

PATRYCIA CENTENO VISPO



# PODERÍO

**LIDERAZGO  
FEMENINO,**  
UN CAMBIO  
DE POSTURA

DESTINO

Patrycia Centeno Vispo

## Poderío

Liderazgo femenino: un cambio de postura  
(tan imprescindible como impostergable)

© Patricia Centeno, 2022

© Editorial Planeta, S. A., 2022

Ediciones Destino, un sello editorial de Editorial Planeta, S. A.

Avda. Diagonal, 662-664, 08034 Barcelona (España)

[www.planetadelibros.com](http://www.planetadelibros.com)

[www.edestino.es](http://www.edestino.es)

Primera edición: febrero de 2022

ISBN: 978-84-233-6091-8

Depósito legal: B. 60-2022

Composición: Realización Planeta

Impresión y encuadernación: Liberdúplex, S. L.

*Printed in Spain* - Impreso en España

No se permite la reproducción total o parcial de este libro, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio, sea este electrónico, mecánico, por fotocopia, por grabación u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito del editor. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual (Art. 270 y siguientes del Código Penal).

Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra. Puede contactar con CEDRO a través de la web [www.conlicencia.com](http://www.conlicencia.com) o por teléfono en el 91 702 19 70 / 93 272 04 47.



El papel utilizado para la impresión de este libro está calificado como papel ecológico y procede de bosques gestionados de manera sostenible.

Una  
ODA A LA FEMINIDAD

Mejores líderes . . . . .	19
A imagen y semejanza . . . . .	25
Naturalmente: matría . . . . .	37
¿Por qué lo llaman poder cuando quieren decir miedo? . . . . .	43
Empoderamiento y poderío . . . . .	49
Valientemente vulnerables . . . . .	57

Dos  
LA imPOSTURA

Recolocarse . . . . .	99
La Postura . . . . .	103
Porque yo lo valgo . . . . .	139
La tentación vive arriba . . . . .	145
La moda sin género . . . . .	157
Envidia de vagina . . . . .	175

## Tres

## REFERENTES VISUALES

Ver para creer .....	191
<i>Pienso en tu mirá</i> .....	199
Una habitación propia .....	203
Aprender a destacar .....	215
<i>La vie en rose</i> .....	223
Ni un pelo de tonta .....	235
ME QUEDO CONTIGO .....	253
Bibliografía de autoras .....	269

UNA

ODA A LA FEMINIDAD

Mi poder deriva de mi feminidad. Cualquier intento de presentar la feminidad como trivial o superflua es un intento de robarme ese poder.

ALEXANDRIA OCASIO-CORTEZ

A modo de cumplido, aún escuchamos que una mujer escribe, trabaja, conduce, juega, golpea... «como un hombre». Este tipo de comentario puede proceder indistintamente de un varón o de una fémina. Y no siempre son pretendidamente maliciosos, o no conscientemente. Hasta hace poco, en mis clases universitarias, hacía una diferenciación entre «revistas de moda» y «revistas femeninas» (y en las segundas englobaba, tal y como me habían enseñado como estudiante de Periodismo, las publicaciones del corazón). Sigo corrigiendo incluso a amigas radicalmente feministas cuando verbalizan como algo loable o poderoso «la tía tiene un par de cojones». Cambio inmediatamente la referencia visual por un «la tía tiene un par de ovarios». Este tipo de comentarios no siempre suelen formularse de un modo tan explícito (lo que los hace menos evidentes y, por lo tanto, menos identifica-

bles pero igual o más efectivos). Por ejemplo, denunciemos la brecha salarial entre hombres y mujeres que ocupan el mismo empleo pero del mismo modo deberíamos preocuparnos acerca de cómo minusvaloramos socialmente todas aquellas profesiones históricamente ocupadas mayoritariamente por mujeres, como las que tienen que ver con la limpieza, el cuidado o la belleza.

Aunque hemos avanzado en los derechos de las mujeres, siguen y seguimos infravalorando inconscientemente cualquier cosa que una mujer protagonice o que le afecte o se asocie con ella. En mi caso, no sé cuántas veces he tenido que escuchar que el estudio de la moda, la estética y las emociones, más cuando pretendes introducirlas en un mundo de hombres como es la política, es superfluo. En verdad, lo que manifiestan es que la feminidad es sinónimo de debilidad. Y es que lo femenino puede ser un auténtico estigma, un motivo de discriminación, no solo por parte de algunos hombres sino también de algunas mujeres. Con todo, pronto entendí que como mujer que se dedica a la observación del lenguaje y de los significados de la apariencia y el cuerpo era más superflua que nadie y mi condena sería justificar mi trabajo permanentemente (razonar muy bien cada idea o utilizar el humor para caer en gracia). «Debido a que la moda fue durante tanto tiempo una de las pocas industrias en la que las mujeres podían alcanzar la cima, la profesión se consideró femenina. Su poder era visto con incomodidad precisamente porque eran mujeres trabajadoras que habían conseguido éxito y, por lo tanto, tenían que desfeminizarlas o convertirlas en la malvada bruja de Occidente, aunque con mejor ropa», reflexionaba la directora jefa de estilo de *The New York Times* y crítica de moda Vanessa Friedman en un artículo en el que abordaba la obsesión cinematográfica por demonizar el universo de la



moda.<sup>1</sup> «Es importante tener en cuenta cómo se ha pensado y escrito sobre la moda. Aparentemente trivial, la moda abarca todos los temas: materias primas, proceso de producción, costes de fabricación, estabilidad cultural y jerarquía social», advierte la socióloga británica Joanne Entwistle en *El cuerpo y la moda*. Para ser tan superflua, es curioso cómo ha atraído la atención de todos los escritores, intelectuales, moralistas, clérigos e historiadores que han hablado, criticado y, a menudo, condenado a la moda (y al hacerlo, nos han dado una idea del lugar que esta ocupa dentro de la sociedad moderna). Así que, para mí, poner en valor la moda es poner en valor también la feminidad.

«Los más avisados teóricos de la retórica en la Antigüedad reconocían que las mejores técnicas masculinas de persuasión oratoria se acercaban peligrosamente a las técnicas (tal y como ellos las veían) de seducción femenina, de modo que aquel arte ya no era tan exclusivamente masculino, y eso les preocupaba», explica Mary Bears en *Mujeres y poder*. Al ser la filosofía otra de mis disciplinas preferidas, siendo muy joven me corroía que Platón y Aristóteles detestaran a los sofistas; no entendía qué había de malo en la persuasión. Pero durante un tiempo, lo confieso, también me limité a condenarlos sin saber (o mejor dicho, queriendo no saber) que en parte me estaba condenando a mí misma. Porque todo lo que se identifica con lo femenino, ya sea una profesión, una serie, una emoción, una cualidad, un vestido o una enfermedad, pierde estatus. «Un prejuicio occidental postula la jerarquía de la objetividad por encima de la subjetividad, la

1. «In Cruella, Fashion is Toxic», *The New York Times*, 27 de mayo de 2021, <<https://www.nytimes.com/2021/05/27/style/cruella-movie-fashion-villains.html>>.

mente por encima del cuerpo, la cabeza por encima de las entrañas, la razón por encima de la emoción, el orden y la limpieza por encima del desorden y la suciedad y, por supuesto, lo masculino por encima de lo femenino», señala Siri Hustvedt en su ensayo *La mujer que mira a los hombres que miran a las mujeres*. Los códigos intelectuales se identifican con lo masculino y los corporales, con lo femenino. Y no solo eso. Avisaba Simone de Beauvoir que «en manos masculinas, la lógica es a menudo violencia», y, en la humanidad del patriarcado, «la superioridad no la tiene el sexo que engendra, sino el que mata». La guerra por encima de la paz, la muerte por encima de la vida. En definitiva, la fealdad (lo que causa disgusto o daño) sobre la belleza (lo que genera equilibrio y bienestar).

El intelecto, la razón, la ciencia, los datos, la nitidez y el fondo, que se identifican con lo masculino, enfrentados a la emoción, el romanticismo, el cuerpo, la forma, la experiencia y la caótica naturaleza femenina. La trampa no es solo qué atributo, cualidad, actitud o concepto se asocia a cada sexo y género de manera subliminal; lo cruel es que se presenten enfrentados. Porque cuando dan a escoger entre el universo masculino y el femenino, la mayoría (también las mujeres) elige el masculino. No es que lo masculino sea mejor (tampoco quiero caer en la estupidez de presentar todo lo masculino como lo peor, pero lo femenino no excluye lo masculino, igual que lo masculino tampoco debería excluir lo femenino), pero sí se antoja como mucho más fácil (por normalizado) y reputado (consagrado).

Lo masculino es la norma, la regla y lo universal, también visualmente. «Pequeño, suave, débil, emocional, sensible, doméstico y pasivo se oponen a las cualidades masculinas grande, duro, fuerte, cerebral, resistente, público y agresivo», sigue Hustvedt en referencia al estigma

de lo femenino y sus múltiples asociaciones metafóricas, que afectan también al arte. Se trata de esquemas de género implícitos, ideas inconscientes sobre la masculinidad y la feminidad que contaminan nuestras percepciones y tienden a sobrevalorar los logros de los hombres e infravalorar los de las mujeres. Por eso, y no por otra razón, las mujeres en posiciones de poder son automáticamente evaluadas por debajo de sus homólogos masculinos cuando no hay diferencias en su desempeño. Cualquier profesión que tenga que ver con el cuidado de la vida es despojada, en general, de respeto y coraje. Un absurdo que solo se puede resolver poniendo en valor las cualidades femeninas que durante tantos siglos el poder heteropatriarcal se ha empeñado en ridiculizar y desdeñar. Me pasé media infancia detrás de una camarera de habitaciones (mi madre) y he visto (para poder pasar algo de tiempo con ella, la acompañaba, siempre y cuando contáramos con el visto bueno de la oficiala o con la complicidad de sus compañeras de trabajo, que nos daban la voz de alarma si debía esconderme) pocos trabajos tan duros como ese. Aunque la limpieza y el cuidado de los ancianos en residencias, o de personas con algún tipo de capacidad especial, se percibieron momentáneamente como indispensables durante el confinamiento, y fueron catalogados como profesiones esenciales (realmente importantes para la supervivencia en comunidad), ese reconocimiento fue puntual, pasajero y simplista. Seguiremos considerándolas profesiones de segundo nivel hasta que no cambiemos los baremos de prioridades sociales. Vivimos en una sociedad enferma. Aún pretenden hacernos elegir, en una crisis sanitaria y climática, entre salud o economía. Hay estudios que demuestran que aumentar el precio del vino hace que nos sepa mejor y nos sea más necesario. Tenemos la obligación de lograr que las profe-

sionales del tercer sector cobren un sueldo digno. No se trata de pura ingenuidad ante las reglas de la oferta y la demanda; es necesidad vital de supervivencia.

Aun así, el mensaje que nos llega permanentemente y por todos los canales es que si queremos los mismos derechos y resultar creíbles como líderes, las mujeres no solo debemos masculinizarnos, sino que debemos desfeminizarnos (y esta exigencia no solo nos afecta a nosotras, también a los hombres). Se nos obliga siempre a adoptar un disfraz y una postura, no por convicción, sino por convención. De alguna forma consiguieron hacernos creer que la razón de nuestra desigualdad, lo único que nos separaba de la libertad, era nuestra incapacidad para despedirnos de una herencia femenina y feminizada. Y, precisamente, he aprendido que al identificar lo que se expropia o ridiculiza de las mujeres podemos emprender acciones para reparar nuestra autoestima. Pues como defiende la antropóloga Marcela Lagarde en *Para mis socias de la vida* «a veces ocurre que se tienen recursos y no se usan como un bien porque nadie les ha dado valor». Por eso, para la liberación de la mujer (que también será la del hombre), es importante aprender a transformar todos sus recursos en bienes. Y eso es lo que pretendo en las siguientes páginas: transformar lo femenino en una fortaleza. En poderío. Pues el liderazgo femenino es un cambio de postura tan imprescindible como impostergable.