

Salud Mental:

**Perspectivas y desafíos para
la construcción de otros mundos posibles**

27, 28 y 29 de noviembre de 2025

Emprendedurismo digital y subjetividad femenina: ¿el nuevo corset?

Melina Abecasis, Melisa Caramelino

Universidad de Buenos Aires, Argentina



Resumen

El emprendedurismo ha cobrado relevancia en la economía globalizada, permitiendo una transformación de las formas tradicionales de empleo y generando nuevas oportunidades, especialmente en el ámbito digital. También es evidente cómo los avances en tecnología y ciencia propiciaron la búsqueda de autonomía económica en pos de reelaborar y modificar las formas de vincularnos con el entorno, los rasgos del entramado social y, por supuesto, la organización del trabajo.

Nos preguntamos, ¿de qué manera y cómo produciría efectos en la subjetividad de las mujeres el acto de emprender digitalmente en la actualidad? ¿Podemos pensar este fenómeno en clave de género? De esta forma surge la propuesta de este trabajo: iniciar una reflexión y análisis sobre el fenómeno del emprendedurismo digital como una nueva forma de construcción de la subjetividad femenina en el contexto contemporáneo.

Se explorará si se trata de un deseo genuino o de un nuevo mandato social, sustentado en lógicas y discursos que empujan al consumo y a un ideal de completud y perfección. Se examinan las tensiones y discursos que interpelan el rol público de las mujeres, en particular en relación con la maternidad, las redes sociales y las expectativas de éxito.

La perspectiva de la interseccionalidad nos aporta una mirada fundamental para pensar este fenómeno desde las distintas variables que determinan las condiciones en las que cada mujer puede llevar adelante su forma de emprender. No es lo mismo contar con recursos simbólicos, económicos, materiales y de red social a no tenerlos. Tampoco es igual para aquellas mujeres que, además de emprender en el hogar, ejercen tareas de cuidado y maternar, en comparación con aquellas que pueden delegar o compartir esas tareas con otros adultos responsables. Las políticas de cuidado serán fundamentales en la construcción de la subjetividad.

La indagación aborda cómo el emprendimiento se presenta, en su dimensión social y simbólica, como una posible salida a las relaciones de dependencia tradicionales, y como una promesa de progreso económico, brindando una oportunidad de autonomía para muchas mujeres. Sin embargo, también puede funcionar como una estrategia de reproducción de mandatos estereotipados, reforzando asimetrías de poder y roles de género. Esto nos lleva a pensar este fenómeno como un posible nuevo corset para muchas mujeres emprendedoras digitales.

Se reflexiona sobre la construcción de subjetividades, los imaginarios asociados y las implicancias del capitalismo y el biopoder en la configuración de estos nuevos roles, a partir de los discursos, algoritmos y prácticas en redes sociales.

Frente a los nuevos modos de trabajo, será necesario dar importancia a las formas de subjetivación más innovadoras, y, por ende, dar cuenta de los malestares específicos que surgen a raíz de esto.

Pensamos en una articulación entre lo económico y lo subjetivo, es decir, en una determinación económica de los procesos psíquicos actuales. A su vez, nos preguntamos por el costo de “venderse” para estas mujeres que emprenden digitalmente en el contexto contemporáneo, quienes alternan esta labor con la maternidad y el sostén logístico y de cuidado del hogar. Ante esto, evaluamos cómo la intimidad y la exposición de la privacidad se utilizan como herramientas de venta. Esto nos permite reflexionar sobre los discursos dominantes en las redes sociales, que afirman que para vender hay que “venderse” uno mismo.

Analizamos si estas nuevas prácticas son evaluadas conscientemente, en términos de costos y beneficios, o si simplemente constituyen una reproducción mecánica, sin tener en cuenta las posibles consecuencias para la salud mental.

Finalmente, y siguiendo estas coordenadas, se evalúa y trabaja sobre el impacto de estas dinámicas en la subjetividad femenina y en la salud mental, enmarcando este recorrido en la lectura desde el psicoanálisis con perspectiva de género.

Abstract

Entrepreneurship has gained relevance in the globalized economy, enabling a transformation of traditional forms of employment and generating new opportunities, especially in the digital realm.

It is also evident how advances in technology and science have fostered the pursuit of economic autonomy in order to rework and modify the ways we connect with our environment, the features of the social fabric, and, of course, the organization of work.

We ask ourselves, in what way and how would the act of digital entrepreneurship affect women's subjectivity today? Can we consider this phenomenon through gender lenses?

Thus, the proposal of this paper emerges: to initiate a reflection and analysis on the phenomenon of digital entrepreneurship as a new form of constructing female subjectivity in the contemporary context.

We will explore whether this is a genuine desire or a new social mandate, supported by logics and discourses that push toward consumption and an ideal of completeness and perfection. We will examine the tensions and discourses that challenge women's public role, particularly in relation to motherhood, social networks, and expectations of success.

The intersectionality perspective provides us with a fundamental perspective for understanding this phenomenon from the perspective of the different variables that determine the conditions under which each woman can pursue her entrepreneurial endeavor. Having symbolic, economic, material, and social network resources is not the same as having them absent. Nor is it the same for women who, in addition to being entrepreneurs at home, perform caregiving and mothering tasks, compared to those who can delegate or share these tasks with other responsible adults. Care policies will be fundamental in the construction of subjectivity.

This research addresses how entrepreneurship presents itself, in its social and symbolic dimension, as a possible way out of traditional dependency relationships and as a promise of economic progress, providing an opportunity for autonomy for many women. However, it can also function as a strategy for reproducing stereotypical mandates, reinforcing power asymmetries and gender roles. This leads us to consider this phenomenon as a possible new corset for many women digital entrepreneurs.

We reflect on the construction of subjectivities, the associated imaginaries, and the implications of capitalism and biopower in the configuration of these new roles, based on discourses, algorithms, and practices on social media. In the face of new ways of working, it will be necessary to emphasize the most innovative forms of subjectivation and, therefore, to address the specific discomforts that arise as a result. We envision an articulation between the economic and the subjective, that is, an economic determination of current psychological processes. At the same time, we question the cost of "selling out" for these

women who engage in digital entrepreneurship in the contemporary context, who combine this work with motherhood and providing logistical support and household care. Given this, we evaluate how intimacy and the exposure of privacy are used as sales tools.

This allows us to reflect on the dominant discourses on social media, which assert that to sell, one must "sell" oneself. We analyze whether these new practices are consciously evaluated in terms of costs and benefits, or whether they simply constitute a mechanical reproduction, without considering the potential consequences for mental health. Finally, and following these guidelines, we evaluate and explore the impact of these dynamics on female subjectivity and mental health, framing this journey within a gender-based psychoanalytic approach.

Introducción

El emprendimiento ha sido un tema de creciente interés en los últimos años, especialmente en el contexto de la economía globalizada y en constante transformación. A medida que las formas tradicionales de empleo cambian y surgen nuevas oportunidades, se ha observado un aumento en la participación de personas que eligen emprender sus propios proyectos y negocios. Sin embargo, más allá de la dimensión económica, el emprendimiento también implica una dimensión subjetiva que se relaciona estrechamente con la forma en que las personas perciben, experimentan y dan sentido a su vida.

Desde una perspectiva general, el emprendimiento puede definirse como el proceso de convertir una idea o invención en un producto o servicio que crea valor para las personas interesadas, y que genera ingresos suficientes para asegurar su supervivencia y crecimiento (Blank, S & Dorf, B, 2012). Esta definición subraya que el emprendimiento no se limita simplemente a tener una idea, sino que implica llevarla a la práctica, sumando todos aquellos recursos que esta acción implica.

A su vez, contextualmente nos encontramos con los discursos neoliberales. Miguel Tollo describe:

“El modelo neoliberal construye una racionalidad básicamente pragmática; podríamos hablar de pensamiento operatorio, desprovisto de sentido subjetivo. Esto quiere decir

que en el modo de tramitación psíquica no intermedia algún orden de valor que supere lo meramente adaptativo. Si solo pervive el sujeto en lo adaptativo su calidad de tal se diluye y queda sometido como objeto a las fuerzas arbitrarias del mercado.”

En las últimas décadas, el emprendedurismo ha adquirido una presencia significativa en el imaginario social impulsado por el uso de las redes sociales y la tecnología digital, consolidándose así como una alternativa viable al empleo tradicional.

Emprender hoy y funcionar en esta posición aparece como sinónimo de autonomía¹, empoderamiento y creatividad, particularmente en el marco de la economía digital.

A partir de la escucha de las tensiones y discursos que interpelan el rol público de las mujeres, en particular en relación con la maternidad, las redes sociales y las expectativas de éxito, nos preguntamos entonces, ¿cómo produciría efectos en la subjetividad de las mujeres, el acto de emprender digitalmente en la actualidad? ¿Es posible pensar este fenómeno en clave de género?

De esta manera buscamos instalar la pregunta de si esta nueva forma de trabajar es una propuesta que facilita la circulación libidinal y la democratización de los roles, o si bien se trata de un posible nuevo mandato social, sustentado en lógicas y discursos que empujan al imperativo de consumo y al ideal de completud y perfección, a la vez que arma un corset, un encierro para las mujeres que buscan una nueva apertura y salida al mundo público.

Para analizar esta cuestión, se emplea un marco conceptual psicoanalítico con perspectiva de género, el cual nos permitirá acercarnos a algunas reflexiones a partir de las nociones de la interseccionalidad, de los estudios de subjetividad y del neoliberalismo.

¹ Al referirnos al concepto de autonomía, consideramos de importancia pensarlo a partir de la dimensión intersubjetiva. Jessica Benjamin busca redefinirla para que sea compatible con el reconocimiento del otro y la interdependencia, llamándola autonomía relativa.

El emprendedurismo digital desde una mirada con perspectiva de género.

Pensar el emprendimiento en clave de género, implica atender no solo a las condiciones materiales, sino también a las dimensiones simbólicas e históricas que moldean las subjetividades y las formas en que se habita el trabajo. Las transformaciones de los imaginarios y prácticas sociales no responden al azar, sino que, como plantea Ana María Fernández², están profundamente arraigadas y por tanto se trata de comprender qué condiciones socio históricas estarían operando en la configuración misma de la singularidad. Estas demarcaciones varían según clase social, región geopolítica y pertenencia étnica, entre otros factores.

A fin de dar cuenta sobre mencionados lineamientos, problematizar el fenómeno del emprendedurismo desde dicha perspectiva permite interrogar cómo moldea diferencialmente las subjetividades de las personas según el género y cómo las desigualaciones pueden reforzar o tensionar los mandatos del patriarcado. En particular, se enfoca en la experiencia de mujeres que recientemente o desde hace algunos años ejercen la maternidad y asumen tareas de cuidado y crianza, al mismo tiempo que deciden emprender.

Será esta propuesta la que constituya una invitación a repensar el vínculo entre subjetividad, tareas de cuidado, trabajo y género a partir de una revisión crítica de discursos contemporáneos, aquella que permita la reflexión sobre los límites y potencialidades del emprendimiento digital como vía de democratización del acceso al mundo laboral, y sobre la posible persistencia de formas tradicionales de división sexual del trabajo bajo apariencias de innovación y autonomía.

En este sentido, el discurso emprendedor, lejos de ser neutral, puede operar como un nuevo mecanismo de reproducción de desigualdades estructurales preexistentes.

Emprendedurismo: mujeres y maternidad

Uno de los elementos constitutivos de la identidad femenina ha sido históricamente la posibilidad de ser madre. Como señalan diversas autoras —Dio Bleichmar, Ana María Fernández, Meler, Burin, entre otras—, nuestra cultura ha perpetuado la imagen de la

² Fernández, Ana María, “ Las lógicas sexuales: amor, política y violencia”

mujer ligada a la maternidad, y los desafíos que este mandato implica para su ejercicio profesional han sido escasamente problematizados.

La tensión entre el espacio público (trabajo/productividad) y el espacio privado (crianza/cuidado) ha sido ampliamente abordada por los estudios de género. Y si bien las mujeres han accedido en las últimas décadas al mundo público, y en específico, al laboral, la discusión sobre cómo se vive y se resuelve esa tensión desde la subjetividad de cada mujer sigue siendo una tarea pendiente.

María Ángeles Durand aporta una noción central para esta discusión: la del cuidado como una monumental fuente de recursos invisibles, no incorporados a las narrativas económicas dominantes. El cuidado representa, según la autora, un costo significativo para los hogares y, especialmente, para las personas sobre quienes recae su realización, mayoritariamente mujeres. En este marco, introduce el concepto de “cuidatoriado”, una nueva clase social que, al igual que el antiguo proletariado, comparte características como la subordinación, la falta de protección social, el alto riesgo de pobreza, la invisibilidad y la marginación.

Sin embargo, el cuidatoriado presenta rasgos propios mediados por la perspectiva de género: está compuesto fundamentalmente por madres (no padres), esposas (no esposos), hijas y nietas (no hijos ni nietos). Será importante pensar que esta clase social es nueva, no porque antes no existiera, sino porque la lectura en clave de género permite que pueda ser reconocida en términos objetivos y analíticos.

El emprendimiento podrá así convertirse en una herramienta de autonomía para las mujeres, pero también, si no se cuestionan las estructuras que sostienen las desigualdades de género, corre el riesgo de reproducirlas bajo nuevas formas. La articulación entre maternidad, cuidado, subjetividad y trabajo merece ser analizada no solo desde el campo económico, sino también desde una mirada crítica, interseccional y situada.

Como advierte Rita Segato, “el patriarcado no es una cultura sino un orden político muy arcaico, fundacional, es el primer orden de desigualdad, de expropiación de valor, de tributación del cuerpo femenino” (Segato, 2016). En este sentido, el mandato de feminidad no desaparece con la apertura hacia nuevas formas de trabajo, sino que tiende a reconfigurarse. Lejos de desarmarse, dicho mandato se encarna en la figura de la mujer que debe emprender y, al mismo tiempo, maternar.

Nancy Chodorow, por su parte, mostró en *The Reproduction of Mothering* (1978) cómo la maternidad funciona como núcleo de la reproducción de la desigualdad de género. Según la autora, no es la biología sino la organización social de la maternidad la que restringe a las mujeres, transmitiendo de generación en generación la obligación de cuidar como mandato central de su identidad.

En clave contemporánea, este planteo permite comprender por qué muchas mujeres que emprenden terminan sosteniendo una “doble jornada”: la laboral y la doméstica, (que en muchos casos son jornadas simultáneas), reproduciendo así las lógicas de desigualdad que buscaban superar al contar con un ingreso económico propio.

Tomamos acá el concepto de corset, entendido como aquello que actúa como una imposición de asimetría social, cultural y genérica, derivada del patriarcado. Allí es donde se evidencia la metáfora del “corset de género”³, toda vez que termina siendo un dispositivo que ajusta y constriñe. En este caso, la posibilidad del emprendimiento digital en las mujeres limita la potencia transformadora de la inserción laboral femenina a la vez que genera una sensación idealizada que finalmente redirige a los mismos roles estereotipados, muchas veces con el agravado de que esas feminidades emprenden desde sus propias casas, mientras a su vez, maternan. En muchos casos, literalmente no hay “salida” al mundo exterior. De este modo, el emprendedurismo digital femenino puede pensarse como un campo ambivalente. Por un lado, abre posibilidades de visibilidad y agencia en el espacio público; por otro, cuando se desarrolla en un entramado social que no redistribuye las responsabilidades de cuidado ni desarma los mandatos de género, acaba configurando un nuevo corset para estas mujeres.

Como resultado, lejos de alcanzar una autonomía relativa desde una mirada intersubjetiva, muchas veces se construye una autonomía que favorece la dominación, donde las mujeres se ven atrapadas en un encierro, una modalidad laboral que profundiza la sobrecarga, produciendo malestares específicos a partir de esta articulación entre lo económico y lo subjetivo, es decir, en una determinación económica de los procesos psíquicos actuales. Esto confirma que las transformaciones individuales requieren, necesariamente, cambios estructurales.

³ Debora Tajer, habla del “corset de género” refiriéndose a un marco, un conjunto de expectativas rígidas, normas y presiones sociales que limitan la expresión, el comportamiento y las emociones de una persona para que encaje en el molde socialmente aceptado de su género. En este caso, el corset es impuesto a las mujeres por la subjetivación patriarcal.

Efectos subjetivos y sintomáticos de los imperativos de emprender

No podemos desligar los efectos de malestar que manifiestan muchas mujeres con las exigencias que imponen ciertos discursos del emprender, toda vez que se idealiza o se muestra como “la salida perfecta” al mundo laboral.

Susana Murillo refiere que:

“lo que en apariencia es parte de una discusión epistemológica, viene a sentar una de las bases de una estrategia discursiva que intenta legitimar hasta el presente, por un lado la anulación de toda exigencia de derechos por parte de los trabajadores; así como por otro, la autorresponsabilización de todo ser humano respecto de su propia vida y muerte y su transformación en “emprendedores”; este proceso estimula la ruptura de lazos de solidaridad entre pares (Presta 2016) lo cual es una de las condiciones centrales de las resistencias y de la construcción de sujetos colectivos”.¹

La autora analiza cómo el neoliberalismo genera una nueva forma de malestar, que ella propone llamar “desestar”, caracterizado por la subjetividad aislada y deshinchada, y retoma las ideas de Freud sobre el malestar en la cultura, adaptándolas a las nuevas transformaciones de la época. Partiendo de la base freudiana que identificaba tres fuentes de sufrimiento: la naturaleza, el cuerpo propio y las relaciones sociales, el concepto de “desestar” propone una adaptación acorde a las condiciones actuales. Vemos entonces cómo la ruptura de lazos y la falta de reconocimiento del semejante, instala un registro de la otredad como competencia y amenaza, que son parte del discurso y mandatos del emprendedurismo en el contexto actual. Esto impacta en la subjetividad de las mujeres generando padecimientos específicos tales como sensaciones de angustia, hiperexigencia y culpa, ansiedad, sensación de insuficiencia, dificultades en el deseo, en la relación con el cuerpo y con el tiempo, y/o sentimientos de fragmentación (“no llego”, “no soy suficiente ni madre ni profesional”), trastornos del sueño o del apetito y síntomas somáticos del agotamiento psíquico.

Como indica Débora Tajer, en el contexto actual muchas mujeres se animan a competir y basan su autoestima en el ideal del trabajo que coexiste codo a codo con la maternidad, pero esto les trae grandes padecimientos al sostener dos o más ideales que las demandan en un mundo aún patriarcal.

Y describe:

“El modelo dominante del mercado laboral pertenece al tradicional modelo masculino del sin parar, sin descansar, para el frente y mientras que simultáneamente el mercado ha adquirido una especial habilidad para, aprovechando la masiva entrada de las mujeres al trabajo asalariado en tiempos de precarización del empleo, explotar las fragilidades genéricas. Es ahí cuando algunas mujeres que hasta ese momento no habían percibido ni adquirido una conciencia de las inequidades de género, comienzan a advertir las dificultades mayores que encuentran en relación a sus congéneres varones. Muchas se angustian, otras se sintomatizan, por ejemplo desprofesionalizándose o... embarazándose, aún habiendo sido ellas buenas estudiantes.”

En este escenario, es posible pensar que muchas mujeres entran en un colapso narcisista, al intentar cumplir con todas las exigencias del mercado, en coexistencia con la no distribución equitativa de las responsabilidades de crianza y tareas domésticas que permanecen aún en el predominio femenino. Dicha coexistencia de ideales antagónicos las condena a una sobreexigencia, que les da una sensación de fracaso.

A fin de ilustrar algunas de las observaciones desarrolladas a lo largo de este trabajo, presentaremos una breve viñeta clínica.

Lara se dedica a la venta de productos domésticos a través de diferentes plataformas de e-commerce. Inició su emprendimiento digital hace aproximadamente seis años, como una alternativa que le permitiera conciliar su deseo de independencia económica con las demandas de la vida familiar. Actualmente está casada y tiene tres hijos, siendo el menor de ellos un lactante de un año de edad.

Gran parte de su jornada transcurre en el ámbito doméstico, ocupándose de las tareas de cuidado y organización del hogar. Mientras los niños juegan o duermen, Lara alterna momentos de atención maternal con el uso constante del celular para responder consultas de clientes, coordinar entregas y mantener la visibilidad de su negocio en redes sociales. En la práctica, estas actividades se entrelazan de tal modo que no logra finalizar ninguna plenamente: el cuidado y el trabajo se superponen, sin delimitaciones claras entre uno y otro espacio.

En su proceso terapéutico, Lara expresa con frecuencia sentimientos de agotamiento y angustia, acompañados por una intensa culpa ante la sensación de no estar

“rindiendo” ni como madre ni como emprendedora. Relata que siempre creyó poder sostener ambas funciones —maternar y trabajar— de manera equilibrada, aunque en la actualidad percibe que su energía se encuentra fragmentada. A esto se suma la comparación con su pareja, quien, a pesar de desempeñarse en un empleo informal, obtiene un ingreso mayor y dispone de tiempo para actividades personales como ir al gimnasio o reunirse con amigos. A su vez, en sus redes sociales comparte con frecuencia fragmentos de su vida cotidiana, imágenes con sus hijos, y reflexiones personales sobre maternidad y bienestar. La exposición de su intimidad se transformó en una estrategia comercial, generándole mucho agotamiento. Se percibe en ella una tensión entre el deseo de autonomía económica y la sensación de estar atrapada en un nuevo tipo de exigencia: la de mostrarse permanentemente feliz, productiva y disponible.

Lara se reprocha no generar un aporte económico equiparable al de su marido y no logra reconocer que su jornada laboral incluye el trabajo de cuidado, invisibilizado y no remunerado. En su discurso, aparece con fuerza el ideal de “poder con todo”, sostenido por los mandatos contemporáneos de éxito, productividad y autosuficiencia. Este ideal, lejos de empoderarla, parece funcionar como un nuevo dispositivo de exigencia que intensifica el malestar.

La experiencia de Lara permite pensar cómo, en algunos casos, el emprendedurismo digital puede reproducir lógicas tradicionales de género, trasladando al espacio público laboral las mismas desigualdades que se pretendían superar. Bajo la apariencia de flexibilidad y autonomía, persisten formas de sobrecarga y autoexplotación que impactan en la salud mental y en la configuración de la subjetividad femenina.

Resulta necesario aclarar que no todas las experiencias de mujeres emprendedoras responden a este modelo; más bien, se busca visibilizar cómo ciertos discursos sociales de éxito y empoderamiento, cuando se sostienen sin una redistribución real de las tareas de cuidado, pueden transformarse en nuevas formas de presión y sujeción.

Conclusiones

El emprendedurismo digital opera como un cambio histórico y vincular que incide en los modos de subjetivación, articulando nuevas exigencias, mandatos e ideales sociales que moldean la conformación de los psiquismos.

Bajo el discurso neoliberal del empoderamiento, impacta en las subjetividades contemporáneas generando oscilaciones entre la ilusión de autonomía y la reproducción de los mandatos tradicionales, funcionando muchas veces como un nuevo corset que genera efectos de agotamiento en la salud mental de muchas mujeres.

Dichos discursos impulsan al emprendimiento como una salida al promover la idea de autonomía plena, de que el éxito depende únicamente del esfuerzo individual y bajo esta lógica, se instala la noción de que “cada quien puede lograrlo si se lo propone”, ocultando que las posibilidades reales de crecimiento están profundamente atravesadas por las desigualdades de género y de clase social. En contextos donde las políticas públicas se desregulan y se reducen los mecanismos de protección, quienes partieron de posiciones históricamente subordinadas, como muchas mujeres, enfrentan mayores barreras para sostener o expandir un proyecto laboral. La demanda implícita presente en estos discursos se internaliza y se articula con la exigencia superyoica femenina, generando frustración y sentimientos de culpa ante la imposibilidad de ‘cumplir con todo’. Este proceso tiende a amplificar la reducción del nivel de aspiraciones, funcionando como un mecanismo de negociación interna destinado a compatibilizar los distintos deseos y posibilidades que las habitan.

Si continuamos la perspectiva de Bleichmar (1995), los ensamblajes identificatorios se ven comprometidos cuando la subjetividad queda inscripta en una economía libidinal que la invisibiliza. Esto nos invita a reflexionar sobre cómo armar una representación valiosa de sí cuando se es invisible a otras personas, o cuando la mirada es desvalorizadora.

Nuestra tarea clínica nos propone pensar en los modos posibles en que podemos acompañar el desestar subjetivo producido por los efectos de este nuevo desafío del emprendimiento. Enfatizar un recorrido que pueda propiciar un trabajo psíquico de sostén y reconstrucción subjetiva donde las políticas de cuidado sean matrices que regulan las condiciones de producción de subjetividad.

Y tal como sugiere Fernández (2021), dar cuenta que toda escucha implica la consideración de las dimensiones socio históricas que configuran su singularidad. Así, la clínica contemporánea requiere operar en un campo donde se articulen categorías como raza, géneros, identidades, sexualidades, clase y etnia, para abrir la posibilidad de intervenciones que desactiven los efectos de las tecnologías de subalternización y habiliten procesos de subjetivación más complejos y potentes.

Bibliografía

- Blank, S., & Dorf, B. (2012). *El manual del emprendedor: La guía paso a paso para crear una gran empresa*.
- Bleichmar, S. (2011). *La construcción del sujeto ético*. Paidós.
- Bleichmar, S. (1995). Las condiciones de la identificación. *Revista de la Asociación Escuela Argentina de Psicoterapia para Graduados*, (21). <https://silviableichmar.com/las-condiciones-de-la-identificacion/>
- Chodorow, N. (1984). *El ejercicio de la maternidad: Psicoanálisis y sociología de la maternidad y paternidad en la crianza de los hijos*. Gedisa.
- Durand, M. A. (2020). *La riqueza invisible del cuidado*. Universitat de València. Servei de Publicacions.
- Fernández, A. M. (2009). *Las lógicas sexuales: Amor, política y violencias*. Nueva Visión.
- Fernández, A. M. (2014). *La mujer de la ilusión: Pactos y contratos entre varones y mujeres*. Paidós.
- Hochschild, A. R. (2003). *The commercialization of intimate life: Notes from home and work*. University of California Press.
- Meler, I. (2017). *Psicoanálisis y género: Escritos sobre el amor, el trabajo, la sexualidad y la violencia*. Paidós.
- Murillo, S. (2018). Neoliberalismo: Estado y procesos de subjetivación. *Entramados y Perspectivas: Revista de la Carrera de Sociología*, 8(8), 392–426.
- Segato, R. (2016). *La guerra contra las mujeres*. Traficantes de Sueños.
- Tajer, D. (2019). *Psicoanálisis para todxs* (Cap. 2). Paidós.
- Tajer, D. (2000). Subjetividades sexuadas contemporáneas: La diversidad posmoderna en tiempos de exclusión. En I. Meler & D. Tajer (Eds.), *Psicoanálisis y género: Debates en el foro* (pp. 137–156). Lugar Editorial.
- Tollo, M. (2025). El malestar en la ¿cultura? o el desestar en el neoliberalismo. *El Psicoanalítico*. [El malestar en la ¿cultura? o el desestar en el neoliberalismo](#)