este marco tienden a alejarse de la fantasía del sujeto omnipotente y autocontenido del discurso hegemónico del emprendimiento, reconociéndose el valor de las relaciones externas al emprendimiento que se tendían a desechar, infravalorar o relegar a una posición secundaria en el marco estratégico. Es decir, las alusiones a la interdependencia se extienden a sujetos que no se erigen necesariamente como pares ni forman parte de las comunidades emprendedoras. Del mismo modo, al igual que en el marco anterior, se detecta la equiparación del proceso de autotransformación a través del emprendimiento (viaje emprendedor) con el cambio hacia un nuevo modelo de sociedad. También se posiciona a las otras emprendedoras y a las formadoras como subjetividades ejemplares a través de las cuales autoevaluarse y optimizarse. No obstante, se enfatiza la necesidad de las redes de apoyo, no desde una perspectiva fundamentalmente dirigida a la automejora individual, de comunidades de autoayuda, sino desde el reconocimiento de la dimensión social de los sujetos, de su inserción en una red de relaciones, de la condición ontológica de la interdependencia y de la vulnerabilidad:

“Sí, pero con determinados apoyos, con muchísimo apoyo de la comunidad [...] también con tu red de apoyo, o sea, con un grupo de amigas o con familia, con gente que esté como apoyándote. ¿no? No solo a nivel económico, sino también a nivel emocional, porque me parece un proceso bastante duro”. EA3E1.

"O sea, que al final necesitas más gente, aunque, a ver: una persona sola lo puede hacer, pero ¡uf! Creo que es demasiado, es muchísimo riesgo". EA3E4.

Por otro lado, también se detecta el reconocimiento de la interdependencia, de la vulnerabilidad y de la carencia (económica, de conocimiento) en la preferencia por un emprendimiento conjunto, remitiéndose a ideas ubicadas en marcos feministas (Herrero 2021). Estas cualidades no son necesariamente interpretadas como debilidades que han de ser subsanadas mediante un constante trabajo sobre sí, sino como condiciones inherentes a los sujetos. Si bien, en el marco anterior, las relaciones con las pares tienden a justificarse y pensarse como elementos estratégicos y funcionales al propio proceso de transformación individual (sobre el que recae la responsabilidad del cambio social), en este caso, la responsabilidad del cambio social se comparte, se hace parte del colectivo, recombiniéndose, al mismo tiempo, con el mandato de la autotransformación individual. Asimismo, en este marco, se apela a la autorrealización, pero de manera colectiva, modificándose algunos de los significados que apelan exclusivamente a una retórica individualista. En esta línea, los recursos (el conocimiento, económicos) se interpretan como un bien colectivo que ha de estar dirigido hacia un cambio social:

"La idea de construir algo con mis amigas, con gente que son brillantes, súper inteligentes, cada una en su área, ¿no? Y la idea de que podíamos construir algo juntas y que funcionara, pues sí, o sea, como que me ha hecho vislumbrar que existe una forma de futuro en la que esto puede pasar, ¿no? No sé, sí yo siento que me transformé muchísimo la idea de ver [...] sí me hizo ver que era posible". EA3E1.

"Pues comenzar un proyecto desde cero, con tus ideas, tus recursos, o sea, no sola, sino mucho mejor con más gente, ¿no? Y tirando de los recursos propios que tiene cada uno, tanto económicos como de conocimiento y ponerlo en marcha al servicio pues de la comunidad". EA3E4.

Por último, la interdependencia y el reconocimiento de los propios límites, que se presenta como una condición esencial de los individuos, también se formula en interacción con la responsabilidad de sí cuando surge la necesidad de movilizar las redes de afectos:

"No te exigen día a día ser creativa. ¿no? A todas las horas y, pues también, un poco de sentirse vulnerable, no hace falta ser muy confiada en ti misma todo el rato, ¿no?". EA3E4.

"Yo sola no puedo tirar del carro, entonces necesito como un apoyo mayor por parte de mis compañeros [...] hacer yo, organizarnos nosotras como toda la metodología, toda la organización, la intervención". EA3E2.

"Si es una persona que le falta dinero, pues tendrá que buscar algún apoyo económico; si es una persona que le falta cierto conocimiento en cómo se elabora un producto o un servicio, pues tendrá que buscar apoyo en ese sentido". EA3E4.

CONCLUSIONES

A lo largo del análisis, se han distinguido dos marcos interpretativos (estratégico y de la interdependencia) con los que las emprendedoras entrevistadas dan sentido a las relaciones sociales con sus pares y con sujetos en diferentes posiciones institucionales dentro del dispositivo emprendedor. Si bien existen puntos en común y convergencias entre estos marcos interpretativos, la centralidad explicativa y los sentidos manejados en cada uno de ellos difieren. Asimismo, estos marcos, a pesar de ser movilizados con más frecuencia en los discursos de las usuarias de determinados programas y espacios (el marco estratégico es aludido con mayor frecuencia por las entrevistadas en los grupos autogestionados y de los programas impulsados por las administraciones, mientras que el marco de la interdependencia es aludido con mayor frecuencia en los programas del tercer sector), son transversales a todas las narraciones recogidas en torno a las vivencias y experiencias emprendedoras. Esto refleja la polisemia (e incluso las paradojas) en los modos de entender el vínculo social en el emprendimiento.

Por un lado, las asunciones y sentidos del marco estratégico remiten a la capitalización de sí a través de una autoproblematización ética, ubicando la subjetividad individual como principal objeto de intervención. De esta manera, si bien el reconocimiento de la necesidad de otras personas supone el distanciamiento de una retórica emprendedora individualizante, vinculada a una racionalidad política neoliberal, los significados que adquieren y vertebran las relaciones sociales tienden hacia lógicas terapéuticas que suponen una vuelta (transformadora) a una misma como origen y solución de las problemáticas vivenciadas. Esta formulación es fundamentalmente deudora de una noción de sujeto omnipotente, autotransparente y autocontenido que dificulta movilizar y acceder a marcos interpretativos que habiliten una mirada política de la vulnerabilidad. Como parte de este marco, los grupos de emprendedoras y el acompañamiento actúan como comunidades de autoayuda que facilitan el autoexamen y el diagnóstico de las propias carencias o defectos, los cuales han de ser superados en pos de una transformación individual que, a su vez, conduciría a la posibilidad de una transformación social. De este modo, las relaciones se significan de manera ambivalente, pues si bien se reconoce su valor

para paliar la soledad y la desubicación, también se piensan como oportunidades para la capitalización de sí a través de la transformación individual, habilitada por medio del autoexamen. Esto deriva en una concepción fragmentaria de las comunidades. Asimismo, esas alusiones a la empresarización de las subjetividades, en interacción con los mandatos de género, pueden dar lugar a una transformación de los significados y sentidos de la feminidad desplegados en las interacciones situadas. Esto, en cuanto que se incorporarían demandas vinculadas a la productividad y la capitalización, así como a marcos economicistas e individualizantes en las maneras de pensarse a una misma y a las relaciones con las demás personas.

Por otro lado, en el marco de la interdependencia se detecta una crítica más radical a los mandatos neoliberales y al sujeto autocontenido y omnipotente (y sus premisas individualizantes) del discurso hegemónico del emprendimiento. Se subraya la dimensión colectiva y colaborativa del emprendimiento, así como la relevancia del apoyo mutuo como condición de potencia. Esto implica la resemantización del emprendimiento de la retórica neoliberal, en tanto que esta potencia no emana del individuo heroico, sino del apoyo entre individuos. Dicho apoyo y necesidad mutua se conciben desde una aproximación que asume la vulnerabilidad, las limitaciones y la necesidad de otras personas como condición ontológica de los sujetos. En esta línea, como parte de los sentidos movilizados en este marco, si bien el emprendimiento se concibe como un vector de cambio social e individual (al igual que en el anterior), dicho cambio apela a la potencia colectiva y al reconocimiento de la necesidad mutua. Al mismo tiempo, se distancia de las lógicas mercantilistas y terapéuticas que, en última instancia, se vinculan a la autoproblematización y el beneficio individual. En su lugar, son más comunes las referencias a problematizaciones colectivas sobre los problemas sociales. También conviene apuntar que se detecta un ejercicio de (re)valorización de las cualidades y maneras de relacionarse (desde el reconocimiento de la vulnerabilidad, de las propias carencias) que se distancia de la empresarización de la feminidad presente en el marco estratégico. De este modo, las alusiones mencionadas, especialmente en este marco interpretativo, pueden entenderse como parte de un proyecto de resistencia cultural y distanciamiento reflexivo de imaginarios neoliberales.

Por último, y a pesar de las potencialidades de este estudio, tanto de su marco analítico como del abordaje metodológico, para futuras investigaciones sería interesante continuar ahondando en las maneras en las que se (re)producen o cuestionan interpelaciones identitarias emprendedoras a través de un trabajo de observación etnográfica que permita analizar la puesta en práctica situada de los marcos interpretativos aquí señalados, como parte de las

interacciones llevadas a cabo en las comunidades emprendedoras.

DECLARACIÓN DE CONFLICTOS DE INTERESES

La autora de este artículo declara no tener conflictos de intereses financieros, profesionales o personales que pudieran haber influido de manera inapropiada en este trabajo

FUENTES DE FINANCIACIÓN

Esta investigación se ha desarrollado en el marco del proyecto “El emprendimiento como estrategia de lucha contra el desempleo juvenil: de la política institucional a la experiencia y vivencia de los sujetos”, financiado por el Ministerio de Economía, Industria y Competitividad. Plan Nacional: CSO2017-82839-P.

DECLARACIÓN DE CONTRIBUCIÓN DE AUTORÍA

Carlota Carretero García: conceptualización, análisis formal, investigación, metodología, redacción – borrador original, redacción – revisión y edición.

BIBLIOGRAFÍA

- Ahl, Helene y Susan Marlow. 2012. “Exploring the Dynamics of Gender, Feminism and Entrepreneurship: Advancing Debate to Escape a Dead End?”. *Organization* 19 (5): 543-62. <https://doi.org/10.1177/1350508412448695>.
- Ahl, Helene y Susan Marlow. 2021. “Exploring the False Promise of Entrepreneurship through a Postfeminist Critique of the Enterprise Policy Discourse in Sweden and the UK.”. *Human Relations* 74 (1): 41-68.
- Ahmed, Sara. 2019. *La promesa de la felicidad. Una crítica cultural al imperativo de la alegría*. Buenos Aires: Caja Negra.
- Alonso, Luis Enrique. 1988. “Entre el pragmatismo y el pansemilogismo: notas sobre los usos (y abusos) del enfoque cualitativo en sociología”. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas* (REIS) 43/88: 157-168.
- Alonso, Luis Enrique. 1995. “Sujeto y discurso: el lugar de la entrevista abierta en las prácticas de la sociología cualitativa”. Pp. 225-240 en *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales*, compilado por José Manuel Delgado y Juan Gutiérrez-Fernández. Madrid: Editorial Síntesis.
- Alonso, Luis Enrique y Carlos Jesús Fernández Rodríguez. 2011. “La innovación social y el nuevo discurso del management: limitaciones y alternativas”. *ARBOR, Ciencia, pensamiento y cultura* 187(752): 1133-1145.
- Amigot Leache, Patricia y Carlota Carretero García. 2023. “Mujeres y emprendimiento. La declinación de género de la racionalidad neoliberal”. Pp. 217-245 en *Género y poder. Exploraciones situadas en el sistema colonial-moderno*, compilado por Liliana Vargas y Margot Pujal. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Amigot-Leache, Patricia; Carlota Carretero-García y Amparo Serrano-Pascual. 2023. “The limits of ‘no limits’: Young women’s entrepreneurial performance and the gendered conquest of the self”. *ETHOS*, 51(3), 1-20. <https://doi.org/10.1111/etho.12398>.

- Bakas, Fiona-Eva. 2017. "Community resilience through entrepreneurship: the role of gender", *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy* 11(1): 61-77 .
- Boeri, Natascia. 2018. "Challenging the gendered entrepreneurial subject: gender, development and the informal economy in India". *Gender and Society* 32(2): 157-179.
- Bourdieu, Pierre. 2001a. *¿Qué significa hablar? Economía de los intercambios lingüísticos*. Madrid: Akal Ediciones.
- Bourdieu, Pierre. 2001b. *Poder, derecho y clases sociales*. Bilbao: Editorial Desclée de Brouwer.
- Bröckling, Ulrich. 2016. *The Entrepreneurial Self. Fabricating a New Type of Subject*. London: Sage.
- Bruni, Attila, Silvia Gherardi y Barbara Poggio. 2004. "Doing Gender, Doing Entrepreneurship: An Ethnographic Account of Inter-twined Practices". *Gender, Work and Organization* 11(4): 407-429.
- Brunila, Kristiina. 2012. "A Diminished self: an entrepreneurial and therapeutic ethos operating with a common aim". *European Educational Research Journal* 11(4): 477-486.
- Budig, Michelle J. 2006. "Gender, self-employment and earnings. The interlocking structures of family and professional status". *Gender and Society* 20 (6): 725- 753.
- Byrne, Christopher. 2017. "Neoliberalism as an Object of Political Analysis: An Ideology, a Mode of Regulation or a Governmentality?". *Policy and Politics* 45 (3): 343-60.
- Calás, Marta B., Linda Smircich y Kristina A. Bourne. 2009. "Extending the boundaries: reframing "entrepreneurship as social change" through feminist perspectives". *Academy of Management Review* 34(3): 552-569.
- Cano, Virginia. 2018. "Solx no se nace, se llega a estarlo. Ego-liberalismo y auto-precarización afectiva". Pp- 27-38 en *Los feminismos ante el neoliberalismo*, compilado por Isabell Lorey, Virginia Cano, Florencia Minici e Ileana Arduino. Adrogué: La Cebra & Latfem.
- Carretero-García, Carlota y Amparo Serrano-Pascual. 2022. "Promotion Programs for Women's entrepreneurship in Spain: a 'transformational entrepreneurial journey'". *Social Politics. International Studies in Gender, State & Society* 29(33): 880-906, <https://doi.org/10.1093/sp/jxab021>.
- Crespo, Eduardo y Amparo Serrano. 2012. "La psicologización del trabajo: la desregulación del trabajo y el gobierno de las voluntades". *Teoría y Crítica de La Psicología* 2: 33-48.
- Fairclough, Norman y Ruth Wodak. 1997. "Critical Discourse Analysis". Pp. 258-284 en *Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction*, compilado por T. van Dijk. London: Sage.
- Freeman, Carla. 2014. *Entrepreneurial Selves: Neoliberal Respectability and the Making of a New Caribbean Middle Class*. Durham, NC: Duke University Press.
- Foucault, Michel. 2012. *Nacimiento de la biopolítica*. Madrid: Akal.
- Gill, Rosalind. 2017. "The Affective, Cultural and Psychic Life of Postfeminism: A Postfeminist Sensibility 10 Years On". *European Journal of Cultural Studies* 20(6):606-26.
- Gill, Rosalind y Shani Orgad. 2017. "Confidence Culture and the Remaking of Feminism.". *New Formations* 91: 16-34.
- Gill, Rosalind y Christina Scharff. 2011. *New Femininities: Postfeminism, Neoliberalism and Subjectivity*. Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan.
- Gilligan, Carol. 1982. *In a different voice psychological theory and women's development*. Cambridge: Harvard University Press.
- Hanson, Susan y Megan Blake. 2009. "Gender and Entrepreneurial Networks". *Regional Studies* 43(1):135-149. DOI: 10.1080/00343400802251452.
- Herrero, Yayo. 2021. "Miradas ecofeministas para transitar a un mundo justo y sostenible". *Revista de Economía Crítica* 2(16): 278-307.
- Hartmann, Martin y Axel Honneth. 2006. "Paradoxes of Capitalism". *Constellations: An international Journal of Critical and Democratic Theory* 13(1): 41-58.
- Helman, Sara. 2018. "Turning welfare-reliant women into entrepreneurs: employment readiness workshops and the constitution of the entrepreneurial self in Israel". *Social Politics: International Studies in Gender, State & Society* 26(1): 116-138.
- Hernando, Almudena. 2012. *La fantasía de la individualidad. Sobre la construcción sociohistórica del sujeto moderno*. Buenos Aires: Katz Editores.
- Honneth, Axel. 2006. "El reconocimiento como ideología". *Isegor*, 35: 129-150.
- Illouz, Eva. 2020. *El fin del amor. Una sociología de las relaciones negativas*. Buenos Aires: Katz.
- Kelly, Peter. 2006. "The entrepreneurial Self and 'Youth at-risk': Exploring the horizons of identity in the twenty-first century". *Journal of Youth Studies* 9 (1): 17-32.
- Lakoff, George. 2007. *No pienses en un elefante: lenguaje y debate político*. Madrid: Editorial Complutense.
- Laval, Christian y Dardot, Pierre. 2013. *La nueva razón del mundo: Ensayo sobre la sociedad neoliberal*. Barcelona: Gedisa.
- Marlow, Susan. 2020. "Gender and Entrepreneurship: Past Achievements and Future Possibilities". *International Journal of Gender and Entrepreneurship* 12 (1): 39-52.
- Martín-Criado, Enrique. 2014. "Mentiras, inconsistencias y ambivalencias. Teoría de la acción y análisis del discurso". *Revista Internacional de Sociología (RIS)* 72 (1):115-138.
- McRobbie, Angela. 2004. "Post-Feminism and Popular Culture". *Feminist Media Studies* 4(3): 255-64.
- Medina-Vicent, Maria. 2018. "Mujeres y emprendimiento a través de Lean In: una perspectiva crítica". *Cuadernos De Relaciones Laborales* 36(2): 305-323. <https://doi.org/10.5209/CRLA.60699>.
- Medina-Vicent, Maria. 2020. "La difusión del lenguaje terapéutico a través de la literatura gerencial y de autoayuda". *AGORA. Papeles de Filosofía* 39(2):33-58.
- Nijkamp, Peter. 2003. "Entrepreneurship in a modern network economy". *Regional Studies* 37, 395-405.
- Observatorio del Emprendimiento de España (2023): *Global Entrepreneurship Monitor. Informe GEM España 2022-2023*. Ed. Universidad de Cantabria.
- Ortiz García, Pilar y Ángel Olaz Capitán. 2018. "Factores competenciales en el emprendimiento de la mujer". *Revista Española de Sociología (RES)* 27(3):413-432.
- Rose, Nikolas. 1990. *Governing the Soul: The Shaping of the Private Self*. Londres: Routledge.
- Rose, Nikolas. 1996. "The death of the social? Re-configuring the territory of government". *Economy and Society* 25(3):327- 356
- Rottenberg, Catherine. 2018. "Women who work: the limits of the neoliberal feminist paradigm". *Gender, Work & Organization* 26(8): 1073-1082- <https://doi.org/10.1111/gwao.12287>.
- Santos, Antonio. 2018. "La revolución emprendedora como política de activación y creación de nuevas

- subjetividades entre los jóvenes”. Pp 19-44 en *Ciencias Laborales y emprendimiento*, compilado por Francisco Cano, Ricard Calvo, Ricard y Juan Rodríguez. Valencia: Neopatria.
- Santos Ortega, Antonio; Amparo Serrano-Pascual y Efrén Borges. 2021. “El dispositivo emprendedor: Interpelación ética y producción de nuevos sujetos del trabajo”. *Revista Española De Sociología*, 30(3): a62. <https://doi.org/10.22325/fes/res.2021.62>
- Scharff, Christina. 2016. “The Psychic Life of Neoliberalism: Mapping the Contours of Entrepreneurial Subjectivity”. *Theory, Culture and Society* 33(6): 107-122.
- Serrano-Pascual, Amparo y Paz Martín- Martín. 2017. “From “employability” to “entrepreneuriality”: Youth in the spotlight in times of crisis”. *Journal of Youth Studies* 1(4): 798-821.
- Serrano-Pascual, Amparo y Carlota Carretero-García. 2022. “Women’s entrepreneurial subjectivity under scrutiny: Expert knowledge on gender and entrepreneurship”. *Gender, Work & Organization* 29(2), 666-686. <https://doi.org/10.1111/gwao.12806>.
- Van Dijk, Teun A. 2016. “Análisis Crítico del Discurso”. *Revista Austral de Ciencias Sociales* 30: 203-223.
- Yoong, Melissa. 2020. *Professional Discourses, Gender and Identity in Women’s Media*. Cham. Palgrave Pivot.
- Zafra, Remedios. 2017. *El entusiasmo. Precariedad y trabajo creativo en la era digital*. Barcelona: Anagrama.