

# «Woman, manage your life!» El discurso de la conciliación laboral-familiar en la literatura popular del *management* dirigida a mujeres\*

Maria Medina-Vicent

UNIVERSITAT JAUME I

medinam@uji.es

ORCID: 0000-0002-2716-6786

Recibido: 24/05/2018

Aceptado: 01/12/2018

## RESUMEN

Los cargos de *management* han sido tradicionalmente ocupados por hombres y asociados por tanto a lo masculino. En consecuencia, el modelo de dirección empresarial normativo ha tenido tintes excluyentes para las mujeres. Por esta razón y otras, la cuestión de la conciliación entre la vida laboral y familiar no ha formado parte de los temas centrales de la literatura del *management*. Y es que, respondiendo a dicha normatividad masculinizada, se daba por sentado que el rol del *mánager* estaba exclusivamente asociado a su presencia en lo público, es decir, las cuestiones asociadas tradicionalmente al cuidado de la familia y a lo privado quedaban fuera de la ecuación. Sin embargo, con la progresiva incorporación de las mujeres a la gerencia, nuevas cuestiones han pasado a configurar la agenda del *management*.

En el presente artículo pretendemos estudiar de qué modo se ha incorporado la cuestión de la conciliación de la vida laboral y la familiar en la literatura del *management* dirigida a mujeres. Nos interesa especialmente identificar la clave en la que se construye dicho discurso, es decir, discernir si a través de su formulación se promueve una presencia de las mujeres en los cargos de dirección desde una visión transformadora e igualitaria que ponga énfasis en las políticas de conciliación como una necesidad patente, o si se sigue asignando a las mujeres la responsabilidad única de la gestión del espacio privado de una forma estereotípica y excluyente.

**Palabras clave:** literatura gerencial, perspectiva de género, conciliación de la vida laboral y familiar.

**ABSTRACT.** *Woman, manage your life! The family-work balance discourse in the popular management literature aimed at women*

Management posts have traditionally been held by men. Consequently, the business management normative model has dictated the rules women should follow. Among other reasons, this is why the issue of work-life balance has been sidelined in popular management literature. In line with these male-dictated rules, it was always blithely assumed that the manager's role was exclusively linked with his public presence — in other words, family and care issues were left out of equation. However, as more and more women become managers, new issues have shaped the management agenda.

In this paper, we study how the issue of work-life balance has been incorporated in popular management literature for women. We are particularly interested in identifying whether the discourse on women's presence in management enshrines: (1) a transformative, egalitarian vision (requiring policies fostering work-life balance), or (2) a view that sees women's traditional household roles as something belonging to the private sphere, leaving them disadvantaged and bereft of support as they pursue their management careers.

**Keywords:** management literature, gender perspective, work-life balance.

---

\* Este trabajo se enmarca dentro del Proyecto de Investigación Científica y Desarrollo Tecnológico FFI2016-76753-C2-2-P, financiado por el Ministerio Español de Economía y Competitividad.

## SUMARIO

Introducción

Identificando la literatura pro-empresarial

El discurso de la conciliación en la literatura popular del *management* dirigida a mujeres

Conclusión

**Autora para correspondencia / Corresponding author:** Maria Medina-Vicent, Departamento de Filosofía y Sociología. Universitat Jaume I. Av. Sos Baynat, s/n. 12071 Castelló de la Plana (España).

**Sugerencia de cita / Suggested citation:** Medina-Vicent, M. (2019). «Woman, manage your life!» El discurso de la conciliación laboral-familiar en la literatura popular del *management* dirigida a mujeres. *Debats. Revista de cultura, poder y sociedad*, 133(1), pp. 63-76. DOI: <http://doi.org/10.28939/iam.debats.133-1.5>

## INTRODUCCIÓN

Analizar la literatura popular del *management* es uno de los modos más oportunos para conocer el discurso de la gestión empresarial vigente en la sociedad neoliberal. La razón central es que este tipo de obras refleja y difunde las modas de gestión que más popularidad tienen en el mundo del *management* (Collins, 2000; Clark, 2004). En la medida en que cuadros directivos de empresas de todo el mundo consumen de forma masiva este tipo de literatura, de un modo u otro los discursos presentes en las mismas acabarán configurando la tarea de la dirección empresarial, impregnándola de ciertos valores, principios de acción y lógicas de razonamiento.

Además, si tenemos en cuenta que la ideología de la gestión empresarial forma parte de los discursos económicos, pero también de los políticos, tecnológicos, sociales y culturales (Fernández Rodríguez y Gantman, 2011, p. 161; Fernández Rodríguez y Medina-Vicent, 2017), resultará interesante adentrarnos en este espacio en busca de las claves actuales sobre el discurso de la conciliación, así como identificar qué dice la empresa sobre dicha cuestión. Y es que los/las *mánagers* son las personas encargadas de traducir las premisas de gestión que se hallan en dicha literatura, también las referidas al objeto que nos ocupa (Gowler y Legge, 1986). Por esta razón es importante conocer qué discursos sobre la concilia-

ción están presentes en este tipo de obras, ya que su concepción influye en la puesta en práctica de la dirección empresarial, y condiciona, por tanto, la presencia de las mujeres en la empresa en general y en la alta dirección en particular.

Así pues, nos centraremos en el análisis de la literatura gerencial dirigida específicamente a mujeres para tratar de abordar la cuestión de la conciliación, a sabiendas de que en el grueso de la literatura gerencial (considerada neutra respecto al género del público al que se dirige, pero que se encuentra altamente masculinizada) no se trata dicha cuestión. Es decir, es en la literatura gerencial dirigida a mujeres donde se empieza a abordar la cuestión de la conciliación entre la vida laboral y familiar, una muestra clara de la masculinización que acabamos de mencionar presente en el mundo de la gestión.<sup>1</sup> En esta línea, antes de empezar con nuestro análisis, resulta necesario realizar una pequeña introducción al fenómeno de la literatura popular del *management* dirigida a

1 Según datos del Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades, concretamente en los datos referidos en «Mujeres en Cifras-Poder y Toma de Decisiones-Poder Económico», en el año 2018 las mujeres ocupaban un 2,90 % de los cargos de CEO de las empresas del IBES-35, y un 14,30 % de los puestos ejecutivos. Estas cifras se mantienen constantes desde el año 2014, sin apreciar un crecimiento considerable.

mujeres. Para empezar, debemos tener muy presente que el mundo empresarial ha sido tradicionalmente masculino, por eso en gran medida sus estructuras se encuentran masculinizadas y los modelos de liderazgo son mayoritariamente masculinos (Baxter, 2010; Hearn y Collinson, 1996), algo que se ve reflejado en la literatura popular del *management* dirigida a mujeres (Kelan, 2008).

Desde nuestro punto de vista, la progresiva incorporación de mujeres en cargos de dirección es el preámbulo necesario para la aparición de literatura popular sobre *management* dirigida a mujeres (Orser y Elliott, 2015). Si el público objetivo al que se dirige la literatura *managerial* en su acepción más genérica son los *mánagers*, tal y como han estudiado Pagel y Westerfelhaus (2005: 421), la deducción lógica es que al incorporar la variable de género dicho público se torne más específico e incluya a mujeres *mánagers*. Teniendo en cuenta esta realidad, en las últimas décadas el sujeto o público objetivo al que se dirigía la literatura popular del *management* ha sido reformulado en ciertos aspectos para conseguir que las directivas se identifiquen con el devenir del *storytelling* empresarial.

En conclusión, el mundo empresarial se encuentra altamente masculinizado, en especial los cargos de dirección. Por tanto, es lógico que el mundo de la literatura popular del *management* refleje la misma masculinización, algo que se torna evidente en la preeminencia de varones entre los gurús de la gestión (Clark y Salaman, 1996), así como en la escasa o nula atención que se presta a las cuestiones de género en las obras del *management* (Collinson y Hearn, 1994). Sin embargo, en las obras dirigidas directamente a las mujeres profesionales sí que encontramos temáticas tradicionalmente relacionadas con el rol de género femenino, entre las que se encuentra la gestión del hogar y el cuidado de la familia. Por este motivo, si deseamos abordar el discurso de la conciliación de la vida laboral y familiar en la literatura popular del *management*, debemos remitirnos a aquella que se dirige a las mujeres profesionales, ya que esta cuestión no se encuentra contemplada en los temas que

vertebran dicha literatura en su acepción general, esto es, pensada para un público masculino.

En el presente artículo de investigación nos proponemos dos objetivos centrales. En primer lugar, identificar la clave en la que se construye el discurso de la gestión empresarial sobre la conciliación de la vida laboral y la familiar, es decir, discernir si se está formulando con una visión transformadora e igualitaria que promueve la presencia de las mujeres en los cargos de dirección, o si, de un modo estereotípico y excluyente, sigue asignando a las mujeres el espacio privado.

En segundo lugar, nos centraremos en reflexionar desde una perspectiva ética y feminista acerca de si este discurso sobre la conciliación, tal y como se formula en este tipo de literatura, tiene por objeto una doble explotación de las mujeres, tanto en el ámbito productivo como en el reproductivo, o si por el contrario libera a dicho grupo de las imposiciones de los roles de género tradicionales. Así pues, la ambivalencia del discurso sobre la maternidad de las *mánagers* nos mostrará las dicotomías que prevalecen en el mundo laboral con respecto a dichos ámbitos.

Respecto a la metodología, este análisis del discurso de la literatura popular del *management* dirigida a mujeres, en lugar de poner el foco de atención en el aspecto estructural, tratará de discernir los discursos y la ideología presentes en las obras. En este análisis rastreamos las huellas enunciativas del texto que nos hablan de las prescripciones comportamentales lanzadas hacia las mujeres profesionales en referencia a la conciliación y, de forma indirecta, a la maternidad. Concretamente, pretendemos identificar los valores y comportamientos prescritos a las mujeres que son madres dentro de la empresa, sobre todo dentro de la alta dirección.

De este modo, deberemos prestar especial atención a ciertos aspectos lingüísticos contenidos en el lenguaje prescriptivo-imperativo y el lenguaje evaluativo. Para analizar los aspectos mencionados con anterioridad en las obras que conforman nuestra muestra, nos basaremos en la *Appraisal Theory* (o «teoría de la

valoración»)<sup>2</sup> (Eggins y Slade, 1997; Martin, 2000; Martin y White, 2005), que ofrece un modelo estándar para el análisis de la evaluación en el discurso y cuya aplicación ha sido ampliamente comprobada en diferentes contextos académicos.

A partir de los indicadores establecidos por Martin y White (2005), estableceremos nuestra propia selección en base a los objetivos de la investigación. En primer lugar, nos centraremos en identificar los mandatos, enunciados imperativos y/o prescripciones, que pueden referirse a comportamientos, acciones y/o decisiones que se aconseja a las mujeres profesionales. Nos interesa prestar especial atención a los verbos modales *have to*, *must*, *ought to*, *should*, *can*, *could* y *do* —también en sus formas negativas— que se utilizan tanto para expresar necesidad u obligatoriedad como para recomendar.

En segundo lugar, deberemos identificar los enunciados que nos remiten al lenguaje evaluativo, es decir, aquellos fragmentos que nos indiquen qué acciones y decisiones son buenas y cuáles son malas para el futuro de las mujeres profesionales en la empresa. En cuanto a los términos positivos, trataremos de identificar: *good*, *ok*, *right*, *value*, *nice*, *convenient*, *adequate*, *satisfying*, *possible*, etc.; y a los negativos: *bad*, *wrong*, *mistake*, *error*, *failure*, *dissatisfying*, *impossible*, etc. Así pues, a partir de las bases metodológicas que nos aporta la *Appraisal Theory*, conseguiremos discernir qué discursos vertebran la cuestión de la conciliación de la vida laboral y la familiar en este tipo de literatura, es decir, si se trata de un discurso transformador, o si por el contrario se trata de un discurso que dentro de la empresa esencializa la figura de la mujer como madre. Por último y para que nuestra labor de análisis

sea lo más completa posible, deberemos atender también a las siguientes categorías: *work-life balance*, *personal life*, *care*, *children*, *family*, *mother* y *maternity*.

## IDENTIFICAR LA LITERATURA PRO-EMPRESARIAL

La pregunta que nos invita a realizar la presente investigación es la siguiente: en la literatura popular del *management*, ¿cuáles son los valores/comportamientos/acciones prescritos a las mujeres profesionales en relación a la conciliación de la vida personal y laboral y su papel como madres? Al hilo de la cuestión, la hipótesis de investigación: los valores y comportamientos prescritos a las mujeres profesionales y madres en el ámbito empresarial, especialmente en el de la alta dirección, reproducen los estereotipos de género tradicionales y sexistas, lo que pone a dicho grupo en una situación de desventaja con respecto a sus compañeros varones y promueve una empresa inmoral donde la igualdad de género no tiene cabida.

Así pues, si entendemos el corpus como «una colección finita de materiales, determinada previamente por el analista, con cierta (inevitable) arbitrariedad, sobre la cual va a trabajar» (Barthes, 1997), vemos que éste debe reproducir el complejo sistema de oposiciones y confluencias que se daría en el total de dicha literatura. Además, tiene que presentar cierta homogeneidad según los criterios que se han definido en la investigación y que pasamos a explicar en los siguientes párrafos.

En primer lugar, encontramos el criterio cronológico. En este caso, nos centraremos en el estudio de las obras editadas dentro del periodo 2010-2015, con el objeto de obtener un análisis de los valores más recientes asociados a las mujeres dentro de la empresa. En segundo lugar, encontramos el criterio geográfico, que resulta también muy importante, ya que la mayor parte de este tipo de obras suelen estar escritas por autores/as anglosajones/as y editadas en Norteamérica o el Reino Unido (Fernández Rodríguez, 2007), aunque su exportación a otros países se haya producido de forma incontestable (Fernández Rodríguez, 2011; Gantman, 2017). En tercer lugar, nos atendremos a un criterio referido

2 Según el autor James R. Martin, la *Appraisal Theory* se refiere a «the semantic resources used to negotiate emotions, judgements, and valuations, alongside resources for amplifying and engaging with these evaluations» (2000, p. 145). Por tanto, dicha teoría explora en qué contextos, de qué manera y qué recursos lingüísticos llegan a expresar, negociar y naturalizar determinadas posiciones intersubjetivas y, en última instancia, ideológicas de los hablantes. Esta metodología nos interesa especialmente porque nos remite directamente a las negociaciones sobre juicios y valoraciones.

a los/as autores/as y su popularidad. En un mundo como el del *management*, su reputación y fama es clave para la difusión de las ideas expuestas en este tipo de obras. En cuarto lugar, se prestará especial atención a las críticas que hayan recibido las obras por parte de periódicos de gran tirada y otros/as autores/as de reconocido prestigio. En el caso de que no se pueda acceder al número de ventas total de las obras en el momento de realizar la selección, nos centraremos en el número de búsquedas realizadas a través del buscador de compras Amazon, plataforma que recoge los ejemplares de esta literatura para su venta y los clasifica en función de su popularidad/número de ventas entre los clientes.

Los *rankings* de Amazon se basan en la calidad entendida como número de ventas conseguidas por las obras en la web (Noguera, 2015). En nuestro caso, nos hemos centrado en la categoría «Business & Money», y en la subcategoría específica «Women & Business», donde se situarían las obras que conforman nuestro corpus teórico, mediante el uso de las siguientes palabras clave: *women's leadership*, *female leadership*, *business*, *entrepreneurship*, *success*, etc. Cabe señalar que el orden de aparición de los libros en este buscador es resultado de los factores de popularidad y relevancia.

A continuación, el listado de la muestra seleccionada:

1. *Mistakes I Made at Work: 5 Influential Women Reflect on What They Got Out of Getting It Wrong*, de Jessica Bacal (2014).
2. *Work with me. How Gender Intelligence can help you succeed at work and in life*, de Barbara Annis y John Gray (2013).
3. *How Women Lead: The 8 Essential Strategies Successful Women Know*, de Sharon Hadary y Laura Henderson (2013).
4. *Who Says It's a Man's World: The Girls' Guide to Corporate Domination*, de Emily Bennington (2013).
5. *Lean In: Women, Work and the Will to Lead*, de Sheryl Sandberg (2013).

## EL DISCURSO DE LA CONCILIACIÓN EN LA LITERATURA POPULAR DEL «MANAGEMENT» DIRIGIDA A MUJERES

En el presente apartado nos centraremos en identificar las principales premisas sobre las que se construye el discurso sobre la conciliación de la vida laboral y familiar en la literatura popular del *management* dirigida a mujeres.

Para empezar, cabe señalar que la conciliación de la vida familiar y la laboral es uno de los principales temas que aparece en todas las obras. Esto nos permite concluir que dicho tema resulta central en la configuración de la literatura popular del *management* dirigida a mujeres, aunque no se encuentra en su acepción general. Sin embargo, en lugar de mantenerse una posición homogénea sobre el problema, las aproximaciones que se realizan sobre este tema son diferentes en cada obra y pueden llegar a ser incluso contradictorias. A continuación se han recopilado las citas que hacen referencia directa a este fenómeno, para poder establecer así las conclusiones oportunas.

En primer lugar, una de las cuestiones sobre la que más se incide es la presión social que las mujeres sienten con respecto a tenerlo todo, es decir, a tener una carrera profesional de éxito, pero también poder formar una familia a la que, cómo no, deberán ser devotas, tal y como fijan los estándares tradicionales. Por tanto, las mujeres deben responder a unos roles de género tradicionales tanto en el ámbito público como en el privado, deben dar respuesta no solamente a las necesidades del sistema económico y social en el que viven, sino también a las necesidades procedentes de su familia.

De este modo, a pesar de que se reconoce la presión derivada de dicha exigencia social dirigida a las trabajadoras, la manera en que se aborda la problemática nos hace pensar que la incorporación de las mujeres al mundo laboral no supone un abandono de su tradicional rol más centrado en el cuidado y el espacio privado, sino que se amplía hacia una doble explotación de su tiempo (Carrasquer, 2009). Así pues, el reconocimiento de que existe dicha presión social para la mujer se produce en todas las obras, sin embargo, el mensaje que se da a las lectoras varía

pudiendo resultar contradictorio, tal y como se puede observar a continuación.

#### YOU CAN HAVE IT ALL

She'd been thinking about the pressure that women can feel «to do everything». (Bacal, 2014, p. 65)

She can have it all. She just doesn't need to do it all! (Annis y Gray, 2013, p. 240)

A woman can be as ambitious as she wants to be, build a successful career that she can be proud of, and have a personal life that brings her joy and satisfaction —regardless of whether she's single or married, and with or without children or others to care for. (Annis y Gray, 2013, p. 241)

Without fear, women can pursue professional success and personal fulfillment —and freely choose one, or the other, or both. (Sandberg, 2013, p. 24)

The good news is that not only can women have both families and careers; they can thrive while doing so. (Sandberg, 2013, pp. 23-24)

We need more portrayals of women as competent professionals and happy mothers—or even happy professionals and competent mothers. (Sandberg, 2013, p. 24)

#### YOU CAN'T HAVE IT ALL

You can't have a life and a career. Read what that woman executive is saying on her article, «You can't have it all». (Annis y Gray, 2013, p. 240)

But, they (women) realize they cannot be everything to everybody at the same time, and that's okay. (Hadary y Henderson, 2013, p. 145)

Due to the scarcity of this resource, therefore, none of us can «have it all», and those who claim to are most likely lying. (Sandberg, 2013, p. 121)

Having it all is best regarded as a myth. And like many myths, it can deliver a helpful cautionary message. (Sandberg, 2013, p. 121-122)

Trying to do it all and expecting that it all can be done exactly right is a recipe for disappointment. (Sandberg, 2013, p. 123)

Over the years, I learned that you can have it all —just not at the same time. (Bennington, 2013, p. 31)

A partir de esta contraposición de citas extraídas de las obras analizadas, podemos identificar una ambigüedad estratégica (Eisenberg, 2009) en los argumentos expuestos por las autoras, es decir, un vaivén de consejos contradictorios en lo que se refiere a gestionar la vida profesional y la vida personal de las trabajadoras. Estos consejos o prescripciones dirigidos hacia las mujeres resultan tan ambiguos que no nos permiten establecer una conclusión cerrada acerca de si en las obras se alienta a las lectoras a «tenerlo todo»<sup>3</sup> (intentar ser trabajadoras de éxito y madres al mismo tiempo) o a «no tenerlo todo» (escoger entre tener una carrera de éxito o tener una familia). Es decir, no sabemos con claridad si a través de las obras se pretende conservar un modelo de mujer líder que deba de forma irrenunciable tener una familia, o si por el contrario se insta a las lectoras a que se centren en el éxito profesional.

Así pues, podemos atrevernos a señalar que no se prescribe un tipo de comportamiento concreto, sino más bien un discurso de la libre elección muy relacionado con lo que vamos a llamar el «nuevo espíritu del capitalismo» (Boltanski y Chiapello, 2002) y que veremos más adelante. Dicha ambigüedad estratégica resulta bastante contraproducente para las lectoras, teniendo en cuenta que la intención principal de estas obras es la de servir de manual para la acción de la mujer en la empresa. Sin embargo, desde nuestro punto de vista, esta ambigüedad no debe sorprendernos, ya que a partir de esta lógica se mantiene a las mujeres en una zona intermedia de constantes reclamaciones, es decir, al no estipular qué es lo más

3 El dilema de «tenerlo todo» está muy presente en la teoría política feminista actual (Genz, 2010). Si bien cabe señalar que no siempre se refiere a cuestiones de conciliación entre la vida laboral y la familiar, sí que reflexiona alrededor de las contradicciones a las que están sujetas las mujeres en el espacio neoliberal.



correcto, si tenerlo todo o no tener nada, se las sitúa en una posición de mayor vulnerabilidad, en la que cualquier decisión que tomen se les puede recriminar socialmente (Hayden y O'Biren, 2010), y este hecho también contiene una estrecha relación con la lógica del neoliberalismo (De Miguel, 2015).

En segundo lugar, y aunque la ambigüedad estratégica seguirá siendo una característica central de la literatura popular del *management*, a partir del análisis realizado podemos sostener que existe en las obras un rechazo general a la idea de «work-life balance». Las autoras consideran que dicho concepto no sirve para reflejar la realidad de las mujeres que trabajan y tienen familia, ya que desde su punto de vista implicaría llevar dos vidas separadas, y no una integración de ambas. Por tanto, no se conseguiría un verdadero balance o armonía, ya que se estarían separando espacios, creando dos vidas diferentes para estas mujeres, cuando lo importante sería integrarlas. Sin embargo, tampoco se propone otro concepto que pudiese dar respuesta a esa necesidad de las mujeres directivas que las autoras afirman reconocer. La cuestión que estamos tratando de explicar se puede ver reflejada a continuación:

The idea of work-life balance is not necessarily helpful. If you are immersed in your work and raising a family, you might feel a lot of good things—but it may not include «balanced». (Bacal, 2014, p. 71).

The idea of «work-life balance» with the concept of «managed disequilibrium» (a phrase she first heard from Google's Eileen Naughton) because no ambitious woman is ever going to feel that things are «in balance». Instead, we have to find what's meaningful to us and create conditions in which we can thrive. (Annis y Gray, 2013, p. 103).

The phrase «work-life-personal life balance» suggests a need to create time equality between two competing lives, as if the possibility of finding an optimal distribution of time between both lives can be found. This is a near-possible task, particularly for women. (Annis y Gray, 2013, p. 231).

Por otro lado, a partir de las citas anteriores se empieza a entrever otra de las ideas centrales de las obras, nos referimos a la lógica de la elección. Lo que sí le queda claro a la lectora es que tiene derecho a decidir qué hacer con respecto al tema, es decir, existe un discurso de la elección que nos remite a la idea de que al final cada mujer tiene que decidir qué cuestiones de su vida son prioritarias, y una vez decidido esto, actuar en consecuencia. Estas obras están impregnadas de una lógica individualista arrolladora. Así pues, una cuestión social, como es la conciliación de la vida laboral y la personal, se trata como si fuese un problema individual, una mera cuestión de decidir personalmente qué es lo que más nos importa como mujeres.

De este modo, se trivializa y reduce al mínimo de significación un problema que condiciona la vida de las mujeres en las sociedades actuales. Sin embargo, esta individualización de los problemas colectivos responde a la lógica del neoliberalismo que, en su intersección con la cuestión de género, sitúa la culpa y la responsabilidad en los hombros de los/as individuos/as (Gill y Scharff, 2011; Kelan, 2010), tal y como se puede observar en las siguientes citas:

You have to decide what you want to do and when. Some women have chosen to have a family early and a career later; others have focused on their career early and had a family later. Many have decided to do both simultaneously. You do not need to focus exclusively on one or the other. (Hadary y Henderson, 2013, p. 37)

Based on your values, you have to decide what aspects of your life take precedence at different times. (Hadary y Henderson, 2013, p. 146)

You have to make one thing a priority and achieve balance that way, rather than trying to everything all at once. (Bennington, 2013, p. 31)

They are told over and over again that they have to choose, because if they try to do too much, they'll be harried and unhappy. (Sandberg, 2013, p. 23)

She decided how she wanted to manage her career and family and never claimed that her choice should apply to anyone else. (Sandberg, 2013, p. 161)

Al situar la responsabilidad de la elección en mujeres individuales, se está dejando de lado la responsabilidad de la organización a la hora de gestionar dichas problemáticas, así como de los Gobiernos para actuar en este sentido (Sørensen, 2017). Vemos que a pesar de tratarse de una cuestión que afecta al gran grueso de mujeres que trabaja en el ámbito público y tiene una familia, ya sea con hijos menores o con personas mayores o dependientes de las que hacerse cargo, la cuestión se aborda de nuevo como un «problema de organización personal», despolitizando la lucha feminista y respondiendo de nuevo a la lógica neoliberal que desarticula el feminismo (Park, Wahab, y Bhuyan, 2017). Es decir, desde la perspectiva presente en este tipo de obras, la conciliación laboral y familiar sería un problema de cada mujer, que debe organizarse su tiempo para encargarse del trabajo y la familia. Consecuentemente, esta realidad nos hace de nuevo testigos de que en estas obras las cuestiones relativas a la igualdad de género en la empresa se tratan de forma superficial y desde una posición nada transformadora de la realidad que, como vemos, se reduce a una mera cuestión de saber organizarse individualmente:

Many women have learned that what is more important is establishing rituals and routines your children can count on. (Hadary y Henderson, 2013, p. 154)

Ask your family members what is most important to them. (Hadary y Henderson, 2013, p. 146)

There will be times when you have to leave work to deal with your kids and times when you have to leave kids to deal with your work. (Bennington, 2013, p. 23)

Decide where you are choosing to spend time and what can be cut immediately, knowing your boundaries will shift as your kids grow. (Bennington, 2013, p. 41)

I had to decide what mattered and what didn't and I learned to be a perfectionist in only the things that mattered. (Sandberg, 2013, p. 123)

Como se puede observar, más que reclamar políticas de conciliación dentro de la estructura empresarial y

corresponsabilidad dentro de la pareja, este tipo de obras contribuyen a construir el discurso individualista neoliberal por el cual la mujer debería aprender a organizarse por ella misma para superar las barreras que se pueda encontrar (Springer, Birch, y MacLeavy, 2016). De nuevo, se pasan por alto las cuestiones estructurales que dan lugar a que las trabajadoras no puedan contar con una vida equilibrada y deban padecer la doble presencia (Carrasquer, 2009; Moreno, Moncada, Llorens, y Carrasquer, 2010), esto quiere decir, doble carga laboral: la del trabajo y la familiar. Respecto a este tema, en concreto en la obra de Sandberg (2013), se hace referencia a la contratación de servicios para cuidar de los hijos/as, señalando que cuando una trabajadora de alta dirección ha decidido compaginar ambas caras de la vida, trabajar fuera de casa y ser madre, puede optar por contratar a otras personas para que cuiden a sus hijos, tal y como podemos ver a continuación:

Even though Dave and I are extraordinarily fortunate and can afford exceptional child care, there are still difficult and painful decisions about how much time our jobs require us to be away from our family and who will pick up the slack. (Sandberg, 2013, p. 111)

We hired a nanny, but she couldn't solve all our problems. (Sandberg, 2013, p. 106)

He reasoned that we were the central figures in our son's life, but forming an attachment to a caregiver was good for his development. (Sandberg, 2013, p. 137)

Resulta interesante hacer mención a este tema, ya que al leer estas citas nos damos cuenta de que se pasa por encima un aspecto central del problema que nos revela la homogeneidad del público al que se dirigen estas obras. Estamos refiriéndonos a que no todas las mujeres pueden recurrir a la contratación de estos servicios, ya que no todas las trabajadoras se lo pueden permitir. Es decir, la autora habla desde una posición concreta y pretende de algún modo aportar soluciones universales a situaciones que tienen sus especificidades. Sin embargo, la posición desde la que habla Sandberg se caracteriza por un nivel educativo, social y económico concreto que la convierte en una privilegiada



respecto a la mayoría de mujeres. Al mismo tiempo, esto hace que nos preguntemos si los roles de género que se promueven en este tipo de obras siguen siendo los mismos, es decir, no parece que las obras aporten consejos o prescripciones para construir unos roles de género femenino y masculino más igualitarios. Con las acciones que se aconseja a las lectoras realmente no se produce una verdadera conciliación o equilibrio entre la vida laboral y la familiar.<sup>4</sup>

En este sentido, encontramos en las obras otra idea muy extendida: el sentimiento de culpa, o «mommy guilt», esto es, madres que se sienten culpables por no estar cumpliendo con las expectativas sociales. En las obras generalmente se insta a dichas mujeres a que se deshagan de la culpa y que se sientan bien con decisiones que en un principio podrían parecer duras de tomar. Sin embargo, esta lógica de deshacerse de la culpa encuentra sus raíces en una argumentación del todo psicologicista (Bort, Pflock, y Renner, 2005) que puede llegar a recordarnos la retórica propia de la literatura de autoayuda<sup>5</sup> (Papalini, 2006; Siurana, 2018) y que de nuevo nos remite a las exigencias del sistema neoliberal, que construye individuos culpables de sus propios fracasos y que deben encargarse por ellos/as mismos/as de buscar el éxito (Laval y Dardot, 2013).

4 A su vez, estas ideas nos remiten a la preeminencia de un tipo de feminismo concreto en estas obras, esto es, el feminismo institucional, que configura un tipo de reclamaciones concretas y que se identifica con el grupo de mujeres conformado por las occidentales y que deja de lado otras vivencias y reclamaciones del feminismo que se salen de estos márgenes (Reverter-Bañón, 2011).

5 Una de las diferencias clave que se puede encontrar entre la literatura gerencial y la literatura de autoayuda es que la primera se focaliza en la autogestión del individuo dentro del ámbito de la gerencia empresarial, mientras que la segunda puede referirse a la autogestión del individuo en ámbitos muy diversos, como la familia, el amor, la gestión del dinero, las relaciones afectivas, etc. Tienen en común varios puntos, como el énfasis que se da a la posibilidad de que cada cual se haga responsable de sus fracasos y tome las riendas de su vida. Sin embargo, mientras la primera se focaliza en la consecución del éxito personal dentro de la dinámica laboral, la segunda encuentra en la consecución de la felicidad individual —quizá más espiritual— su sentido más primordial (Béjar, 2018).

Al mismo tiempo, este tipo de discursos referidos a deshacerse de la culpa pueden servir en cierta medida para construir un modelo de madre diferente, aunque no del todo transformador (Godrin, 1995), como sí podemos observar en las propuestas de otro tipo de maternidades subversivas (Llopis, 2015). A continuación, listamos las citas que encontramos en referencia a dicha cuestión:

Reining in the Mommy Guilt. (Bennington, 2013, pp. 23–32)

Employed mothers and fathers both struggle with multiple responsibilities, but mothers also have to endure the rude questions and accusatory looks that remind us that we're shortchanging both our jobs and our children. (Sandberg, 2013, pp. 122-123)

So if you're giving your all to your job and to your kids while they're in diapers, maybe that means you have to say no to excessive travel, joining the industry association, applying to grad school, or fund-raising for the library gala. (Bennington, 2013, p. 25)

Parenting isn't a day-by-day or week-by-week gig, so forgive yourself (and your boss) if you occasionally have to miss out on something cool because your job needs you. (Bennington, 2013, p. 29)

Because of work obligations, I've missed doctor's appointments and parent-teacher conferences and have had to travel when my kids were sick. (Sandberg, 2013, p. 136)

Tal y como se desprende de las citas, vemos que el tema se trata de un modo un tanto psicologicista. Se habla de renunciar a ciertas cosas, del perdón, de la culpa, etc., pero se hace de un modo que no plantea realidad alguna sobre las estructuras que vertebran las dificultades de las madres trabajadoras para gestionar su día a día. Al mismo tiempo, vemos que se habla de conciliación, pero no de corresponsabilidad entre las dos partes de la pareja (Maganto, Etxeberria y Porcel, 2010), es decir, de nuevo se carga la responsabilidad sobre los hombros exclusivos de la mujer, no de

su pareja, ni de la organización, ni de los Estados. Sin embargo, nos parece curioso que sí se habla de una necesidad de superar roles excluyentes y de las presiones que también los padres pueden sentir en el trabajo cuando quieren participar más en el ámbito personal:

If women want to succeed more at work and if men want to succeed more at home, these expectations have to be challenged. (Sandberg, 2013, p. 108)

As women must be more empowered at work, men must be more empowered at home. (Sandberg, 2013, p. 108)

Employees who use these benefits often face steep penalties ranging from substantial pay cuts to lost promotions to marginalization. (Sandberg, 2013, p. 114)

When male employees take a leave of absence or just leave work early to care for a sick child, they can face negative consequences that range from being teased to receiving lower performance ratings to reducing their chance for a raise or promotion. (Sandberg, 2013, p. 114).

Fathers who want to drop out of the workforce entirely and devote themselves to child care can face extremely negative social pressure. (Sandberg, 2013, p. 114)

We all need to encourage men to lean in to their families. (Sandberg, 2013, p. 113)

We need more men to sit at the table... the kitchen table. (Sandberg, 2013, p. 120)

Women are surrounded by headlines and stories warning them that they cannot be committed to both their families and careers. (Sandberg, 2013, p. 23).

Esta psicologización de los discursos responde en gran medida a la expansión actual de la psicología, que hunde sus raíces en los procesos de individualización social y crea un poderoso mecanismo de despolitización integrado por los sujetos (Rodríguez López, 2016). Así pues, aunque se señala que hay que reconstruir los roles de género, realmente no

se aportan herramientas para hacerlo ni se menciona en ningún momento la lucha feminista o la necesidad de politizar dicho asunto. Un ejemplo de esta realidad lo podemos encontrar en un componente interesante que algunas autoras citan al abordar dicha temática: el énfasis que se realiza en la pareja, es decir, el *partner*. Dos observaciones que a mi parecer resulta interesante elaborar. En primer lugar, la visión que se nos da de este *partner* resulta bastante reducida, ya que al final deja de lado las experiencias que no sean las de las mujeres blancas, de mediana edad, occidentales, con recursos y heterosexuales. En segundo lugar, resulta curiosa la manera en que Sheryl Sandberg aborda esta cuestión, ya que insta a las profesionales a planificar, incluso antes de acceder a cargos de responsabilidad en la empresa, y escoger a su pareja a sabiendas de que éste, ya que en muchos casos se refieren a un hombre, se va a comprometer a ser un cuidador activo de los niños/as.

Así pues, podemos señalar en gran medida que los modelos de familia y las relaciones amorosas que se muestran en estas obras tienen más que ver con los modelos tradicionales heterosexuales (Leto De Francisco y O'Connor, 1995) que con una visión heterogénea de los mismos procesos/fenómenos (Llopis, 2015). Es decir, en pocas ocasiones se contempla que pueda haber mujeres solteras o con otro tipo de parejas (Goldfeder y Sheff, 2013). Esto nos da una pista de que estas obras están dirigidas a un grupo concreto de mujeres —heterosexuales blancas occidentales— con un nivel de estudios y subsecuentes recursos económicos que les permiten gestionar estas problemáticas relacionadas con la conciliación de la vida laboral y la vida familiar.

Nina McLemore says that one of the keys to success is to marry well [...] Today, it means marry someone who supports your aspirations and is willing to be a full partner in managing your joint personal life. (Hadary y Henderson, 2013, p. 154)

Anyone who wants her mate to be a true partner must treat him as an equal—and equally capable—partner. (Sandberg, 2013, p. 109)

And contrary to the popular notion that only unmarried women can make it to the top, the majority of the most successful female business leaders have partners. (Sandberg, 2013, p. 110)

Not surprisingly, a lack of spousal support can have the opposite effect on a career. (Sandberg, 2013, p. 110)

The things that make the bad boys sexy do not make them good husbands. (Sandberg, 2013, p. 115)

En resumen, al analizar este tipo de obras nos encontramos de forma recurrente con la individualización de un problema social —el de la conciliación de la vida familiar y laboral—, que en lugar de ser resuelto por las propias profesionales mediante una selección «óptima» de sus futuras parejas —tal y como se prescribe en la literatura popular del *management* dirigida a mujeres— debería ser puesto en la palestra de lo público, abordado en los Parlamentos y formar parte de las cuestiones éticas a tratar por la política de las empresas a la vez que encontrarse en la agenda política de los sindicatos. Sin embargo, como hemos podido observar, en ningún momento se hace referencia a una posible política de conciliación de la empresa, o a la necesidad de una gestión ética de la misma, tampoco a la urgente necesidad de reavivar la lucha feminista dentro de las organizaciones. Así pues, supone una neutralización de la problemática, una negación de la cuestión de género como elemento importante en los discursos que nacen dentro de la organización con respecto a la maternidad y la conciliación, entre otras problemáticas (Smithson y Stokoe, 2005). Por esta razón podemos concluir que el discurso referente a la conciliación de la vida laboral y familiar inscrito en la literatura popular del *management* dirigida a mujeres resulta totalmente acrítico, individualista, conservador, y que da respuesta a las exigencias del «nuevo espíritu del capitalismo» más que a las necesidades reales de las mujeres. Por tanto, nos encontramos ante un discurso totalmente despolitizado que estaría contribuyendo a fundamentar las estructuras de poder desiguales entre mujeres y hombres.

## CONCLUSIÓN

Una vez realizado nuestro análisis podemos concluir que la literatura popular del *management* dirigida a mujeres contiene un doble carácter que condiciona la forma de construir el discurso sobre la cuestión de la conciliación y la maternidad en este tipo de obras y que convierte dicha problemática en una cuestión completamente individual, despolitizada y psicológica. Nos referimos al doble carácter psicologista y despolitizado de dicha literatura, premisas que funcionan de forma interconectada y que en relación a la presencia de las mujeres en la empresa se articulan para crear un discurso de corte conservador que, si bien no se puede identificar como claramente sexista, nos remite a una concepción poco crítica del problema de la desigualdad de género en dicho ámbito y evidencia la inexistencia de un discurso feminista real dentro del ámbito de las organizaciones empresariales.

Un rasgo que encontramos en todas las obras sin excepción es el carácter psicologista. Nos referimos a que los consejos que se edifican desde este tipo de obras sobre todo remiten a cambios que las mujeres deben realizar en su interior, su personalidad o su psique en pos de aumentar su autoestima y en consecuencia su eficacia en el trabajo (Hazleden, 2003). Es decir, en lugar de animar a las mujeres a unirse, ser críticas con su entorno y actuar conjuntamente en pro de ellas mismas y de otras mujeres, se las insta a actuar para la resolución de sus problemas individuales, que suelen identificarse con cuestiones más bien internas. Este tipo de empoderamiento se podría identificar como un empoderamiento de corte espiritual, centrado en el individuo y no en el grupo (Redden, 2002), que si bien puede impulsar cambios personales no transforma las estructuras de desigualdad de la sociedad.

En el caso que estamos estudiando, no se resuelven las dificultades de gestionar la carga laboral y familiar de las trabajadoras, ni se ofrecen modelos alternativos para entender dicha realidad. Así pues, el carácter psicologista sirve para crear un discurso acrítico y despolitizado en relación al estado de la igualdad de género en la empresa y a la construcción de políticas de conciliación realmente transformadoras del rol de

las mujeres en la empresa. Por esta razón, no es de extrañar que la maternidad y la conciliación sean tratadas como cuestiones de autosuperación personal y no como temas de interés y reivindicación colectiva. Esto tiene mucho que ver con las similitudes que unen la literatura popular del *management* con los discursos *mainstream* de la autoayuda, y que patologizan el descontento de las mujeres (Ebben, 2015), alejándolas de la lucha feminista por la igualdad. Así pues, sea cual sea el tema o la problemática que se trate a lo largo de sus páginas (igualdad de salario, acoso sexual, aprender a pedir, etc.) se realiza desde un enfoque individualista y neoliberal. En este sentido, parece producirse una traslación del espíritu del liderazgo empresarial asociado a las mujeres a su posible papel como madres, es decir, los tintes de heroicidad y autosacrificio asociados al liderazgo en el ámbito de la gestión empresarial se trasladan también al ámbito de la «gestión familiar».

Atendiendo a los resultados de nuestro análisis, podemos concluir que la hipótesis de partida puede ser afirmada: los valores y comportamientos prescritos a las mujeres profesionales y madres en el ámbito empresarial, especialmente en los puestos de alta dirección, reproducen los estereotipos de género tradicionales y sexistas, poniendo a dicho grupo en una

situación de desventaja con respecto a sus compañeros varones y promoviendo una empresa inmoral donde la igualdad de género no tiene cabida. Esto quiere decir que si bien las prescripciones que encuentran las trabajadoras de alta dirección que a su vez son madres en este tipo de obras no las obligan a ocupar ambos espacios (el público y el privado) respaldándose en el discurso de la elección, sí que establecen prescripciones contradictorias que dejan a dicho grupo en una posición de indefensión y de autorresponsabilidad característica de las sociedades neoliberales, pero que se multiplica por mil al interseccionar con la variable de género.

En conclusión, podemos avanzar que la lucha feminista pasa a ser en estas obras una cuestión totalmente secundaria, convirtiéndose en algo que cada mujer lleva a cabo en solitario dentro del ámbito de trabajo en el que le haya tocado luchar. En este tipo de obras la lucha siempre se desarrolla a nivel individual, por tanto, sus prescripciones despolitizan a las mujeres, alejándolas de las reclamaciones de igualdad y poniéndolas en una situación de vulnerabilidad y sobreexplotación. Se trataría más bien de una lucha interna que se externaliza en pequeñas conquistas para mujeres concretas, más que de una lucha colectiva por el bienestar y la igualdad de género en la sociedad.

---

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Annis, B. y Gray, J. (2013). *Work With Me. How Gender Intelligence Can Help You Succeed at Work and in Life*. Londres: Piatkus.
- Bacal, J. (2014). *Mistakes I Made at Work*. Nueva York: Penguin Group.
- Barthes, R. (1997). *La aventura semiológica*. Barcelona: Paidós.
- Baxter, J. A. (2010). *The Language of Female Leadership*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Béjar, H. (2018). El código espiritualista de la autoayuda: la felicidad negativa. *Athenea Digital*, 18(3). En <https://doi.org/10.5565/rev/athenea.2339X>
- Bennington, E. (2013). *Who Says It's a Man's World*. Nueva York: AMACOM.
- Boltanski, L. y Chiapello, È. (2002). *El nuevo espíritu del capitalismo*. Madrid: Akal.
- Bort, J., Pflock, A. y Renner, D. (2005). *Mommy Guilt*. Nueva York: American Management Association.
- Carrasquer, P. (2009). *La doble presencia. El trabajo y el empleo femenino en las sociedades contemporáneas*. En [www.tdx.cat/handle/10803/5147](http://www.tdx.cat/handle/10803/5147). Barcelona: Universidad Autónoma.
- Clark, T. (2004). The Fashion of Management Fashion: A Surge Too Far? *Organization*, 11(2), pp. 297-306.

- Clark, T. y Salaman, G. (1996). The Management Guru as Organizational Witchdoctor. *Organization*, 3(1), pp. 85-107.
- Collins, D. (2000). *Management Fads and Buzzwords*. Londres: Routledge.
- Collinson, D. L. y Hearn, J. (1994). Naming Men as Men: Implications For Work. *Organization and Management. Gender, Work & Organization*, 1(1), pp. 2-22.
- De Miguel, A. (2015). *Neoliberalismo sexual. El mito de la libre elección*. Madrid: Cátedra.
- Ebben, M. (2015). Off the Shelf Salvation: A Feminist Critique of Self-Help. *Journal of Women's Studies in Communication*, 18(2), pp. 111-122.
- Eggins, S. y Slade, D. (1997). *Analysing Casual Conversation*. Londres: Cassell.
- Eisenberg, E. M. (2009). Ambiguity as Strategy in Organizational Communication. *Communication Monographs*, 51(3), pp. 227-242.
- Fernández Rodríguez, C. J. (2007). *El discurso de management: tiempo y narración*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Fernández Rodríguez, C. J. (2011). El gato que caza nuestros ratones: China como colección de mitologías. *Papeles de relaciones ecosociales y cambio global*, 115, pp. 79-88.
- Fernández Rodríguez, C. J. y Gantman, E. R. (2011). Spain and Argentina as Importers of Management Knowledge (1955-2008): A Comparative Analysis. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 28, pp. 160-173.
- Fernández Rodríguez, C. J. y Medina-Vicent, M. (2017). Los nuevos discursos del *management*: difusión, impactos y resistencias. *Recerca. Revista de Pensament i Anàlisi*, 20, pp. 7-14.
- Gantman, E. R. (2017). En torno al potencial transformador de los CMS (Critical Management Studies). *Recerca, Revista de Pensament i Anàlisi*, 20, pp. 15-33.
- Genz, S. (2010). Singled Out: Postfeminism's «New Woman» and The Dilemma of Having It All. *Journal of Popular Culture*, 43(1), pp. 97-119.
- Gill, R. y Scharff, C. (2011). *New Femininities: Postfeminism, Neoliberalism and Subjectivity*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Godrin, D. (1995). Women Reading Self-Help: Themes of Separation and Connection. *Journal of Women's Studies in Communication*, 18(2), pp. 123-134.
- Goldfeder, M. y Sheff, E. (2013). Children of Polyamorous Families: A First Empirical Look. *LSD Journal*, 5(150), pp. 150-243.
- Gowler, D. y Legge, K. (1986). Images of Employees in Company Reports. Do Company Chairmen View their Most Valuable Asset as Valuable? *Personnel Review*, 15(5), pp. 9-18.
- Hadary, S. y Henderson, L. (2013). *How Women Lead. The 8 Essential Strategies Successful Women Know*. Nueva York: McGraw-Hill.
- Hayden, S. y O'Brien, L. (2010). *Contemplating Maternity in an Era of Choice*. Plymouth: Lexington Books.
- Hazleden, R. (2003). Love Yourself. The Relationship of the Self with Itself in Popular Self-Help Texts. *Journal of Sociology*, 39(4), pp. 413-428.
- Hearn, J. y Collinson, D. L. (1996). *Men, Masculinities, Managements and Organisational Culture*. Londres: Sage Publications.
- Kelan, E. K. (2008). The Discursive Construction of Gender in Contemporary Management Literature. *Journal of Business Ethics*, 81(2), pp. 427-445.
- Kelan, E. K. (2010). Gender Logic and (Un)doing Gender at Work. *Gender, Work and Organization*, 17(2), pp. 174-194.
- Laval, C. y Dardot, P. (2013). *La Nueva Razón del Mundo*. Barcelona: Gedisa.
- Leto De Francisco, V. y O'Connor, P. (1995). A Feminist Critique of Self-Help Books on Heterosexual Romance: Read 'Em and Weep. *Journal of Women's Studies on Communication*, 18(2), pp. 217-227.
- Llopis, M. (2015). *Maternidades subversivas*. Tafalla: Txalaparta.
- Maganto, J., Etxeberria, J. y Porcel, A. (2010). La corresponsabilidad entre los miembros de la familia como factor de conciliación. *Educatio Siglo XXI*, 28(1), pp. 69-84.
- Martin, J. R. (2000). Beyond Exchange: Appraisal Systems in English. En S. Hunston y G. Thompson (eds.), *Evaluation in Text. Authorial Stance and the Construction of Discourse* (pp. 142-175). Oxford: Oxford University Press.
- Martin, J. R. y White, P. (2005). *The Language of Evaluation. Appraisal in English*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

- Moreno, N., Moncada, S., Llorens, C. y Carrasquer, P. (2010). Double Presence, Paid Work, and Domestic-Family Work. *New Solutions*, 20(4), pp. 511-526.
- Noguera, J. (2015). ¿Cómo funciona el dichoso algoritmo de Amazon? En <http://publicandoebooks.com/algoritmo-de-amazon/>
- Orser, B. y Elliott, C. (2015). *Feminine Capital: Unlocking the Power of Women Entrepreneurs*. Palo Alto (California): Stanford University Press.
- Pagel, S. y Westerfelhaus, R. (2005). Charting Managerial Reading Preferences in Relation to Popular Management Theory Books: A Semiotic Analysis. *Journal of Business Communication*, 42(4), pp. 420-448.
- Papalini, V. (2006). Literatura de autoayuda: una subjetividad del sí-mismo enajenado. *La Trama de La Comunicación*, 11, pp. 331-342.
- Park, Y., Wahab, S. y Bhuyan, R. (2017). Feminism in These Dangerous Times. *Affilia*, 32(1), pp. 5-9.
- Redden, G. (2002). The New Agents Personal Transfiguration and Radical Privatization in New Age Self-help. *Journal of Consumer Culture*, 2(1), pp. 33-52.
- Reverter-Bañón, S. (2011). Los retos del feminismo institucional. *Daimon. Revista Internacional de Filosofía, suplemento 4*, pp. 223-229.
- Rodríguez López, R. (2016). *Contrapsicología. De las luchas antipsiquiátricas a la psicologización de la cultura*. Madrid: Dado.
- Sandberg, S. (2013). *Lean In. Women, Work and the Will to Lead*. Nueva York: Alfred A. Knopf.
- Siurana, J. C. (2018). *Felicidad a golpe de autoayuda*. Barcelona: Plaza y Valdés.
- Smithson, J. y Stokoe, E. H. (2005). Discourses of Work-Life Balance: Negotiating Genderblind Terms in Organizations. *Gender, Work and Organization*, 12(2), pp. 147-168.
- Sørensen, S. Ø. (2017). The Performativity of Choice: Postfeminist Perspectives on Work-Life Balance. *Gender, Work & Organization*, 24(3), pp. 297-313.
- Springer, S., Birch, K. y MacLeavy, J. (2016). *The Handbook of Neoliberalism*. Nueva York: Routledge.

---

## NOTA BIOGRÁFICA

Profesora ayudante doctora en el departamento de Filosofía y Sociología de la Universitat Jaume I (Castelló de la Plana, España). Doctorado internacional en el Programa de Ética y Democracia de la UJI con la tesis *Género y management en el marco neoliberal. Un análisis crítico para la emergencia de liderazgos feministas* (Premio de la Real Academia de Doctores de España 2018 en la categoría de Humanidades). Sus principales líneas de investigación son la filosofía feminista, el liderazgo y los Critical Management Studies.

