

FEMINISMO VS NEOLIBERALISMO: UNA REFLEXIÓN CRÍTICA SOBRE EL LIDERAZGO EMPRESARIAL DE LAS MUJERES¹

*FEMINISM VS NEOLIBERALISM: A CRITICAL REFLECTION ON
WOMEN'S BUSINESS LEADERSHIP*

Maria Medina-Vicent

Universitat Jaume I; medinam@uji.es

Resumen

Palabras clave

Género
Liderazgo
Neoliberalismo
Feminismo

En el presente escrito se presenta una recensión de la tesis doctoral *Género y management en el marco neoliberal. Un análisis crítico para la emergencia de liderazgos feministas*, basada en el diálogo interdisciplinar entre ética empresarial, filosofía feminista, sociología, *Critical Management Studies* y estudios del liderazgo para reflexionar en torno a las posibilidades de articular un liderazgo feminista en un marco de acusado neoliberalismo. El objetivo es identificar el modelo de mujer líder predominante en el ámbito empresarial para articular principios de acción que permitan repensar el espacio de las organizaciones hacia la consecución de la igualdad. La hipótesis es que el modelo de mujer líder divulgado a través de la literatura gerencial contiene un carácter esencialista que reproduce las dicotomías de género y el modelo del *homo oeconomicus*. Los resultados revelan que sí prevalece una deriva neoliberal en el modelo de mujer líder divulgado por dicha literatura.

Abstract

Keywords

Gender
Leadership
Neoliberalism
Feminism

In the present article a review of the doctoral thesis *Gender and management within the neoliberal framework. A critical analysis for feminist leaderships to emerge* is presented. This thesis builds a dialectic space among business ethics, feminist philosophy, sociology, critical management studies and leadership studies to reflect on the possibilities of articulating a feminist leadership in a framework of accused neoliberalism. The objective is to identify this model and to reflect on the possibility of configuring principles of action which, based on the gender perspective, allow us to rethink the space of organizations to achieve equality. The hypothesis is that the women leader model, divulged through the popular management literature, contains an essentialist character that reproduces the gender dichotomies and the *homo oeconomicus* rationality. The results reveal that a neoliberal drift prevails in the women's leadership model disclosed in popular management literature.

Medina-Vicent, Maria (2019). Feminismo vs Neoliberalismo: una reflexión crítica sobre el liderazgo empresarial de las mujeres. *Athenea Digital*, 19(2), e2441. <https://doi.org/10.5565/rev/athenea.2441>

Fecha de publicación: 25-06-2019

Introducción

Esta investigación parte de un trabajo previo titulado *Liderazgo femenino: un modelo transformacional frente al paradigma de la organización tradicional* (Medina-Vicent, 2013), en el que se estableció una primera reflexión sobre el liderazgo y la presencia de las mujeres en la empresa. A través de la realización del mismo se pudieron constatar

¹ Este estudio se inscribe dentro del Proyecto de Investigación Científica y Desarrollo Tecnológico FFI2016-76753-C2-2-P, financiado por el Ministerio de Economía, Industria y Competitividad del Gobierno de España. Esta tesis doctoral ha recibido el Premio de la Real Academia de Doctores de España 2018 en la categoría de Humanidades.

dos ideas centrales que son la base de la que parte la presente tesis doctoral. En primer lugar, que la igualdad de género es una demanda de justicia social válida y vigente, ya que todos los ámbitos sociales están atravesados por un sesgo androcéntrico que dificulta la igualdad entre mujeres y hombres. En segundo lugar, que los espacios de poder, también en el ámbito empresarial, están mayoritariamente copados por hombres. Por tanto, es un ámbito de reflexión oportuno para la búsqueda de la igualdad.

Además, el carácter global de nuestra sociedad subraya el papel decisivo de la empresa a la hora de impulsar cambios en las dinámicas sociales. Desde esta perspectiva, la desigualdad de género es una cuestión estructural que debe ser abordada por la gestión empresarial. Fruto de esta situación surge la necesidad de reflexionar acerca de una ética aplicada a la empresa, que la entienda como un ente cambiante que debe enfrentarse a los retos sociales. Así pues, esta tesis doctoral se inscribe en la tradición ética de la Escuela de Valencia, que desarrolla una propuesta de ética empresarial basada en la ética discursiva de Jürgen Habermas y Karl Otto Apel. Además, se inscribe dentro de la tradición feminista constructivista que nos permite aproximarnos a dicho espacio desde la perspectiva de género, que es siempre crítica y contiene una intención de transformación estructural. Así pues, uno de los retos de este trabajo es articular un diálogo fructífero y equilibrado entre ambas perspectivas.

A la hora de integrar un valor como la igualdad en la gestión empresarial, el papel de la dirección o gerencia es transcendental. Sin embargo, si tenemos en cuenta que existe una masculinización en el poder empresarial, podemos preguntarnos acerca de su influencia en el desarrollo de modelos de liderazgo que se sitúen más allá de la norma masculina. Es en este sentido en el que resulta clave aproximarse críticamente al fenómeno del liderazgo de las mujeres en la empresa. Por esta razón, la base central de esta tesis doctoral es identificar el marco normativo que da sentido al modelo de mujer líder demandado por las empresas en la actualidad, tratando de identificar si dicho modelo puede fomentar una gestión ética que incorpore la igualdad como un valor central, o si, por el contrario, dicho modelo reproduce las dicotomías de género.

Para realizar dicha identificación se analiza una de las herramientas de difusión de las dinámicas de trabajo más efectivas, esto es, la literatura popular del management, gerencial o managerial (Collins, 2000; Fernández Rodríguez, 2007; Greatbatch y Clark, 2003), que contiene un gran carácter moralizante y determina formas “correctas” de gestionar una empresa (Huczynski, 2006; Jackson, 2001). Esta literatura es un reflejo del nuevo espíritu del capitalismo (Boltanski y Chiapello, 2002), que constituye la identidad neoliberal en las sociedades actuales, y reproduce las relaciones de poder y jerarquías de dicho sistema, así como sus valores, creencias y prescripciones. El análisis del discurso de la literatura popular del *management* se basa en la metodología de

la *Appraisal Theory* o Teoría de la Valoración desarrollada principalmente por James Martin y Peter White, que se expondrá más adelante.

La hipótesis de partida es que el modelo de mujer líder que se divulga a través de la literatura gerencial dirigida a mujeres, tiene un carácter esencialista y excluyente que reproduce las dicotomías de género y el modelo racional del *homo oeconomicus*, impidiendo el desarrollo de una gestión empresarial ética. De este modo, la originalidad de este trabajo reside en la creación de una mirada propia desde la que abordar las posibilidades de fundamentar un espacio empresarial que camine hacia la igualdad, a través del liderazgo feminista. Dicha mirada se construye mediante un diálogo interdisciplinar entre la ética empresarial, la filosofía feminista, la sociología, los *Critical Management Studies* y los estudios del liderazgo. La perspectiva de género es el hilo transversal que permite establecer puentes de unión entre disciplinas tan diversas.

La tesis doctoral se conforma de tres bloques. En el primero se realiza una reflexión ética de las organizaciones empresariales desde la perspectiva de la ética empresarial dialógica y la teoría de los *stakeholders* (Conill, 2004; Cortina, 1994; García-Marzá, 2004; González-Esteban, 2007). En el segundo bloque, se analiza el modelo de liderazgo asociado a las mujeres a través de la literatura popular del management. Para establecer una definición de dicha literatura, las obras de los sociólogos Luis Enrique Alonso y Carlos Jesús Fernández Rodríguez (2013a, 2013b, 2013c, 2018), Luc Boltanski y Ève Chiapello (2002), y de autores pertenecientes a los *Critical Management Studies* como Brad Jackson (2001), David Collins (2000), Marta Calás y Linda Smircich (1992, 2003), han resultado vitales. En el tercer bloque, se establece una crítica desde el feminismo al modelo de mujer líder neoliberal derivado del análisis anterior. En este bloque las aportaciones de Catherine Rottenberg (2013, 2014), Christina Scharff (2016a), Rosalind Gill (2007, 2008), Angela McRobbie (2011, 2015), Judith Butler (1990, 2004, 2015) y Nancy Fraser (2015, 2016) han sido claves.

En resumen, la relevancia y el interés científico de esta tesis doctoral residen en el tratamiento de una problemática social como es la desigualdad de género en el mundo empresarial. Concretamente, en los modelos de liderazgo que son asociados a las mujeres en el seno de los discursos gerenciales, tan presentes en la esfera social. Aunque nuestra aportación es modesta, establece un pequeño punto de partida para seguir reflexionando sobre las posibilidades de fundamentar un espacio empresarial que camine hacia la ética y la igualdad, a través del diálogo entre la ética empresarial, la filosofía feminista, la sociología, los CMS y los estudios del liderazgo.

La ética de las organizaciones empresariales

El objetivo que aquí se plantea carece de sentido sin un marco de reflexión ética que entienda a las empresas como entes morales capaces de hacerse responsables de sus propias decisiones (Conill, 2003; Cortina, 2013; García-Marzá, 2004). En una sociedad con carácter global las empresas tienen un papel decisivo a la hora de impulsar cambios en las dinámicas sociales. Desde esta perspectiva, la desigualdad de género es una cuestión estructural que debe ser abordada por la gestión empresarial (García-Marzá, 1999). Fruto de esta situación surge la necesidad de reflexionar acerca de una ética aplicada a la empresa que entre en diálogo con las bases del feminismo. Y es que entendemos que cuanto más integrada esté la ética en la gestión empresarial, más facilidades habrá para promover la igualdad de género en su seno (Medina-Vicent, 2017).

Por esta razón, en el primer bloque se ha llevado a cabo la fundamentación teórica y moral de la tesis doctoral a través de una aproximación a la ética de las organizaciones empresariales comprendida en el marco de una sociedad globalizada. El principal objetivo de este bloque se ha centrado en establecer un marco de sentido referente a las características del escenario global, donde encontramos realidades como la mundialización de las injusticias, la crisis financiera, la permanencia de una racionalidad económica autointeresada y la desigualdad de género (Barker y Feiner, 2004; Conill, 2003; Izquierdo, 2000). Este escenario nos invita a razonar sobre la necesidad de construir una ética aplicada al ámbito económico y empresarial, que permita abordar los problemas actuales con justicia y desde la perspectiva de género.

En el primer capítulo se han tratado dos de los rasgos que caracterizan a las sociedades occidentales actuales. Esto es, el triunfo de la razón instrumental que deviene del proceso de separación entre ética y economía desarrollado durante la Modernidad (Conill, 2004, 2006), y el modelo de sujeto-ciudadano universal, sobre el que se erige el concepto de ciudadanía moderna (Benhabib, 2006; Benhabib y Cornell, 1990; Fraser, 1990; Pateman, 1995). Se trata de dos realidades interconectadas que condicionan nuestra concepción de la economía, y el papel que ocupan mujeres y hombres en la sociedad y el mundo del trabajo (Medina-Vicent, 2019). Y es que la desigualdad de género, en su confluencia con el modelo de racionalidad económica basado en el *homo oeconomicus* (Calvo, 2018), dificulta el acceso de mujeres a cargos de relevancia empresarial y la conformación de modelos de liderazgo diversos. Se trata de un problema social que ha sido reconocido por una institución como la UE, que apuesta por la gestión ética de las organizaciones, y la igualdad de género en los cargos de poder.

Una vez reconocida la necesidad social que da sentido a este trabajo, a lo largo del segundo capítulo hemos partido de las aportaciones de la Escuela de Valencia, para

afirmar la necesidad de reconocer el carácter moral de las organizaciones empresariales como primer paso para construir una ética empresarial. Y esta ética aplicada al ámbito empresarial no es solamente una respuesta lógica al proceso expansivo de la globalización, sino una respuesta necesaria ante la desigualdad de género. La tarea emprendida en este capítulo nos ha permitido empezar a dibujar puentes de unión entre una ética empresarial dialógica y los principios del feminismo. Y es que entendemos que cuanto más integrada esté la ética en la gestión empresarial, más facilidades habrá para promover la igualdad de género en su seno.

A través de este reconocimiento hemos concluido, en el tercer capítulo, que la desigualdad de género es una cuestión que no puede ser obviada por parte de la empresa, debido al carácter estructural de la primera y al carácter moral de la segunda. Es decir, como entidad moral, la organización empresarial debe trabajar para revertir las estructuras de poder que perpetúan la desigualdad de género tanto en su seno como en el escenario social. Así, en este capítulo se han desvelado las dificultades u obstáculos, tanto simbólicos como materiales, que encuentran las mujeres a la hora de acceder a la empresa, desarrollar su trabajo en igualdad de condiciones a sus compañeros, así como ascender a cargos de dirección y liderazgo.

El concepto de «sistemas de cooptación» empleado por la filósofa Amelia Valcárcel (1997) ha sido central en este punto, ya que permite desvelar los elementos ideológicos que intervienen en los procesos de selección de personal. Además, la teoría de los *stakeholders* (Freeman, 1984; González-Esteban, 2007; Wicks, Gilbert, y Freeman, 1994) nos ha permitido sostener que la reclamación de igualdad efectuada por parte de los feminismos, siempre va a formar parte de las demandas legítimas a las que debe dar respuesta la empresa.

En resumen, en el primer bloque de esta tesis doctoral hemos reflexionado acerca de las bases sobre las que se sustenta una economía desprovista de valores morales y las estructuras sociales que perpetúan la desigualdad de género. Esta reflexión ha sido la base para centrar nuestro estudio en la desigualdad de género en los altos cargos empresariales. Centrándonos en esta dimensión hemos pretendido acotar nuestro espacio de reflexión con el objeto de identificar uno de los elementos centrales que perpetúan modelos de género dicotómicos en la empresa, esto es, la difusión de un modelo de mujer líder estereotipado a través de las modas gerenciales.

La literatura gerencial y el liderazgo de las mujeres

En este marco resulta central preguntarse acerca de los valores que se están poniendo en juego hoy en día a la hora de promover la presencia de las mujeres líderes en la em-

presa. Es decir, nos interesa identificar el modelo de liderazgo asociado y demandado a las mujeres por parte de los discursos de la gestión predominantes en nuestros tiempos (Fernández-Rodríguez y Medina-Vicent, 2017). De este modo, al identificar dichos valores, estaremos más cerca de discernir si una mayor presencia de las mujeres en la empresa se traduce en una mayor igualdad o si, por el contrario, se perpetúan modelos de género dicotómicos. En el segundo bloque se ha pretendido conocer qué tipo de modelo de liderazgo se asocia a las mujeres en la literatura gerencial, y discernir si éste contiene un sesgo androcéntrico que dificulta la promoción de la igualdad de género y la ética en la empresa.

Dicho bloque da inicio con el cuarto capítulo que se centra en la identificación del discurso de la gestión a través de dicha literatura, así como en una descripción de la misma como parte del discurso empresarial sobre la presencia de las mujeres en la empresa. Cabe destacar que esta literatura evoluciona en función de los cambios sociales, económicos, políticos e incluso tecnológicos que se dan a lo largo de la historia. En la actualidad, esta literatura tiene una gran semejanza con las obras de autoayuda, y sus prescripciones contribuyen a la mercantilización de los individuos en base a la lógica de la autoexplotación (Laval y Dardot, 2013). Las premisas que se derivan de dicho discurso influyen en la dirección empresarial, hecho que nos empuja a preguntarnos sobre los riesgos que entraña la influencia del discurso gerencial en la promoción de la igualdad de género en las organizaciones empresariales.

Como se acaba de señalar, la literatura popular del management, managerial o gerencial difunde las modas de gestión principalmente entre la clase directiva empresarial, pero también al resto de la sociedad (Collins, 2000; Huczynski, 1993; Jackson, 2002). Al igual que los discursos gerenciales, sus prescripciones varían en función de los cambios que se producen en el contexto mercantil. Dicha literatura agrupa un conjunto de ideas presentes en el pensamiento económico y determina/influye/refleja la actuación del/la directivo/a de la organización empresarial moderna. Se trata de obras que suelen encontrarse en las librerías bajo el epígrafe “libros de empresa”, y aunque se centren en temáticas relacionadas con un aspecto concreto de los negocios, lo hacen desde una “perspectiva muy generalista, más cercana a unos principios de acción (una filosofía de la tarea, si se quiere denominar así) que a acciones concretas (dado que cada compañía tendrá una problemática particular)” (Alonso y Fernández Rodríguez, 2013a, p. 46).

A su vez, los contenidos de esta literatura permiten de algún modo justificar la posición de superioridad de la élite managerial, configurada como una élite en las sociedades occidentales actuales, tanto en la estructura empresarial como en el imaginario colectivo de la ciudadanía (Abrahamson, 1991). Es decir, las ideas y prescripciones

que podemos encontrar en la literatura managerial están directamente relacionadas con la profesión de los/as managers y el entorno laboral en el que se inscriben. Pero no solamente esto, sino también con la imagen del gerente y directivo de éxito como aquel modelo en el que nos tenemos que reflejar. Dichos profesionales se encargarán de traducir las premisas de gestión de la literatura a la práctica (Gowler y Legge, 1991), por esta razón son tan importantes las prescripciones que se lanzan desde este tipo de obras. Para poder desarrollar estas funciones, antes deberán conseguir la adhesión de las personas subordinadas a la consecución de los objetivos manageriales (Weick, 1995), tarea que se consigue con la difusión de la ideología managerial a través de dicha literatura. Esta difusión ideológica también va unida a la consecución de la adhesión por parte de la ciudadanía, al orden económico neoliberal, y a la lógica del “empresario de uno mismo” (Foucault, 2007; Muñoz-Rodríguez y Santos-Ortega, 2017a, 2017b; Scharff, 2015).

A lo largo del quinto capítulo se ha definido el planteamiento metodológico de la investigación, cuyo objetivo central era el de identificar los valores que vertebran el modelo de mujer líder difundido a través de la literatura gerencial. Para identificar los valores, resulta central atender al lenguaje prescriptivo-imperativo y evaluativo, y a las aseveraciones tajantes sobre las diferencias entre mujeres y hombres, ya que contienen los marcadores enunciativos referidos a comportamientos, acciones y valores.

Nos hemos basado en la Teoría de la Valoración que ofrece un modelo estándar para el análisis de la evaluación en el discurso. Esta teoría surge en el marco de la Lingüística Sistémica-Funcional y explora en qué contextos, de qué manera y qué recursos lingüísticos llegan a expresar, negociar y naturalizar posiciones intersubjetivas e ideológicas de los/as hablantes. El modelo en el que nos hemos basado es el desarrollado por James Martin y Peter White (2005), que diferencia tres subsistemas: la actitud, el compromiso y la gradación. A partir de sus aportaciones, hemos elaborado nuestra propuesta de indicadores para la realización de la investigación.

De forma general, para identificar los enunciados imperativos y prescripciones, nos hemos centrado en los verbos modales que expresan necesidad, obligatoriedad, y recomendaciones. Para identificar el lenguaje evaluativo, nos hemos centrado en aquellos conceptos de los cuales se desprenden apreciaciones y juicios de los/as hablantes. Y para identificar aquellas aseveraciones que revisten un carácter esencialista y aquellas que cuentan con un carácter constructivista, nos hemos remitido a conceptos que evidencian ambos caracteres.

El corpus inicial se compone de ciento cincuenta obras de las cuales se ha seleccionado una muestra final en base a cuatro criterios de selección. En primer lugar, un

criterio cronológico referido a obras editadas en el período 2010-2015. En segundo lugar, un criterio geográfico referido a obras editadas en el ámbito anglosajón. En tercer lugar, se ha tenido en cuenta la popularidad y prestigio de los/as autores/as. Por último, las críticas recibidas por las obras en periódicos y revistas de renombre, así como de otros/as autores/as de prestigio. La muestra final seleccionada a través de dichos criterios se conforma de cinco obras que se pueden consultar a continuación:

- *Mistakes I Made at Work: 5 Influential Women Reflect on What They Got Out of Getting It Wrong* (Bacal, 2014).
- *Work with Me. How Gender Intelligence Can Help you Succeed at Work and in Life* (Annis y Gray, 2013).
- *How Women Lead: The 8 Essential Strategies Successful Women Know* (Hadary y Henderson, 2013).
- *Who Says It's a Man's World: The Girls' Guide to Corporate Domination* (Bennington, 2013).
- *Lean In: Women, Work and the Will to Lead* (Sandberg, 2013).

A lo largo del sexto capítulo se han establecido las principales conclusiones derivadas del análisis del discurso. Para empezar, cabe señalar que la literatura popular del *management* dirigida a mujeres se caracteriza por un tono psicologista, aspiracional y despolitizado. Se trata de premisas que funcionan de forma interconectada para crear un discurso relacionado con la presencia de las mujeres en la empresa de corte conservador, y que nos remite a una concepción acrítica de la desigualdad de género en dicho ámbito. El carácter psicologista se refiere a que los consejos que se edifican en estas obras remiten a cambios que las mujeres deben realizar en su interior. Dicho carácter se une a otro aspiracional mediante el que se insta a las mujeres a un cambio sustancial en sus actitudes, definiendo metas que se pueden alcanzar de forma individual y no colectiva. Ambos componentes confluyen para crear un discurso acrítico y despolitizado por lo que respecta al estado de la igualdad de género en las empresas y a la construcción de modelos de liderazgo que sean realmente transformadores.

Por esta razón, no es de extrañar que cuestiones como la maternidad, la conciliación, la igualdad salarial o el acceso a cargos de responsabilidad, sean tratadas como cuestiones de autosuperación y elección personal (Ferguson, 2010; Snyder-Hall, 2010; Swirsky y Angelone, 2016; Thwaites, 2017), y no como cuestiones de reivindicación colectiva. Además, los valores prescritos a las mujeres en esta literatura, muestran una tendencia hacia un modelo de liderazgo esencialista y cercano al estereotipo de género femenino tradicional. Los valores identificados se disponen a continuación:

En primer lugar, se asocia a las mujeres un pensamiento relacional frente a otro centrado en la tarea, que supuestamente sería propio de los hombres. Estos rasgos se identifican como tendencias biológicas que harían a ambos grupos procesar la información de forma distinta.

En segundo lugar, se expone la creencia de que las mujeres son más colaborativas que los hombres, que disfrutan del trabajo en equipo y de crear relaciones interpersonales. Así, se seguiría asociando a los hombres un modelo de liderazgo relacionado con la figura del *homo oeconomicus*, y a las mujeres con un modelo de liderazgo más adecuado para los cambios que caracterizan a la economía neoliberal.

En tercer lugar, se sostiene que las mujeres hacen gala de una comunicación mucho más inclusiva y reflexiva; mientras que los hombres contarían con una comunicación directa, breve y unidireccional. Además, se cree que el estilo de comunicación de las mujeres puede contribuir a construir un ambiente de trabajo más inclusivo para todos/as.

En cuarto lugar, encontramos una idea bastante extendida, y es que las mujeres son más emocionales, que se dejan llevar por sus sentimientos y pasiones más a menudo. Se reproduce aquí la lógica dicotómica Razón/Naturaleza inaugurada en la modernidad.

En quinto lugar, la cuestión de la emocionalidad llevaría, supuestamente, a las mujeres a ser más empáticas que los hombres, y consecuentemente, a establecer conexiones más fuertes con los miembros del equipo que dirigen. Valores como el cuidado y la compasión se traen a colación para sostener esta idea.

En último lugar, otra de las características asociadas al estereotipo tradicional femenino, es la capacidad multitarea de las mujeres. El pensamiento holístico y la capacidad de hacer más de una actividad al mismo tiempo, que se destaca en estas obras como propia de las mujeres, y se fundamenta con argumentos neurocientíficos que derivan en gran medida en un fuerte neurosexismo (Reverter-Bañón, 2016, 2017a).

En resumen, mediante el análisis realizado podemos concluir que los valores asociados a las mujeres en el desarrollo de su liderazgo a través de la literatura gerencial son: pensamiento relacional, colaboración, comunicación inclusiva, emoción, empatía y capacidad multitarea. Dichos valores se corresponden con el estereotipo de género femenino tradicional, ya que no aportan ninguna novedad a dicho discurso, además de que los valores identificados son asociados a las mujeres a partir de términos que en el planteamiento de la investigación habíamos identificado como “esencialistas”.

Por tanto, esta especie de “liderazgo femenino” divulgado y prescrito a partir de la literatura gerencial, es una muestra de que la progresiva incorporación de dicho grupo a los cargos de relevancia empresarial, puede esconder una perpetuación de los roles de género dicotómicos (Medina-Vicent, 2015). Atendiendo al marco de significado neoliberal sobre el que se inscribe este trabajo, vemos que se revalorizan cuestiones relacionadas con las mujeres que antes eran menospreciadas en la empresa. Así pues, los valores sí parecen corresponderse directamente con una visión estereotipada y poco transformadora de las mujeres líderes, por tanto, nos atrevemos a afirmar nuestra hipótesis inicial. A partir de esta afirmación, nos planteamos aquí si la permanencia del estereotipo de género femenino en el desarrollo del liderazgo puede propiciar un cambio sustancial en la cultura empresarial que la haga caminar hacia la igualdad.

Aproximación feminista al liderazgo empresarial de las mujeres en el marco neoliberal

En el tercer bloque nos hemos centrado en establecer una crítica feminista al modelo de mujer líder identificado, para abrir paso a la posibilidad de establecer sinergias entre la ética empresarial dialógica y la teoría feminista, en vistas a proponer un modelo de liderazgo que se base en la igualdad, o que pueda abrir paso a la misma. Para esto, en el capítulo siete nos hemos aproximado a la realidad que da sentido al modelo de liderazgo identificado, es decir, la confluencia entre neoliberalismo y feminismo (Medina-Vicent, 2018). Partiendo de una línea de pensamiento foucaultiana que entiende el neoliberalismo como una forma de autogobierno (Foucault, 1975, 2007), consideramos que el modelo de liderazgo identificado influye en la conformación de las subjetividades femeninas, y responde a las exigencias del feminismo neoliberal (Rottenberg, 2013).

Dicho feminismo se refiere a la emergencia de discursos neoliberales en la construcción de los sujetos feministas, que lo despojan de su carácter crítico (Farris y Rottenberg, 2017; Rottenberg, 2013, 2014, 2017). Dicha confluencia adquiere sentido en el postfeminismo (Gill, 2008; McRobbie, 2016; Scharff, 2016b), referido al modo en que selectivamente se define el feminismo como asumido y repudiado a la vez. Ambos son feminismos acomodados que se encuentran muy lejos de la crítica social, ya que legitiman las desigualdades de género situándolas en el pasado y desarticulando la lucha feminista actual. En este marco es en el que la literatura popular del management dirigida a mujeres adquiere su sentido y la divulgación de un modelo de liderazgo de corte esencialista contribuye a una deriva neoliberal del feminismo en el marco de las organizaciones (Gill, Kelan, y Scharff, 2016; Kelan, 2008).

De este modo, hemos comprobado que los discursos del management reproducen viejas dicotomías de género. Una aproximación a los CMS en su intersección con las perspectivas feministas nos ha permitido ver, que también en dicho ámbito, la visión de las organizaciones se ha construido sobre modelos neutrales, una lógica que esconde la realidad desigual de la gestión empresarial y del conocimiento que se genera sobre ella (Jeanes, Knights, y Martin, 2011; Kelan, 2010). A la hora de subvertir los discursos y modelos *mainstream* de la gerencia y el liderazgo que se lanzan desde la literatura gerencial, nos basamos en la teoría de la performatividad de Judith Butler (1990), ya que abre el espacio para abordar el poder del acto de habla para “deshacer” el género y deconstruir las nociones dicotómicas de los roles de género normativos (Jenkins y Finneman, 2017; Reverter-Bañón, 2017b).

En este sentido, Butler plantea que la idea del “sexo” como algo natural se ha configurado dentro de la lógica del binarismo del género y no es una realidad pre-existente a las normas culturales y sociales del sistema patriarcal. Desde nuestro punto de vista, la literatura popular del *management* reproduce esta noción de género normativo y excluyente, que perpetúa las relaciones de poder desiguales. “Deshacer el género” en el sentido butleriano, tanto fuera como dentro de la empresa, es una tarea que busca deconstruir las nociones dicotómicas de los roles de género normativos.

Sin embargo, consideramos que debemos complementar ese “deshacer el género” con la visión de Fraser (2008, 2009, 2015), que nos permite construir un sujeto político del feminismo con un rasgo compartido, esto es, la precariedad. Una precariedad que se reproduce en gran medida en el seno organizacional, un espacio conformado por relaciones de poder en constante tensión, donde las identidades se negocian de forma continua, se hacen y deshacen. Por tanto, tienen posibilidades de replantearse. Mediante el trabajo de Fraser y las reflexiones de Irene Strazzeri (2016) sobre el mismo, hemos reclamado la conformación de un sujeto político feminista que pueda subvertir la realidad desigual tratada a lo largo de la presente tesis. Y es que, de su propuesta de justicia tridimensional basada en el reconocimiento, la representación y la redistribución, se desprende la urgente necesidad de rearticular una lucha feminista que se enfrente a los principios del neoliberalismo.

Así pues, el objetivo principal del capítulo ocho ha sido desvelar que las premisas de un modelo de liderazgo que responde a la lógica neoliberal basada en los valores de la autorrealización, la autoexigencia y el emprendimiento no puede abrir paso a una sociedad más igualitaria, ni tampoco a un ámbito empresarial más ético, ya que anula completamente una visión colectiva de los problemas sociales, desarticulando cualquier posibilidad de lucha feminista (Bargu y Bottici, 2017). De esta manera, al pensar un modelo de liderazgo feminista estamos intentando poner en valor la lucha por la

igualdad, de la que se desprenden valores como: igualdad, equidad, integración, respeto a los Derechos Humanos, integridad física, ausencia de coerción, libre elección, paz, respeto al planeta, diversidad, diferencia, democracia, transparencia, rendimiento de cuentas, y poder compartido, que permiten construir un *ethos* empresarial opuesto a los principios del *homo oeconomicus* y a una noción esencialista del género.

En este sentido, el liderazgo feminista debe trabajar para desarticular las redes de poderes ocultos que operan en la empresa para perpetuar la subordinación de las mujeres y otros grupos. Y es que, el liderazgo feminista persigue el cambio social, y se enmarca en un sentido mayor de actuación antirracista y antisexista (Batliwala, 2010; Shea y Renn, 2017). Por tanto, sea en el ámbito que sea, se elabora un compromiso político que lucha por la justicia social a diferencia de lo que habíamos visto con el modelo de mujer líder de la literatura managerial. Desde nuestra perspectiva, este modelo de liderazgo feminista casaría con una organización cuya gestión se basase en el modelo de ética empresarial dialógica, que pone en diálogo a los grupos afectados por la actividad de la empresa para llegar a acuerdos intersubjetivos, diálogos en que la perspectiva de género debe ser una cuestión central. De este modo, consideramos que la reflexión realizada en este trabajo tiene un impacto potencial en la gestión empresarial y en los modelos de liderazgo que son enseñados a las profesionales. Por tanto, en la confluencia de ambos componentes está la clave para empezar a repensar nuevos modelos de gestión que impacten en la sociedad, transformando las estructuras empresariales basadas en la desigualdad de género.

Limitaciones

Como en todo trabajo de investigación, en el desarrollo de esta tesis doctoral se han encontrado algunas dificultades y limitaciones, que se plantean a continuación. En primer lugar, se ha encontrado la dificultad de establecer un equilibrio correcto en el diálogo interdisciplinar entre ética empresarial, sociología, estudios del *management* y filosofía feminista. La capacidad de gestionar esta dinámica se ha tornado una de las tareas más esenciales de la tesis, ya que nos ha permitido establecer la necesidad moral de pensar la igualdad de género en la empresa, pero también la urgencia de acudir de forma directa a la realidad de los textos para identificar los valores en juego en los discursos del poder. Esta tarea se ha llevado a cabo con el objeto de proponer dinámicas de transformación basadas en las premisas del movimiento por la igualdad.

En segundo lugar, hemos encontrado la dificultad de escoger la metodología sociológica adecuada para los objetivos de esta investigación. La elección de la *Appraisal Theory* o Teoría de la valoración nos ha permitido identificar los elementos textuales

que hacían referencia a los valores que conforman el modelo de mujer líder. Es decir, dicha metodología nos ha permitido afianzar la dimensión moral de los textos y su influencia en los sistemas de comportamiento prescritos a las mujeres en el marco de una sociedad neoliberal. Al mismo tiempo, nos ha permitido comprender cómo los textos influyen y construyen el discurso, así como su legitimación entre el público y la sociedad.

En tercer lugar, esto nos ha llevado a articular un diálogo con la teoría feminista en la denuncia de la lógica neoliberal, que a su vez entra en contacto con las premisas de los *Critical Management Studies*. Aplicar una mirada feminista a la lógica del mundo empresarial ha resultado ser una tarea compleja, pero que nos ha permitido poner en entredicho el discurso “oficial” sobre el liderazgo de las mujeres en dicho espacio. Así pues, nuestro intento por articular la parte crítica de nuestro trabajo, con otra propositiva, nos ha hecho optar por establecer unas directrices generales, y no establecer un modelo cerrado de liderazgo para la emergencia del feminismo en dicho espacio.

Conclusiones

La presente tesis doctoral ha abordado el liderazgo de las mujeres en la empresa desde una perspectiva crítica. Bajo el título *Género y management en el marco neoliberal. Un análisis crítico para la emergencia de liderazgos feministas*, se ha establecido un diálogo entre ética, filosofía, sociología, estudios del *management* y teoría feminista para llegar a una conclusión sobre la preeminencia de los intereses neoliberales en la conformación de un modelo de mujer líder que responda a principios esencialistas, que no permiten una gestión ética de las organizaciones. Pensamos que un estudio como el presentado aquí se vuelve imprescindible en un contexto en que las exigencias neoliberales construyen individuos aislados, despolitizados y auto-suficientes, que rigen sus vidas en base a los criterios del libre mercado (Laval y Dardot, 2013). En este marco, las desigualdades por razón de género se acrecientan bajo una falsa apariencia de progreso social. Así, recuperando el poder de la filosofía para hacernos pensar el mundo críticamente y desvelar las desigualdades subyacentes a él, hemos reivindicado una conciencia feminista que permita la identificación, denuncia y transformación de las dinámicas desiguales que aún vertebran el espacio empresarial y nuestra sociedad.

El objetivo central de esta tesis doctoral ha sido identificar el modelo de mujer líder demandado actualmente en el mundo de la gestión empresarial —para esto hemos realizado un análisis del discurso de la literatura popular de *management* dirigida a mujeres— con el objeto de establecer unas directrices generales para posibilitar la emergencia de liderazgos feministas en el ámbito de la empresa. Y es que una empresa

que desee adaptarse a los nuevos contextos y a las demandas de igualdad vigentes en nuestras sociedades, solamente podrá hacerlo desde una gestión ética que no deje de lado un componente clave y tan importante como es la perspectiva de género.

En base al objetivo anterior, la hipótesis de partida sobre la que se ha construido esta investigación es que el modelo de mujer líder que se divulga a las profesionales a través de la literatura popular del management dirigida a mujeres, contiene un carácter esencialista y excluyente que reproduce las dicotomías de género y el modelo racional del *homo oeconomicus*, impidiendo el desarrollo de una gestión empresarial ética. Finalmente, hemos podido confirmar nuestra hipótesis principal a través de los tres bloques y ocho capítulos que conforman esta tesis. A continuación, pasamos a tratar las ideas y resultados centrales de cada una de estas partes.

En el primer bloque se ha establecido el marco teórico de partida que ha dado sentido a nuestro trabajo y nos ha permitido señalar las características principales de la sociedad actual, así como sus problemáticas derivadas de un modelo de modernidad inacabado. Dicho marco teórico se ha centrado sobre todo en la reflexión sobre las posibilidades de fundamentar una ética aplicada a la actividad empresarial. Desde el prisma que nos brinda la propuesta de ética dialógica de la Escuela de Valencia, así como las bases del feminismo y la exigencia por la igualdad de género, hemos podido conformar las raíces que dan lugar al florecimiento de nuestra reivindicación.

Así, el primer bloque nos ha permitido afirmar que la desigualdad de género es una cuestión estructural contenida en la empresa y que, por tanto, debe ser abordada por la propia gestión empresarial para su transformación. A su vez, nos ha permitido afirmar que un diálogo entre ética empresarial y feminismo es más que necesario para realizar dicha transformación. Además, la masculinización de los cargos de dirección empresarial nos ha hecho plantearnos las dinámicas subyacentes al desarrollo de los modelos de liderazgo de las mujeres en la empresa. En este sentido, ha sido clave aproximarse a dicho fenómeno de forma crítica e identificar el marco normativo que da sentido al modelo de mujer líder demandado por las empresas en la actualidad.

Para realizar dicha identificación, a lo largo del segundo bloque, nos hemos centrado en analizar una de las herramientas más efectivas de difusión de los modelos de gestión empresarial entre la clase directiva, esto es, la literatura popular del *management*, que contiene un gran carácter moralizante y prescribe formas correctas de gestionar una empresa. Nos hemos centrado en esta literatura porque es un reflejo claro del nuevo espíritu del capitalismo, ya que legitima la constitución de la identidad neoliberal de los sujetos e influye en la representación que la sociedad en general se hace

de lo que es una mujer líder. Además, su estatuto de género literario concreto nos ha permitido realizar un análisis del discurso sobre una muestra representativa.

Al final del segundo bloque hemos podido concluir que los valores asociados a las mujeres en el desarrollo de su liderazgo son: pensamiento relacional, colaboración, comunicación inclusiva, emoción, empatía y capacidad multitarea; que se corresponden con el estereotipo de género femenino tradicional. Se trata de valores que reproducen los estereotipos de género tradicionales, situando a dicho grupo en una situación de desventaja y promoviendo una empresa inmoral donde la igualdad de género no tiene cabida. Sí se puede afirmar que existe una tendencia en dichas obras a reproducir un esencialismo conservador sobre los roles de género. Si bien este esencialismo puede incrementar la presencia de mujeres en cargos de dirección, no contiene los elementos de transformación social necesarios para producir un cambio sustancial en pro de la igualdad de género en la empresa. Además, el hecho de que parte de estas afirmaciones se sostengan sobre argumentos neurocientíficos de un modo acrítico, nos ha puesto en alerta sobre el carácter esencialista y acrítico del modelo de mujer líder promovido.

En el tercer bloque nos hemos centrado en establecer una crítica al modelo de mujer líder identificado a través del análisis del discurso. Para realizar dicha tarea, hemos contextualizado tal demanda en un marco de sentido concreto: la confluencia que se ha dado en las últimas décadas entre neoliberalismo y feminismo. Y es que las alianzas que se establecen entre ambos campos han sido claves para comprender las razones de un liderazgo de mujeres en la empresa de corte esencialista y ambiguo, como el que hemos identificado en el segundo bloque. Desde una línea de pensamiento foucaultiana hemos abordado el *Neoliberal Feminism*, referido a la emergencia de ciertos discursos neoliberales dentro de la construcción de los sujetos feministas, novedades argumentales que nunca se habían dado a lo largo de la historia del feminismo y que resignifican a dicho movimiento, despolitizándolo y despojándolo de su carácter crítico.

Teniendo en cuenta esta realidad, hemos tratado de definir un modelo de liderazgo feminista para poner en valor la lucha por la igualdad, e influir en las personas que conforman el equipo de trabajo, ya que cualquiera puede incorporar dichos valores en su práctica más allá de la gestión de un equipo humano, creando una cultura compartida de igualdad y justicia. En este sentido, el liderazgo feminista debe trabajar para desarticular las redes de poderes ocultos que operan para perpetuar la subordinación de las mujeres y otros grupos. Debe construir modelos de poder alternativos adentrándose en la estructura más profunda de la organización, porque es en ésta donde se encuentran los elementos más ocultos del funcionamiento del poder. A partir del desa-

rollo de este trabajo, hemos podido ver cómo la propuesta de ética dialógica tratada en el primer bloque puede contribuir a reformular dicha estructura profunda de la organización.

Así pues, los valores que caracterizan al liderazgo feminista se nutren directamente de la lucha por la igualdad y permiten construir un *ethos* empresarial opuesto a los principios del *homo oeconomicus*. Dichos valores son: igualdad, equidad, integración, respeto a los Derechos Humanos, integridad física, ausencia de coerción, libre elección, paz, respeto al planeta, respeto, diversidad, diferencia, democracia, transparencia, rendimiento de cuentas, y poder compartido. Tal y como se puede observar, los valores que conforman al liderazgo feminista destierran una noción esencialista del género y abren la posibilidad de que cualquier persona pueda desarrollar dicho modelo.

En definitiva, la modesta aportación que representa este trabajo dentro del campo académico se centra en tres aspectos: pensar las organizaciones empresariales como entidades morales, desvelar las premisas neoliberales contenidas en los discursos *mainstream* de la gestión, y revitalizar el papel del feminismo en una sociedad altamente individualista. A partir de la consecución de todos y cada uno de los objetivos expuestos anteriormente, hemos cumplido una misión central: encontrar sinergias entre una ética empresarial dialógica y una teoría feminista que transformen las estructuras de poder desigual en las organizaciones y rechacen una construcción esencialista del género. Finalmente hemos afirmado que existen posibilidades de fomentar una gestión de las organizaciones empresariales de corte ético que incorpore la igualdad de género como un valor central, y que, a la vez, permita el florecimiento de liderazgos feministas que acaben con las dicotomías y promuevan la justicia social.

Referencias

- Abrahamson, Eric (1991). Managerial Fads and Fashions: The Diffusion and Rejection of Innovations. *Academy of Management Review*, 16(3), 586-612.
<https://doi.org/10.5465/AMR.1991.4279484>
- Alonso, Luis Enrique, & Fernández Rodríguez, Carlos Jesús (2013a). La financiarización del mundo y la crisis de lo social. *Investigación y marketing*, 19, 6-11.
- Alonso, Luis Enrique, & Fernández Rodríguez, Carlos Jesús (2013b). Los discursos del management. Una perspectiva crítica. *Lan Harremanak*, 28(1), 42-69.
- Alonso, Luis Enrique, & Fernández Rodríguez, Carlos Jesús (2013c). *Los discursos del presente. Un análisis de los imaginarios sociales contemporáneos*. Madrid: Siglo XXI.
- Alonso, Luis Enrique, & Fernández Rodríguez, Carlos Jesús (2018). *Poder y sacrificio. Los nuevos discursos de la empresa*. Madrid: Siglo XXI.

- Annis, Barbara, & Gray, John (2013). *Work with Me: How Gender Intelligence Can Help You Succeed at Work and in Life*. London: Piatkus.
- Bacal, Jessica (2014). *Mistakes I Made at Work: 25 Influential Women Reflect on What They Got Out of Getting It Wrong*. New York: Penguin Group.
- Bargu, Banu, & Bottici, Chiara (2017). *Feminism, Capitalism and Critique. Essays in Honor of Nancy Fraser*. Cham: Palgrave.
- Barker, Drucilla K., & Feiner, Susan F. (2004). *Liberating Economies. Feminist Perspectives on Families, Work, and Globalization*. Michigan: University of Michigan Press.
- Batliwala, Srilatha (2010). *Feminist Leadership for Social Transformation: Clearing the Conceptual Cloud*. Bangalore: CREA.
- Benhabib, Sheyla (2006). *Las reivindicaciones de la cultura. Igualdad y diversidad en la era global*. Buenos Aires: Katz.
- Benhabib, Sheyla, & Cornell, Drucilla (1990). *Teoría feminista y teoría crítica*. València: Alfons el Magnànim.
- Bennington, Emily (2013). *Who Says It's a Man's World. The Girl's Guide to Corporate Domination*. New York: AMACOM.
- Boltanski, Luc, & Chiapello, Ève (2002). *El nuevo espíritu del capitalismo*. Madrid: Akal.
- Butler, Judith (1990). *Gender Trouble. Feminism and The Subversion of Identity*. London and New York: Routledge.
- Butler, Judith (2004). *Undoing Gender*. London and New York: Routledge.
- Butler, Judith (2015). *Notes Towards a Performative Theory of Assembly*. Boston: Harvard University Press.
- Calás, Marta B., & Smircich, Linda (1992). Re-writing Gender Into Organizational Theorizing: Directions from Feminist Perspectives. En Mike Reed & Michael Hughes (Eds.), *Rethinking Organization: New Directions in Organization Theory and Analysis* (pp. 227-253). London: Sage.
- Calás, Marta B., & Smircich, Linda (2003). At home from Mars to Somalia: Recounting organization studies. En Haridimos Tsoukas & Christian Knudsen (Eds.), *The Oxford Handbook of Management Consulting* (pp. 596-606). Oxford: Oxford University Press.
- Calvo, Patrici (2018). *The Cordial Economy. Ethics, Recognition and Reciprocity*. Berlin: Springer.
- Collins, David (2000). *Managemend Fads and Buzzwords*. London: Routledge.
- Conill, Jesús (2003). El sentido ético de la economía en tiempos de globalización. *Daimon. Revista Internacional de Filosofía*, 29, 9-15.
- Conill, Jesús (2004). *Horizontes de economía ética. Aristóteles, Adam Smith, Amartya Sen*. Madrid: Tecnos.
- Conill, Jesús (2006). Actualidad de los humanismos en economía ética y biotética. *Quaderns de filosofia i ciència*, 36, 93-103.
- Cortina, Adela (1994). *Ética de la empresa: claves para una nueva cultura empresarial*. Madrid: Trotta.

- Cortina, Adela (2013). *¿Para qué sirve realmente la ética?* Barcelona: Paidós.
- Farris, Sara, & Rottenberg, Catherine (2017). Righting Feminism. *New Formations*, 91, 5-15. <https://doi.org/10.3898/NEWF:91.INTRODUCTION.2017>
- Ferguson, Michael L. (2010). Choice Feminism and the Fear of Politics. *Perspectives on Politics*, 8(1), 247-253. <https://doi.org/10.1017/S1537592709992830>
- Fernández Rodríguez, Carlos Jesús (2007). *El discurso del management: tiempo y narración*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Fernández Rodríguez, Carlos, & Medina-Vicent, Maria (2017). Los nuevos discursos del management: difusión, impactos y resistencias. *Recerca. Revista de Pensament i Anàlisi*, 20, 7-14. <http://dx.doi.org/10.6035/Recerca.2017.20.1>
- Foucault, Michel (1975). *Vigilar y castigar*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Foucault, Michel (2007). *Nacimiento de la biopolítica*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Fraser, Nancy (1990). ¿Qué tiene de crítica la teoría crítica? Habermas y la cuestión del género. En Sheyla Benhabib & Drucilla Cornell (Eds.), *Teoría feminista y teoría crítica, ensayos sobre la política de género en las sociedades del capitalismo tardío* (pp. 49-88). València: Edicions Alfons El Magnànim.
- Fraser, Nancy (2008). *Escalas de justicia*. Barcelona: Herder.
- Fraser, Nancy (2009). From Redistribution to Recognition? Dilemmas of Justice in a Post-Socialist Age. En Anne Phillips (Ed.), *Feminism and Politics* (pp. 430-460). Oxford: Oxford University Press.
- Fraser, Nancy (2015). *Fortunas del feminismo*. Madrid: Traficantes de sueños.
- Fraser, Nancy (2016). Progressive Neoliberalism versus Reactionary Populism: A Choice that Feminists Should Refuse. *NORA. Nordic Journal of Feminist and Gender Research*, 24(4), 281-284. <https://doi.org/10.1080/08038740.2016.1278263>
- Freeman, Richard E. (1984). *Strategic Management. A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman.
- García-Marzá, Domingo (1999). Mujer y entorno empresarial. *Papeles de Ética, Economía y Dirección*, 4, 1-14.
- García-Marzá, Domingo (2004). *Ética empresarial: del diálogo a la confianza*. Madrid: Trotta.
- Gill, Rosalind (2007). Postfeminist media culture: elements of a sensibility. *European Journal of Cultural Studies*, 10(2), 147-166. <https://doi.org/10.1177/1367549407075898>
- Gill, Rosalind (2008). Culture and subjectivity in neoliberal and postfeminist times. *Subjectivity*, 25, 432-445. <https://doi.org/10.1057/sub.2008.28>
- Gill, Rosalind; Kelan, Elisabeth, & Scharff, Christina (2016). A Postfeminist Sensibility at Work. *Gender, Work and Organization*, 24(3), 226-244. <https://doi.org/10.1111/gwao.12132>
- González-Esteban, Elsa (2007). La teoría de los stakeholders. Un puente para el desarrollo práctico de la ética empresarial y de la responsabilidad social corporativa. *VERITAS*, 2(17), 205-224.

- Gowler, Dan, & Legge, Karen (1991). Images of Employees in Company Reports. Do Company Chairmen View their Most Valuable Asset as Valuable? *Personnel Review*, 20(3), 9-18. <https://doi.org/10.1108/EUM00000000000793>
- Greatbatch, David, & Clark, Timothy (2003). *Management Speak: Why We Listen to What the Gurus Tell Us*. New York: Routledge.
- Hadary, Sharon, & Henderson, Laura (2013). *How Women Lead. The 8 Essential Strategies Successful Women Know*. New York: McGraw-Hill.
- Huczynski, Andrzej (1993). Explaining the Succession of Management Fads. *International Journal of Human Resource Management*, 4(2), 444-463. <https://doi.org/10.1080/09585199300000023>
- Huczynski, Andrzej (2006). *Management Gurus*. New York: Routledge.
- Izquierdo, Gabino (2000). *Entre el fragor y el desconcierto. Economía, ética y empresa en la era de la globalización*. Madrid: Minerva Ediciones.
- Jackson, Brad (2001). *Management Gurus and Management Fashions*. London and New York: Taylor & Francis.
- Jackson, Brad (2002). Management Gurus: What Can We Really Learn from Them? *Mt Eliza Business Review*, 4(2), 67-72.
- Jeanes, Emma; Knights, David, & Martin, Patricia Y. (2011). *Handbook of Gender, Work and Organization*. Chichester: Wiley.
- Jenkins, Joy, & Finneman, Teri (2017). Gender Trouble in the Workplace: Applying Judith Butler's Theory of Performativity to News Organizations. *Feminist Media Studies*, 17(4), 1-16. <https://doi.org/10.1080/14680777.2017.1308412>
- Kelan, Elisabeth (2008). The Discursive Construction of Gender in Contemporary Management Literature. *Journal of Business Ethics*, 81(2), 427-445. <https://doi.org/10.1007/s10551-007-9505-2>
- Kelan, Elisabeth (2010). Gender Logic and (Un)doing Gender at Work. *Gender, Work and Organization*, 17(2), 174-194. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0432.2009.00459.x>
- Laval, Christian, & Dardot, Pierre (2013). *La nueva razón del mundo. Ensayo sobre la sociedad neoliberal*. Barcelona: Gedisa.
- Martin, James R., & White, Peter R. R. (2005). *The Language of Evaluation: The Appraisal in English*. New York: Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/9780230511910>
- McRobbie, Angela (2011). Beyond Post-Feminism. *Public Policy Research*, 18(3), 179-184. <https://doi.org/10.1111/j.1744-540X.2011.00661.x>
- McRobbie, Angela (2015). Notes on the Perfect: Competitive Femininity in Neoliberal Times. *Australian Feminist Studies*, 30(83), 3-20. <https://doi.org/10.1080/08164649.2015.1011485>
- McRobbie, Angela (2016). The End of the Social and the Denigration of Democracy? *Soundings: A Journal of Politics and Culture*, 61, 117-124. <https://doi.org/10.3898/136266215816772188>

- Medina-Vicent, Maria (2013). *Liderazgo femenino: un modelo transformacional frente al paradigma de la organización tradicional*. Universitat Jaume I: Castelló de la Plana.
- Medina-Vicent, Maria (2015). Women's Leadership: An Essentialist Concept?. *Journal of Feminist, Gender and Women Studies*, 2, 69-72.
- Medina-Vicent, Maria (2017). Transformación de la cultura organizacional a través de la acción del/a agente de igualdad de oportunidades. *Atlánticas. Revista Internacional de Estudios Feministas*, 2(1), 246-270.
<http://dx.doi.org/10.17979/arief.2017.2.1.1882>
- Medina-Vicent, Maria (2018). Flirting with Neoliberalism. The Transfiguration of Feminist Political Awareness. *NORA: Nordic Journal of Feminist and Gender Research*, 26(1), 69-75. <https://doi.org/10.1080/08038740.2018.1424728>
- Medina-Vicent, Maria (2019). La economía feminista frente a la racionalidad económica autointeresada. *Veritas. Revista de Filosofía y Teología*, 42, 29-48.
<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-92732019000100029>
- Muñoz-Rodríguez, David, & Santos-Ortega, Antonio (2017a). *En las cárceles del capital humano. Nuevas precariedades y formas de subjetivación de los procesos contemporáneos de precarización*. Zambra-Baladre: Carcaixent-Málaga.
- Muñoz-Rodríguez, David, & Santos-Ortega, Antonio (2017b). Las cárceles del capital humano: trabajo y vidas precarias en la juventud universitaria. *Recerca. Revista de Pensament i Anàlisi*, 20, 59-78.
<https://doi.org/10.6035/Recerca.2017.20.4>
- Pateman, Carole (1995). *El contrato sexual*. México D. F.: Anthropos.
- Reverter-Bañón, Sonia (2016). Reflexión crítica frente al neurosexismo. *Pensamiento. Revista de investigación e información filosófica*, 75(273), 959-979.
<https://doi.org/pen.v72.i273.y2016.011>
- Reverter-Bañón, Sonia (2017a). El Neurofeminismo frente a la investigación sobre la diferencia sexual. *Daimon. Revista Internacional de Filosofía*, (Suplemento 6), 95-110. <https://doi.org/10.6018/daimon/291561>
- Reverter-Bañón, Sonia (2017b). Performatividad: la teoría especial y la general. *Isegoría: Revista de Filosofía Moral y Política*, 56, 393-420.
<https://doi.org/10.3989/isegoria.2017.056.03>
- Rottenberg, Catherine (2013). The Rise of Neoliberal Feminism. *Cultural Studies*, 28(3), 418-437. <https://doi.org/10.1080/09502386.2013.857361>
- Rottenberg, Catherine (2014). Happiness and the Liberal Imagination: How Superwoman Became Balanced. *Feminist Studies*, 40(1), 144-168.
- Rottenberg, Catherine (2017). Neoliberal Feminism and the Future of Human Capital. *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, 42(2), 329-348. <https://doi.org/10.1086/688182>
- Sandberg, Sheryl (2013). *Lean In. Women, Work and the Will to Lead*. New York: Alfred A. Knopf.

- Scharff, Christina (2015). The Psychic Life of Neoliberalism: Mapping the Contours of Entrepreneurial Subjectivity. *Theory, Culture & Society*, 33(6). 0263276415590164-. <https://doi.org/10.1177/0263276415590164>
- Scharff, Christina (2016a). Gender and Neoliberalism. Young Women as Ideal Neoliberal Subjects. En Simon Springer, Kean Birch, & Julie MacLeavy (Eds.), *The Handbook of Neoliberalism* (pp. 217-226). New York: Routledge.
- Scharff, Christina (2016b). *Repudiating Feminism. Young Women in a Neoliberal World*. London and New York: Routledge.
- Shea, Heather D., & Renn, Kristen A. (2017). Gender and Leadership: A Call to Action. *New Directions for Student Leadership*, 154, 83-94. <https://doi.org/10.1002/yd.20242>
- Snyder-Hall, R. Claire (2010). Third-Wave Feminism and the Defense of «Choice». *Perspectives on Politics*, 8(1), 255-261. <https://doi.org/10.1017/S1537592709992842>
- Strazzeri, Irene (2016). *La resistenza della differenza. Tra liberazione e dominio*. Sesto San Giovanni: Mimesis Edizioni.
- Swirsky, Jill M., & Angelone, David Jason (2016). Equality, Empowerment, and Choice: What does Feminism Mean to Contemporary Women? *Journal of Gender Studies*, 25(4), 445-460. <https://doi.org/10.1080/09589236.2015.1008429>
- Thwaites, Rachel (2017). Making a Choice or Taking a Stand? Choice Feminism, Political Engagement and The Contemporary Feminist Movement. *Feminist Theory*, 18(1), 55-68. <https://doi.org/10.1177/1464700116683657>
- Valcárcel, Amelia (1997). *La política de las mujeres*. Madrid: Cátedra.
- Weick, Karl E. (1995). *Sensemaking in Organizations*. Thousand Oaks: Sage.
- Wicks, Andrew C.; Gilbert, Daniel R., & Freeman, Richard E. (1994). A Feminist Reinterpretation of The Stakeholder Concept. *Business Ethics Quarterly*, 4(4), 475-497. <https://doi.org/10.2307/3857345>



Este texto está protegido por una licencia [Creative Commons 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Usted es libre para Compartir —copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato— y Adaptar el documento —remezclar, transformar y crear a partir del material— para cualquier propósito, incluso comercialmente, siempre que cumpla la condición de:

Atribución: Usted debe reconocer el crédito de una obra de manera adecuada, proporcionar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que tiene el apoyo del licenciante o lo recibe por el uso que hace.

[Resumen de licencia](#) - [Texto completo de la licencia](#)