

Από την «macho» επιχειρηματία στον «άγγελο του γραφείου». Η καταδυνάστευση των θηλυκών σωμάτων από την πατριαρχία και τον νεοφιλελεύθερο φεμινισμό

Γεωργία Ρήνα¹

Περίληψη

Όπως έχει αναδείξει η ιστορία της γυναικείας εργασίας ο καπιταλισμός και ο νόμος της αγοράς σε περιόδους κρίσης εκμεταλλεύονται τη γυναικεία εργασία προς όφελος τους, ως «βαλβίδα ασφαλείας». Ωστόσο, στην πρόσφατη παγκόσμια οικονομική κρίση οι γυναίκες δεν έχουν πλέον αυτόν τον ρόλο, εξαιτίας της σημαίνουσας θέσης τους στην αγορά εργασίας. Αυτή τη φορά, η γυναικεία συμβολή στην εργασία εμφανίζεται με έναν πιο δυναμικό τρόπο, μέσω της ανάδειξης του νεοφιλελεύθερου φεμινισμού, ενός «απελευθερωτικού» φεμινισμού, ο οποίος διακήρυττε ότι θα ενδυνάμωνε τις γυναίκες να δράσουν επιχειρηματικά. Συγκεκριμένα, κάνοντας κάλεσμα στις λευκές, μεσοαστές, προνομιούχες γυναίκες, ο νεοφιλελεύθερος φεμινισμός ωθεί τις γυναίκες να «βγουν μπροστά», να πράξουν ό,τι χρειάζεται προς την αύξηση του προσωπικού τους οφέλους και να προσπαθήσουν να τα «έχουν όλα», και την καριέρα και την οικογένεια τους. Μέσα από το εθνογραφικό παράδειγμα σε θυγατρικές εταιρείες μιας πολυεθνικής, που δραστηριοποιούνται στο χώρο των άμεσων πωλήσεων και του μάρκετινγκ στη Θεσσαλονίκη, στόχος του παρόντος κειμένου είναι να αναδείξει τους διαφορετικούς τρόπους με τους οποίους τόσο η πατριαρχία όσο και ο νεοφιλελεύθερος και εταιρικός φεμινισμός καταδυναστεύουν, πειθαρχούν και μεταμορφώνουν συλλήβδην τα θηλυκά σώματα. Αυτό θα επιτευχθεί μέσα από τη σύγκριση και την ανάλυση δυο διαφορετικών εργασιακών θέσεων, αυτή των γυναικών επιχειρηματιών («owners») και των γραμματέων («admins»).

Abstract

As the history of women's work has shown, capitalism and the law of the market in times of crisis exploit women's work to their advantage, as a "safety valve". However, in the recent global economic crisis, women no longer have this role, due to their influential position in the labor market. This time, women's contribution to work appears more dynamically, through the rise of neoliberal feminism, a "liberatory" feminism that claimed to empower women to be entrepreneurial. Specifically, by appealing to white, middle-class, privileged women, neoliberal feminism urges women to "lean in", do whatever it takes to increase their grain, and try to "have it all", career and family. Through my ethnographic example in subsidiary companies of a multinational in direct sales and marketing in Thessaloniki, this paper aims to highlight how patriarchy, neoliberal and corporate feminism oppress, discipline, and consciously transform female bodies. This will be achieved through the comparison and analysis of two different job positions, that of women entrepreneurs ("owners") and secretaries ("admins").

Λέξεις-κλειδιά: πατριαρχία, νεοφιλελεύθερος φεμινισμός, άμεσες πωλήσεις, επιχειρηματίες, admin

Keywords: patriarchy, neoliberal feminism, direct sales, "owners", "admins"

* Μεταδιδακτορική Ερευνήτρια, Τμήμα Βαλκανικών, Σλαβικών και Ανατολικών Σπουδών, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας

Εισαγωγή¹

Το παρόν άρθρο εξετάζει το κατά πόσο η γυναικεία εργασία συνάδει με τη γυναικεία χειραφέτηση και την «απελευθέρωση» των γυναικών από τις πατριαρχικές αντιλήψεις και υποχρεώσεις, που εκπορεύονται από το κοινωνικό φύλο τους καθώς επίσης την επιδραστικότητα και τις μεταμορφωτικές διαστάσεις των εργαζόμενων, θηλυκών σωμάτων από τον καπιταλισμό, την αγορά και τον νεοφιλελεύθερο φεμινισμό.

Η εξέταση των ερευνητικών ερωτημάτων αποτελεί παράγωγο της μακροχρόνιας επιτόπιας έρευνας (Οκτώβριος 2013 – Φεβρουάριος 2017) στα πλαίσια εκπόνησης της διδακτορικής μου διατριβής «Be something more: ελαστικές μορφές εργασίας και έμφυλη επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα της οικονομικής κρίσης» στο Πανεπιστήμιο Μακεδονίας. Πεδίο έρευνας μου ήταν έξι θυγατρικές εταιρείες, οι οποίες ανήκαν στο δίκτυο μιας πολυεθνικής, δραστηριοποιούνταν στο χώρο των άμεσων πωλήσεων και του Μάρκετινγκ, συστεγάζονταν σε ένα ενιαίο χώρο και βρίσκονταν στη Θεσσαλονίκη. Η ιδιαιτερότητα της επιλογής του συγκεκριμένου πεδίου είναι ότι οι θυγατρικές αυτές διοικούνταν από γυναίκες («owners»), αποτελώντας τη μειοψηφία συγκριτικά με την πλειοψηφία των ανδρών, που κατείχαν, την περίοδο της έρευνας μου, αντίστοιχες θέσεις στην πολυεθνική. Επιπλέον, οι γραμματείς («admins»), που στελέχωναν τις υπό μελέτη θυγατρικές ήταν γυναίκες.

Ως εκ τούτου, στο κείμενο αυτό θα εστιάσω στη σύγκριση των δυο προαναφερθεισών, διαφορετικών εργασιακών θέσεων («owners» και «admins») που στελεχώνονταν από γυναίκες. Για να μπορέσω να κατανοήσω σε βάθος το θέμα, εκτός της επιτόπιας έρευνας, χρησιμοποίησα μία πολυμεθοδολογική προσέγγιση στην έρευνα μου. Πιο συγκεκριμένα, για το υπό εξέταση θέμα συμμετείχα σε συζητήσεις, που λάμβαναν χώρα σε φιλικό πλαίσιο, πραγματοποίησα συνεντεύξεις σε βάθος, αδόμητες και ημιδομημένες με τη χρήση οδηγού συνέντευξης, τράβηξα ποικίλο οπτικοακουστικό υλικό με το κινητό μου (βίντεο, φωτογραφίες, ηχογραφήσεις), παρακολούθησα διάφορα meetings και κράτησα σημειώσεις (χειρόγραφες και σε ηλεκτρονική μορφή). Μολαταύτα, αυτό που μου έδωσε βαθύτερη κατανόηση του θέματος ήταν η θεσιακότητα μου (positionality) στο πεδίο ως εργαζόμενη, γυναίκα και ερευνήτρια. Πιο συγκεκριμένα, για δυόμισι περίπου χρόνια εργαζόμουν σε δυο από τις έξι θυγατρικές εταιρείες ως «admin». Η εργασιακή μου θέση μου έδωσε τη δυνατότητα να μετέχω ενεργά σε διάφορες συναντήσεις, που γίνονταν κεκλεισμένων των θυρών, να βρίσκομαι σε στενή και καθημερινή επαφή τόσο με τις «owners» όσο και με τις «admins» και τη δυνατότητα να αναπτύξω φιλικές σχέσεις μαζί τους. Η παραπάνω συνθήκη με κατέστησε αυτόματα αυτοαναφορική και αναστοχαστική. Επιπλέον, θα πρέπει να επισημάνω ότι όταν θα αναφέρομαι στις εξεταζόμενες εργασιακές ομάδες θα χρησιμοποιώ την εταιρική ορολογία, η οποία είναι στην αγγλική γλώσσα και αναδεικνύει την παγκοσμιοποιητική διάσταση του θέματος. Τέλος, θα χρησιμοποιήσω την ψευδονυμοποίηση, για να διατηρήσω την ανωνυμία των πληροφορητριών μου.

Γυναίκες, εργασία και νεοφιλελεύθερος φεμινισμός

Η γυναικεία χειραφέτηση ως άμεση απόρροια της εργασίας έλαβε χώρα μετά τη λήξη του Δευτέρου Παγκοσμίου Πολέμου από τις κοινωνικοπολιτικές αλλαγές της περιόδου, καθώς και από τα φεμινιστικά κινήματα (Biggart 1989, σ. 53, Καραμεσίνη 2021, σ. 16, Ρήνα 2023). Η Μαρία Καραμεσίνη (2021, σ. 16) επισημαίνει ότι το μεγάλο ποσοστό των γυναικών στην αμειβόμενη εργασία αλλά και η ανάδειξη του σημαί-

¹ «Το έργο συγχρηματοδοτείται από την Ελλάδα και την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο) μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος 'Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού, Εκπαίδευση και Διά Βίου Μάθηση', στο πλαίσιο της Πράξης 'Ενίσχυση του ανθρώπινου ερευνητικού δυναμικού μέσω της υλοποίησης διδακτορικής έρευνας' (MIS-5000432), που υλοποιεί το Ίδρυμα Κρατικών Υποτροφιών (ΙΚΥ)».

νοντος οικονομικού ρόλου τους στις σύγχρονες καπιταλιστικές κοινωνίες σημάδεψαν τον εργασιακό κόσμο του 20^{ου} αιώνα. Αυτό δε, έγινε σε τόσο μεγάλο βαθμό που για την Claudia Goldin (2006, σ. 2) οι δυο δεκαετίες, μεταξύ 1950 και 1970, αποτέλεσαν τις «ρίζες της επανάστασης» (roots of revolution).

Ειδικότερα, οι γυναίκες έχοντας ως σύνθημα τους το «ίδια εργασία, ίδια αμοιβή» (equal pay for equal work), στα πλαίσια του δευτέρου φεμινιστικού κύματος, προσπάθησαν να διεκδικήσουν και να κατοχυρώσουν το εργασιακό τους δικαίωμα αλλά και τη λήψη ισότιμης χρηματικής αμοιβής με τους άνδρες. Οι συνεχείς και μαζικές γυναικείες διεκδικήσεις είχαν ως αποτέλεσμα, το 1963, την ψήφιση του νόμου «Equal Pay Act». Σύμφωνα με τον νόμο αυτόν, οι εργοδότες απαγορεύονταν να προβούν σε μισθολογικές διακρίσεις λόγω φύλου (Castro 1998, σ. 14). Η bell hooks υποστήριξε ότι ο νόμος συντέλεσε στη βελτίωση του μισθολογικού χάσματος που υπήρχε μεταξύ ανδρών και γυναικών, εντούτοις δεν οδήγησε στην εξάλειψη των έμφυλων εργασιακών διακρίσεων (hooks 2000, σ. 49).

Η ραγδαία ανάπτυξη του καπιταλισμού, κυρίως στην Αμερική καθώς και η πληθώρα εργασιακών θέσεων που προσέφερε, αποτέλεσαν «το μήλον της έριδος» για το φεμινιστικό κίνημα. Από τη μια μεριά, για τις φιλελεύθερες φεμινίστριες, ήταν το κλειδί για τη μαζική έξοδο των γυναικών στην αγορά εργασίας και την αποδέσμευση τους από τις πατριαρχικές, οικογενειακές και φυλετικές παραδόσεις (Cudd και Holmstrom 2011, σ. 28). Από την άλλη, για τις μαρξίστριες φεμινίστριες η μισθωτή εργασία δεν απελευθέρωσε τις γυναίκες από την κοινωνική τους θέση, τουναντίον τις δέσμευσε με διπλό τρόπο στον οικιακό και στον εργασιακό χώρο (Καραμεσίνη 2021, σ. 17, Tilly και Scott 1989, Boserup 1970, Hartmann 1979, Πήνα 2014, σ. 19). Επιπλέον, φεμινίστριες όπως οι Bergmann, Goldin, Tilly και Scott, υποστήριξαν ότι η γυναικεία εργασία δεν προήλθε από μια «φυσική» κοινωνική εξέλιξη αλλά αποτέλεσε μια στρατηγική αύξηση του οικογενειακού εισοδήματος, που σχετιζονταν άμεσα από τις έμφυλες υποχρεώσεις της γυναίκας (Καραμεσίνη 2021, σ. 18, Bergmann 1986, Tilly και Scott 1989, Goldin 2006).

Το ζήτημα της σύνδεσης της γυναικείας εργασίας με τον καπιταλισμό επανήλθε στο προσκήνιο κατά τη διάρκεια της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης του 2008. Ο κυρίαρχος φεμινιστικός λόγος, εξέφρασε την άποψη ότι οι γυναίκες αποτελούν το «ιδανικό και μοναδικό» εργατικό δυναμικό που μπορεί να συμβάλει στην τόνωση της ελεύθερης αγοράς. Για να συμβεί αυτό, προωθήθηκε η γυναικεία επιχειρηματικότητα ως «λύση», μία «λύση» που εκτός του γενικότερου οικονομικού οφέλους, θα οδηγούσε στην προσωπική ευημερία των γυναικών (Roberts 2012, σ. 88).

Η επιχειρηματολογία, για τις λυτρωτικές και απελευθερωτικές δυνάμεις του γυναικείου εργατικού δυναμικού από τις οικονομικές δυσχέρειες, ενισχύθηκε από τον νεοφιλελεύθερο φεμινισμό (neoliberal feminism). Το κίνημα αυτό λαμβάνοντας χώρα κυρίως στις ΗΠΑ ωθεί τις γυναίκες να εργαστούν με ζήλο, προκειμένου να πετύχουν από τη μια μεριά τη χειραφέτηση τους και από την άλλη να διατηρήσουν μια ισορροπία μεταξύ της οικογένειας και της καριέρας τους. Το φεμινιστικό υποκείμενο που διαμορφώνεται στο πλαίσιο του νεοφιλελεύθερου φεμινισμού είναι οι δυναμικές, τολμηρές, ανεξάρτητες γυναίκες, που ενώ είναι στοχοπροσηλωμένες στην καριέρα τους δεν παραλείπουν να δημιουργήσουν οικογένεια. Είναι δηλαδή οι λευκές γυναίκες που συμμορφούμενες πλήρως με τις νεοφιλελεύθερες και νεοσυντηρητικές επιταγές καταφέρνουν να πέτυχουν τα πάντα εκπληρώνοντας ταυτόχρονα τις ετεροκανονικές, «φυσικές» υποχρεώσεις τους (Rottenberg 2014, σ. 428, Harris 2022).

Σύμφωνα με την Catherine Rottenberg (2021), στο πλαίσιο του νεοφιλελεύθερου φεμινισμού η αγορά και ο νεοφιλελευθερισμός οικειοποιούνται με αποικιοκρατικό τρόπο τη φεμινιστική ατζέντα, έχοντας ως αποκλειστικό σκοπό την προώθηση πολιτικών στόχων. Ειδικότερα, το είδος αυτό του φεμινισμού ταυτίζεται με τα εταιρικά ήθη

και υιοθετεί μια αγοροκεντρική οπτική της ισότητας, η οποία εστιάζει στην αξιοκρατία και όχι στην έμφυλη ισότητα. Στόχος δηλαδή δεν είναι η κατάργηση των κοινωνικών ιεραρχιών αλλά η ενδυνάμωση των «ταλαντούχων» γυναικών και η κατάκτηση ιδίων θέσεων και ίσων αμοιβών με τους άνδρες. Αυτή η ελιτίστικη και ατομοκεντρική προσέγγιση έχει ως άμεση απόρροια την αποκοπή του φεμινισμού από τη γυναικεία συλλογικότητα και τη συγκρότηση ενός νέου φεμινιστικού υποκειμένου, υποκινούμενο από την εκπλήρωση του προσωπικού του οφέλους (Rottenberg 2014, σ. 422).

Οι νεοφιλελεύθερες φεμινίστριες εμπνέονται από «ευυπόληπτα» μανιφέστα, όπως είναι το άρθρο της Anne-Marie Slaughter's (2012) «Why Women Still Can't Have It All» στο περιοδικό The Atlantic και το βιβλίο της Sheryl Sandbergs (2013) «Lean in: Women, Work and Will to Lead». Τα δυο αυτά επιδραστικά κείμενα προέτρεπαν τις γυναίκες να εστιάσουν στις εαυτές τους, στις φιλοδοξίες τους, στην αύξηση του προσωπικού τους κέρδους και στο συνδυασμό της επαγγελματικής καταξίωσης με τη δημιουργία οικογένειας. Το αναδυόμενο φεμινιστικό μοντέλο της γυναίκας - επιχειρηματία, σύμβολο της γυναικείας χειραφέτησης έγινε ιδιαίτερος δημοφιλής, καθώς προωθήθηκε μέσα από τα κοινωνικά δίκτυα (Instagram, Facebook, Twitter) από διάφορες πετυχημένες, λευκές, αστές γυναίκες, οι οποίες προέβαλαν την επιχειρηματική τους δράση, τον πολυτελή βίο που διήγαγαν και την οικογένεια τους, στοχεύοντας να αποτελέσουν παράδειγμα προς μίμηση κι από άλλες γυναίκες. Οι νέες αυτές γυναίκες επιχειρηματίες, γνωστές και ως «Boss Babes» εργάζονταν κυρίως σε εταιρείες που χρησιμοποιούσαν το πολυεπίπεδο μάρκετινγκ (MLM²). Οι εταιρείες αυτές έδιναν στις γυναίκες την ευκαιρία να αποκτήσουν την οικονομική τους ανεξαρτησία, την «αξιοκρατική» τους ανέλιξη και ένα ευέλικτο εργασιακό ωράριο, το οποίο θα συνέβαλε στην εξισορρόπηση με τις οικογενειακές τους υποχρεώσεις (Wrenn και Waller 2021, σ. 423).

Ωστόσο, το είδος αυτού του φεμινισμού έκανε κάλεσμα στο 1% των γυναικών, αυτών που προέρχονταν από την μεσαία και ανώτερη τάξη, αποκλείοντας έτσι το υπόλοιπο 99%, όπως αναφέρουν σε ένα πρόσφατο βιβλίο τους οι Arruzza, Bhattacharya και Fraser (2022), ενθαρρύνοντας με αυτό τον τρόπο την επιβολή του ατομικού συμφέροντος έναντι του συλλογικού. Έτσι λοιπόν, όπως υπογραμμίζει η Dalingwater, η πλειοψηφία των γυναικών αντί να απελευθερωθεί από την πολύωρη εργασία ήρθε αντιμέτωπη με την ευέλικτη εργασία, το μισθολογικό χάσμα και με τις οικιακές και οικογενειακές υποχρεώσεις (Dalingwater 2018, σ. 3).

Η «macho»³ επιχειρηματίας

Σε μια προσπάθεια κατανόησης του τρόπου με τον οποίο η πατριαρχία, ο νεοφιλελεύθερος φεμινισμός και ειδικότερα ο εταιρικός φεμινισμός (corporate feminism), δηλαδή ο φεμινισμός που απευθύνεται αποκλειστικά και μόνο στις γυναίκες που βρίσκονται στις ανώτερες ιεραρχικά θέσεις, το παρόν άρθρο θα προσπαθήσει να σκιαγραφήσει τις επιρροές αυτών στις γυναίκες ως εργαζόμενες. Αυτό θα γίνει, όπως προαναφέρθηκε μέσα από την σύγκριση και την ανάλυση δυο διαφορετικών εργασιακών θέσεων, αυτή της επιχειρηματία (owner) και της γραμματέως (admins). Η έρευνα έγινε σε έξι θυγατρικές εταιρείες, των οποίων η δομή στηρίζεται στο πολυεπίπεδο μάρκετινγκ (MLM).

² MLM (Multilevel marketing) ή αλλιώς «Δικτυακό μάρκετινγκ» ή «πολυεπίπεδο μάρκετινγκ» είναι μια στρατηγική μάρκετινγκ κατά την οποία ο/η εξωτερικός/η πωλητής/ρια πληρώνεται όχι μόνο για τις πωλήσεις που έκανε αλλά λαμβάνει ένα μικρό ποσοστό από τις πωλήσεις, που έκαναν τα άτομα που «στρατολόγησε» (recruit).

³ Macho: ο όρος χρησιμοποιείται για να περιγράψει τη συμπεριφορά και τα χαρακτηριστικά εκείνα (επιθετικότητα, ρίσκο, χυδαιότητα κτλ.), τα οποία θεωρούνται αμιγώς «ανδρικά», εντούτοις μπορούν να υιοθετηθούν κι από γυναίκες.



Σχήμα 1. Δομή θυγατρικών εταιρειών

Το παραπάνω σχήμα (Σχήμα 1) παρουσιάζει την ιεραρχική δομή των θυγατρικών εταιρειών. Στη βάση των εταιρειών βρίσκονται οι εξωτερικοί/ες πωλητές/ριες (field representatives), οι οποίοι/ες αποτελούν την πιο πολυπληθή ομάδα εργαζομένων και είναι αυτοί/ες που «βγαίνουν στις διαφημιστικές καμπάνιες», πουλώντας από πόρτα σε πόρτα τις παρεχόμενες υπηρεσίες της θυγατρικής. Οι υπηρεσίες αυτές είναι: τηλεπικοινωνία (Vodafone, Wind), «φιλανθρωπίες» (Greenpeace, Unicef) και ενέργεια (Watt+Wolt). Ως εξωτερικός/η πωλητής/ρια μπορεί να δουλέψει όποιος/α θέλει καθώς δεν υπάρχουν προαπαιτούμενα για τη θέση εργασίας. Κατά τον ίδιο τρόπο δεν υπάρχουν και συγκεκριμένες απαιτήσεις για την επαγγελματική ανέλιξη κάποιου/ας στην εταιρεία. Μοναδική προϋπόθεση είναι η σκληρή δουλειά και οι πωλήσεις. Ο συνολικός αριθμός των πωλήσεων που θα κάνει ένας/μία εξωτερικός/η πωλητής/ρια θα του/της επιφέρουν πέρα από το προσωπικό οικονομικό όφελος και μέλη στην ομάδα του/της. Αναλογικά όσο μεγαλώνει η ομάδα τόσο μεγαλύτερος θα είναι ο τίτλος για την εταιρεία με άμεση συνέπεια ο/η εξωτερικός/η πωλητής/ρια που είναι υπεύθυνος/η της ομάδας να ανεβαίνει ιεραρχικά στην εταιρική κλίμακα. Η τελική κατάκτηση είναι το «ownership» (ιδιοκτησία θυγατρικής), δηλαδή η δυνατότητα που έχει κάποιος/α να αποκτήσει τη δική του/της θυγατρική εταιρεία και να γίνει «owner», δηλαδή «ιδιοκτήτης/ρια» - επιχειρηματίας χωρίς να έχει καταβάλει το παραμικρό χρηματικό ποσό για την εταιρεία του/της. Μέσα στο νεοφιλελεύθερο εταιρικό εργασιακό περιβάλλον ο/η «owner» παρουσιάζεται ως το ιδανικό μοντέλο ενός ανθρώπου με πετυχημένη καριέρα και ζωή.

Στις θυγατρικές εταιρείες που υπήρχαν στην Ελλάδα και την Κύπρο κατά την περίοδο διεξαγωγής της έρευνας μου η συντριπτική πλειοψηφία των owners ήταν άνδρες. Η μόνη εξαίρεση ήταν στη Θεσσαλονίκη, όπου τη διοίκηση των θυγατρικών εταιρειών την είχαν γυναίκες (Pήνα 2022, σ. 34, Rina 2022, σ. 113).

Στο Σχήμα 2 παρουσιάζεται ο «οργανισμός» της Μαρίας. Λέμε ότι η Μαρία έχει

«οργανισμό» και ότι εκείνη είναι «Organizational Head»⁴, διότι η εταιρεία της προήγαγε πέντε θυγατρικές εταιρείες. Αυτό σημαίνει ότι πέντε από τους/τις εξωτερικούς/ες πωλητές/ριες, που ανήκαν στην ομάδα της, κατάφεραν να ανοίξουν τις δικές τους θυγατρικές εταιρείες και να γίνουν και οι ίδιοι/ες «owners». Η Μαρία εξακολουθεί να «τρέχει»⁵ τη δική της εταιρεία, ταυτόχρονα όμως παίρνει ποσοστά από τις πωλήσεις των εταιρειών που βρίσκονται στον «οργανισμό» της. Η Μαρία είναι η μοναδική γυναίκα «Organizational Head» στην Ελλάδα και την Κύπρο και μια από τις ελάχιστες σ' όλη την πολυεθνική.



Σχήμα 2. Δομή εταιρειών στη Θεσσαλονίκη (Ρήνα 2023, σ. 289)

Όταν της ζήτησα να μου περιγράψει το ξεκίνημα της στην πολυεθνική μου είπε ότι ανέκαθεν ο στόχος της ήταν να ασχοληθεί με το Μάρκετινγκ, καθώς αυτό ήταν και το αντικείμενο των σπουδών της. Όταν τελείωσε τις σπουδές της είχε αποφασίσει να κάνει ένα μεταπτυχιακό στο εξωτερικό, προκειμένου να μπορέσει να καταρτισθεί κι άλλο στον κλάδο. Παρά το γεγονός ότι προέρχονταν από εύπορη οικογένεια αποφάσισε να εργαστεί και να μαζέψει μόνη της τα χρήματα που χρειαζόνταν για τα δίδακτρα του πανεπιστημίου. Αφού έκανε διάφορες δουλειές που σχετίζονταν με την προώθηση καταναλωτικών αγαθών, είδε τυχαία, όπως μου είπε, την αγγελία μιας εταιρείας μάρκετινγκ, η οποία αναζητούσε νέους ανθρώπους με όρεξη για δουλειά. Μη χάνοντας καθόλου χρόνο έστειλε το βιογραφικό της, έδωσε συνέντευξη και ξεκίνησε να εργάζεται γι' αυτή. Η Μαρία μου είπε ότι από το πρώτα κιόλας δεκαήμερο είχε συνειδητοποιήσει τον τρόπο λειτουργίας της εταιρείας και οραματίστηκε την εαυτή της ως επιχειρηματία. Εκπαιδεύτηκε στις πωλήσεις και άρχισε να κερδίζει από πολύ νωρίς αρκετά χρήματα, με αποτέλεσμα όπως μου είπε η ίδια:

«[...] Μετά από τις πρώτες τρεις μέρες, η δουλειά μου φάνηκε παιχνιδάκι,

⁴ «Organizational Head» είναι μια αρκετά απαιτητική προαγωγή, που ακολουθεί μετά από αυτή του/της «owner». Ο/η «Organizational Head» είναι αυτός/η που διοικεί έναν «οργανισμό», δηλαδή τουλάχιστον τέσσερις εξωτερικούς/ές πωλητές/ριες, οι οποίοι/ες εργάζονταν στη θυγατρική του/της όσο ήταν εκείνος/η «owner» και άνοιξαν οι ίδιοι/ες τις δικές τους εταιρείες. Ο/η «Organizational Head» εξακολουθεί να πληρώνεται αναλογικά με τις πωλήσεις της εταιρείας του/της, αλλά χάριν του Πολυεπίπεδου Μάρκετινγκ λαμβάνει κι ένα ποσοστό από τις πωλήσεις των θυγατρικών, που έχει στον οργανισμό του/της.

⁵ «Τρέχω μια εταιρεία» στην εταιρική κουλτούρα σημαίνει «διοικώ».

έτσι ήμουν πάντα ‘high roller’⁶ [...]. Κάθε μέρα, σε κάθε πόρτα που χτυπούσα εκεί έξω έδινα το 100% μου, το διασκέδαζα. Σκεφτόμουν πως κάθε μέρα εκεί έξω ήταν σαν ένα παιχνίδι κι η μόνη επιλογή μου ήταν η νίκη! [...].

Συνέχισε την εξιστόρηση της πορείας της αναφερόμενη και στη δυσκολία που αντιμετώπισε επειδή ήταν «πάντα η καλύτερη» στις πωλήσεις. Συγκεκριμένα μου είπε ότι εξαιτίας των υψηλών απαιτήσεων που είχε, του πάθους, της φιλοδοξίας και του «σαρωτικού, απόλυτου» χαρακτήρα της στη δουλειά, δυσκολευόταν πάρα πολύ να δημιουργήσει και να κρατήσει ομάδα γύρω της.

«[...] Ήθελα να γίνω ‘owner’ και γι’ αυτό τα λεφτά που έβγαζαν [τα μέλη της ομάδας της] δεν ήταν αρκετά. Έπρεπε να έχω ομάδα, να εκπαιδεύσω κόσμο. Ξέρω τι έφταιγε, ξέρω γιατί έφευγαν. Ήμουν πολύ απαιτητική. Δεν δεχόμουν κάποιος να έχει λιγότερα και διαφορετικά standards και φιλοδοξίες από εμένα [...]».

Προσπαθώντας να βρει λύση στο πρόβλημα, σκέφτηκε να φέρει στην εταιρεία να δουλέψουν οι φίλοι/ες της. Να κάνει δηλαδή «προσωπικές συστάσεις»⁷ (Pr’s). Με αυτόν τον τρόπο, πρώτον θα αποκτούσε την πολυπόθητη ομάδα, που θα την βοηθούσε να ανελιχθεί, δεύτερον, θα είχε ανθρώπους γύρω της που την ήξεραν και θα μπορούσαν να την ανεχτούν χωρίς να φύγουν και τρίτον, θα έδινε την ευκαιρία στους/στις φίλους/ες της να εργαστούν και να βγάλουν χρήματα. Στη συνέχεια, μου εξήγησε ότι παρόλο που είχε συγκροτήσει την ομάδα και ότι εκείνη ήταν αρκετά καλή στις πωλήσεις, η εξέλιξη και η επιτυχία της δεν ήταν μία εύκολη και χωρίς κόπο διαδικασία.

«[...] Ήμουν μόνο 23 χρονών. Τα είχα καταφέρει. Πάντως μην νομίζεις πως η επιτυχία ήρθε εύκολα. Ήρθε μετά από πολύ σκληρή δουλειά, επιμονή και προσήλωση στους στόχους μου. Ποτέ δεν είχα στη δουλειά δικαιολογίες και προβλήματα. Τα έβλεπα μόνο ως προκλήσεις και έβρισκα πάντα λύσεις. Όλα αυτά τα πέτυχα με μια ομάδα που ήταν παθιασμένη, είχε φιλοδοξίες, υψηλούς στόχους και δούλευα με τουλάχιστον τα ‘minimum standards’⁸. (Πήνα 2023, σ. 285).

Η αυτοπαρουσίαση της Μαρίας φέρνει προς συζήτηση τη σχέση της εργασίας και του νεοφιλελευθερισμού, καθώς και τον τρόπο με τον οποίο αυτά τα δυο μετατρέπουν τους/τις εργαζόμενους/ες σε *homo entrepreneurs* (επιχειρηματικά υποκείμενα). Συνακόλουθο αυτής της συζήτησης είναι το ζήτημα της εργασιακής επιτυχίας, η οποία επέρχεται έπειτα από σκληρή δουλειά, επιμονή και στοχοπροσήλωση.

Χρόνια μετά την συνέντευξη που μου είχε παραχωρήσει, βρήκα στην πλατφόρμα ενός μέσου κοινωνικής δικτύωσης τη Μαρία να παρουσιάζει για ακόμη μία φορά το επαγγελματικό της ταξίδι, αυτή την φορά με έναν πιο επίσημο και «επαγγελματικό» τρόπο. Ο λόγος ύπαρξης της περιγραφής αυτής ήταν για να αποτελέσει πρότυπο προς μίμηση και να δώσει κίνητρο στους/στις νέους/ες που ξεκινάνε να εργάζονται στην εταιρεία της. Ωστόσο, αυτό που μου έκανε εντύπωση ήταν η φράση με την οποία τελείωσε την παρουσίαση της: «[...] Με την εμπειρία μου θεωρώ πως η ισορροπία επαγγελματικής και προσωπικής ζωής αποτελεί την βάση για μια πετυχημένη καριέρα».

⁶ «High roller» είναι εκείνος/η ο/η εξωτερικός/ή πωλητής/ρια, που θα κάνει τις περισσότερες πωλήσεις ημερησίως και εβδομαδιαίως.

⁷ «Προσωπικές συστάσεις» (Pr’s) είναι τα άτομα που φέρνει στην εταιρεία για να εργαστούν ένας/μία εξωτερικός/ή πωλητής/ρια και αποτελούν την ομάδα του/της.

⁸ «Minimum standards»: αναφέρεται στο σύνολο των ημερήσιων πωλήσεων που πρέπει να κάνει ένας/μία εξωτερικός/ή πωλητής/ρια, που είναι η μία πώληση την ημέρα.

Εξακολουθώντας να παρακολουθώ ως σήμερα την επαγγελματική και προσωπική εξέλιξη της Μαρίας, κυρίως μέσα από την διαδικτυακή πλατφόρμα του Instagram, παρατηρώ ότι τόσο ο λόγος της όλα αυτά τα χρόνια όσο και τα προσωπικά στιγμιότυπα που ανεβάζει στην πλατφόρμα μετουσιώνουν τις βασικές αρχές του νεοφιλελεύθερου φεμινισμού. Παρουσιάζοντας με αυτόν τον τρόπο την εαυτή της να ενδυναμώνεται μέσα από τη δουλειά της από μικρή ηλικία, να είναι απόλυτα κυρίαρχη, ελεύθερη, αυτοδύναμη, υπεύθυνη, φιλόδοξη, ανταγωνιστική, επικεντρωμένη στην καριέρα της αλλά και ούσα πλέον στα 40 της μητέρα και σύζυγος, αναφέρεται σε ακόμη μία όψη της επιτυχίας της, στην εξισορρόπηση των οικογενειακών και επαγγελματικών της υποχρεώσεων. Το κάδρο της «πετυχημένης επιχειρηματία» που προβάλλει η Μαρία δεν συγκροτήθηκε «αναίμακτα». Έχοντας πλήρη συνείδηση του τρόπου με τον οποίο παίζεται το «εταιρικό παιχνίδι», όπως μου είπε, δεν είχε άλλη επιλογή παρά να παίξει με τους κανόνες του για να μπορέσει να πετύχει. Έτσι λοιπόν, από-θηλυκοποίησε το ντύσιμο της, υιοθέτησε δηλαδή ένα πιο ανδροπρεπές ντύσιμο, «οχυρώθηκε» πίσω από ένα απόμακρο και χωρίς συναισθηματισμούς προσωπείο, εργάστηκε πάνω από 14 ώρες καθημερινά, απομονώθηκε κοινωνικά και έθεσε ως προτεραιότητα της την ανάπτυξη της εταιρείας της. Στο τέλος όμως, αφού έφτασε στην επαγγελματική «κορυφή» έβαλε έναν άλλο στόχο, τη δημιουργία οικογένειας. Αναρωτιέμαι ωστόσο, κατά πόσο ο δεύτερος μεγάλος στόχος της, δηλαδή η μητρότητα και η οικογένεια, εκπορεύτηκαν από τη δική της επιθυμία και ανάγκη ή ήταν ένας μοχλός πίεσης, που εκπορεύτηκε από τον οικογενειακό και κοινωνικό της περίγυρο.

Ο «άγγελος τους γραφείου»

Στον αντίποδα της Μαρίας, αλλά και κάθε/μιας «owner», με τις ανεξέλεγκτες φιλοδοξίες και την καλπάζουσα επαγγελματική δράση, βρίσκεται ο/η «admin», η γραμματέας της κάθε θυγατρικής εταιρείας. Η «admin» αποτελούσε τον/τη μοναδικό/ή έμμισθο/η υπάλληλο της εταιρείας. Μιλώντας με βιολογικούς όρους θα μπορούσαμε να πούμε ότι για να μπορέσει να λειτουργήσει μια εταιρεία χρειάζεται την «καρδιά», που είναι η «admin» και το «μυαλό», που είναι ο/η «owner» (Ρήνα 2023, σ. 303). Ένας ακόμη διαχωρισμός, ο οποίος υπάρχει, αφορά το χωρικό πλαίσιο εργασιακής δράσης του/της «owner» και της «admin». Ο/Η «owner» ασχολείται και συντονίζει τις διαφημιστικές καμπάνιες, τις πωλήσεις και διαχειρίζεται τα όσα συμβαίνουν «εκτός» του οριοθετημένου εταιρικού χώρου. Από την άλλη μεριά, η «admin» αποτελώντας «δεξί χέρι» του/της «owner» ασχολείται με τα όσα συμβαίνουν «εντός» της εταιρείας, με το γραφειοκρατικό και οικονομικό κομμάτι. Αυτός ο διαχωρισμός αρμοδιοτήτων «εντός/εκτός» της εταιρείας παραπέμπει στη διάκριση των «χωριστών σφαιρών» (separate spheres), με την οποία ασχολήθηκαν συστηματικά οι φεμινίστριες ανθρωπολόγοι τη δεκαετία του 1970. Σύμφωνα με την παραπάνω διάκριση, οι άνδρες δρουν στη δημόσια σφαίρα και ασχολούνται με την παραγωγή, εν αντιθέσει με τις γυναίκες οι οποίες δρουν στην οικιακή σφαίρα, είναι υπεύθυνες για την αναπαραγωγή και επιτελούν τον ρόλο τους ως σύζυγοι και μητέρες (Μπακαλάκη 1994, σ. 18, Νάζου 2003, Παπαταξιάρχης και Παραδέλλης 2006, σ. 32, Karlsson 2011, σ. 138, Χαντζαρούλα 2012, σ. 6, Τσιμπιρίδου και Όζγκεν 2016). Η διάκριση των «χωριστών σφαιρών» φέρει στην επιφάνεια την πατριαρχική δόμηση της κοινωνίας, σύμφωνα με την οποία οι άνδρες και οι γυναίκες υπόκεινται σε ένα ιεραρχικό πλαίσιο, όπου οι άνδρες θεωρούνται ως «άνωτεροι» και έχοντες την εξουσία, ενώ οι γυναίκες ως «υποδεέστερες», «παθητικές» και «υποταγμένες».

Μέσα σε ένα παρεμφερές πλαίσιο εξουσίας/ υποτέλειας τοποθετείται και η σχέση του/της «owner» και της «admin», κατά την οποία τίθεται ως βασική προϋπόθεση για την εύρυθμη εταιρική λειτουργία η πλήρης «υποταγή» και προσαρμογή της «admin» στην ιεραρχική σχέση και τις απαιτήσεις του/της «owner». Η καθυπόταξη αυτή μετα-

τρέπει την «admin» σε «φύλακα άγγελο της εταιρείας και του 'owner'», όπως ανέφεραν σε ένα «admin's meeting»⁹. Η παρομοίωση της «admin» ως «φύλακα άγγελο» και η συγκεκριμένη συμπεριφορά που εκπορεύεται από αυτή, παραπέμπουν στο ποίημα του Coventry Patmore (1858) «The Angel in the House», στο οποίο ο ποιητής, θεωρώντας ότι η γυναίκα του αποτελεί το «ιδανικό» πρότυπο της Βικτωριανής περιόδου εξυμνούσε τις «αρετές»¹⁰ της, χαρακτηρίζοντας την ως τον «άγγελο του σπιτιού».

Έτσι λοιπόν, η «admin» οφείλει να είναι πάντα περιποιημένη, ευγενική, χαμογελαστή, ευδιάθετη και έτοιμη να εξυπηρετήσει όποιον/α της ζητήσει τη βοήθεια της. Οφείλει δηλαδή να πειθαρχεί ψυχή τε και σώματι στους επιβεβλημένους εταιρικούς κανόνες. Κανόνες που την δεσμεύουν μέσα σε ένα πολύ συγκεκριμένο πλαίσιο, όπου ο εταιρικός της ρόλος συγκροτείται πλήρως με τις επικρατούσες αντιλήψεις που εκπορεύονται από το κοινωνικό φύλο της. Ως εκ τούτου, η «admin» ταυτίζεται με τη «γυναικεία παθητικότητα», την έλλειψη πρωτοβουλίας, φιλοδοξιών και την καθυπόταξη της στον/στην «owner» και στην πολυεθνική.

Επιπρόσθετα, εκτός από τον τρόπο του φέρεσθαι και του φαίνεσθαι, η εταιρεία επιβάλλει στην «admin» και μια σειρά από δουλειές, οι οποίες δεν εμπεριέχονται στη σύμβαση της, εντούτοις θεωρούνται «ατύπως υποχρεωτικές». Η «admin» επιβαρύνεται με μια σειρά από «γυναικείες» δουλειές, που την μετατρέπουν σε «νοικοκυρά» και «οικοδόποινα». Ειδικότερα, έχει την αποκλειστική ευθύνη της καθαριότητας της ρεσεψιόν, δηλαδή να την σκουπίζει, να την σφουγγαρίζει και να την ξεσκονίζει σε καθημερινή βάση. Οι «δουλειές» αυτές δεν γίνονται αντιληπτές και ορατές από τους/τις εξωτερικούς/ες πωλητές/ριες ούτε από τους/τις νέους/ες συνεργάτες/ιδες, καθώς πραγματοποιούνται όταν φεύγουν οι πρώτοι/ες για τις διαφημιστικές καμπάνιες και πριν έρθουν οι δεύτεροι/ες στην εταιρεία.

Επιπλέον, όπως προαναφέρθηκε, η ρεσεψιόν μεταμορφώνει την «admin» και σε «οικοδόποινα», καθώς αποτελεί τον πρώτο και τον τελευταίο άνθρωπο, που αντικρύζουν όλοι/ες οι συνεργάτες/ιδες της εταιρείας. Κάθε φορά που κάποιος/α απευθύνεται στην «admin» εκείνη οφείλει να του/της μιλήσει όσο πιο ευγενικά, χαμογελαστά και ευδιάθετα μπορεί. Επιπλέον, είναι υπεύθυνη για τη διατήρηση της δημόσιας εταιρικής εικόνας αλλά και για τη σύναψη δικτύων με άλλες θυγατρικές εταιρείες και την πολυεθνική, επιβεβαιώνοντας με αυτόν τον τρόπο τα συμπεράσματα των Truss και συνεργατών (2012, σ. 4), σύμφωνα με τα οποία η γραμματέας αναδεικνύεται σε εταιρικό σύμβολο στάτους μέσω των «άτυπων προσόντων» της και των διαπροσωπικών της ικανοτήτων.

Η τροπικότητα της συμπεριφοράς της «admin» και οι δεξιότητες που οφείλει να κατέχει αποτελούν ένα πεδίο διαρκούς μάθησης. Η εκπαίδευση των «admins» είναι πολυμορφική και παρέχεται μέσω σεμιναρίων, meetings, εκπαιδευτικά μέιλ κτλ. Ειδικότερα, αυτό γίνεται μέσα από «λίστες συμβουλών», οι οποίες έχουν ως κοινό παρονομαστή τους τη διαμόρφωση ενός πανομοιότυπου μοντέλου «admin» και τη πειθαρχηση του σώματος της. Με αυτόν τον τρόπο, από τη μια μεριά, η «admin» μαθαίνει να εργάζεται εργαλειακά, δίχως να έχει τη δυνατότητα αυτόβουλης δράσης και ανάδειξης της προσωπικότητας της και από την άλλη, αυτός ο τόσο «καθοδηγητικός» και «σαρωτικός» τρόπος επιβολής μιας αυτοματοποιημένης και ομοιογενοποιημένης εργασίας εξασφαλίζει στην πολυεθνική έναν πρόσθετο ελεγκτικό μηχανισμό των εργαζομένων και των θυγατρικών της (Πήνα 2023, σ. 337).

Συμπεράσματα

⁹ «Admin's meeting» είναι τα εταιρικά meetings, που απευθύνονται αποκλειστικά και μόνο στις «admins» και έχουν παιδαγωγικό χαρακτήρα.

¹⁰ Το πρότυπο της Βικτωριανής γυναίκας έτσι όπως αυτό παρουσιάζεται από το ποίημα του Coventry Patmore (1858) είναι η γυναίκα που είναι χαριτωμένη, γοητευτική, αυτοθυσιαστική, πράα, ανιδιοτελής, υποταγμένη στην οικογένεια και στον σύζυγό της.

Το παρόν κείμενο προσπάθησε να αναδείξει τους τρόπους με τους οποίους ο καπιταλισμός, ο νεοφιλελεύθερος φεμινισμός και η πατριαρχία, χρησιμοποιώντας ως πρόσχημα τη γυναικεία χειραφέτηση, εκμεταλλεύτηκαν και εγκλώβισαν τις γυναίκες με «διπλά δεσμά», με μια «διπλή βάρδια», όπως υποστηρίζουν οι Hochschild και Machung (1989). Έτσι, οι γυναίκες έχοντας μια ψευδή αίσθηση «ανεξαρτησίας» κατέκλυσαν τον εργασιακό κόσμο, αγνοώντας την οικιακή και οικογενειακή δέσμευση, για τις οποίες εξακολουθούσαν να έχουν την αποκλειστική ευθύνη.

Τα τελευταία χρόνια, οι γυναίκες διεκδίκησαν ισότιμη θέση στις επιχειρήσεις με τους άνδρες. Για να το πετύχουν αυτό δημιούργησαν μια επιχειρηματολογική φάρετρα βασισμένη στον νεοφιλελευθερισμό και στη λογική του/της *homo entrepreneur*, δηλαδή του ατόμου εκείνου που είναι αποκλειστικά υπεύθυνο της προσωπικής του ευημερίας, της όποιας επιτυχίας και αποτυχίας και που δρα με σκοπό τη μεγιστοποίηση του προσωπικού του οφέλους, παρακάμπτοντας τη συλλογικότητα (Foucault 2012, Τσιμπρίδου 2013, Dardot και Laval 2014, Ganti 2014, σ. 95, Fernandez-Herrera και Martinez-Rodriguez 2016, σ. 316, Μπαξεβάνης 2018).

Σύγχρονες μορφές πετυχημένων γυναικών επιχειρηματιών, όπως η Sheryl Sandberg και η Ivanka Trump, αυτοπροβάλλονται στα κοινωνικά δίκτυα ως πρότυπα γυναικείας επιχειρηματικής δράσης, που καταφέρνουν παρά το υπερφορτωμένο πρόγραμμα τους να εξισορροπήσουν ανάμεσα στην καριέρα και στην οικογένεια τους (Wood 2019, Wrenn και Waller 2021, σ. 425). Αυτοχαρακτηριζόμενες ως φεμινίστριες και κάνοντας κάλεσμα προς τις γυναίκες της «μεσαίας και ανώτερης» τάξης, αναδεικνύουν ένα είδος φεμινισμού, τον νεοφιλελεύθερο φεμινισμό, ο οποίος εναρμονίζεται πλήρως με τις νεοφιλελεύθερες επιταγές της αγοράς, ενθαρρύνοντας το ατομικό συμφέρον και αποσιωπώντας ευρύτερα ζητήματα κοινωνικής δικαιοσύνης.

Μέσα από το εθνογραφικό μου παράδειγμα σε εταιρείες απευθείας πωλήσεων ανέδειξα το πως η εργασία δεν συνυφαίνεται με την γυναικεία ανεξαρτοποίηση από το πατριαρχικό πλαίσιο. Μελετώντας γυναίκες εργαζόμενες σε διαφορετικά εργασιακά πόστα και διαφορετικές ιεραρχικές βαθμίδες, διαπίστωσα ότι η γυναικεία εργασία εξακολουθεί ως τις μέρες μας να αποτελεί ένα «προϊόν» κατασκευασμένο και ζυμωμένο από την πατριαρχία, τις έμφυλες προκαταλήψεις, πλήρως υποταγμένο στους νόμους της αγοράς, του καπιταλισμού και του νεοφιλελευθερισμού. Ειδικότερα, η πολυεθνική εταιρεία προβάλλοντας ένα «αξιοκρατικό και ά-φυλο» τρόπο ανέλιξης στην εταιρική ιεραρχία, προσέλκυσε φιλόδοξες γυναίκες, οι οποίες εργαζόμενες αρχικά ως εξωτερικές πωλήτριες οραματίστηκαν τις εαυτές τους ως «owners», δηλαδή ως επιχειρηματίες. Στην προσπάθειά τους να ανταπεξέλθουν μέσα στο ανδροκρατούμενο, νεοφιλελεύθερο εταιρικό περιβάλλον έβαλαν την προσωπική και κοινωνική τους ζωή σε δεύτερη μοίρα, θέτοντας ως προτεραιότητα τους την καριέρα τους. Σε ένα δεύτερο χρόνο όμως, έχοντας κατακτήσει την επαγγελματική καταξίωση, προσπάθησαν να ταιριάξουν με τον έμφυλο «προκαθορισμένο» ρόλο τους, αυτόν της μητέρας και της συζύγου. «Χαμένες» μεταξύ των εργασιακών και οικογενειακών υποχρεώσεων, οι γυναίκες «owners» δεν αντιλαμβάνονται τα πατριαρχικά δεσμά, που τους έχουν επιβληθεί και θεωρώντας τις εαυτές τους ως πετυχημένες σε όλους τους τομείς της ζωής τους, προσπαθούν να αποτελέσουν πρότυπα όχι μόνο επιχειρηματικής αλλά και οικογενειακής επιτυχίας για τις γυναίκες που τώρα ξεκινάνε να εργάζονται στις θυγατρικές της πολυεθνικής.

Τέλος, από την άλλη μεριά, οι «admins» και ο ρόλος τους στις εταιρείες δημιουργήθηκε εξ' αρχής σε πλήρη ταύτιση με τις αντιλήψεις του κοινωνικού φύλου τους. Έτσι, η «admin» τοποθετήθηκε σε υποδεέστερη ιεραρχική θέση συγκριτικά με τους/τις «owners» και μετατράπηκε σε «σύζυγος του γραφείου» (office wife), σε «φύλακα άγγελο της εταιρείας και του 'owner'», σε νοικοκυρά, οικοδέσποινα και υπεύθυνη για την παροχή φροντίδας (Wichroski 1994, σ. 34, 38).

Βιβλιογραφία

Ελληνόγλωσση

Arruzza, C., Bhattacharya, T. και Fraser, N. (2022) *Φεμινισμός για το 99% Μανιφέστο*. Αθήνα: Εκτός Γραμμής.

Bettio, F. και Verashchagina, A. (2015) «Γυναίκες και άνδρες στην ευρωπαϊκή Μεγάλη Ύφεση» στο Καραμεσίνη, Μ. και Rubery, J. (επιμ.) *Γυναίκες και λιτότητα: Η οικονομική κρίση και το μέλλον της ισότητας των φύλων*. Αθήνα: Νήσος, σ. 95-126.
Foucault, M. (2012) *Η Γέννηση της Βιοπολιτικής: Παραδόσεις στο Κολλέγιο της Γαλλίας (1978-1979)*. Αθήνα: Πλέθρον.

Foucault, M. (2012) *Η Γέννηση της Βιοπολιτικής: Παραδόσεις στο Κολλέγιο της Γαλλίας (1978-1979)*. Αθήνα: Πλέθρον.

Καραμεσίνη, Μ. (2021) *Γυναίκες, φύλο και εργασία στην Ελλάδα*. Αθήνα: Νήσος.
Μπαξεβάνης, Χ. (2018) «Νεοφιλελευθερισμός-Νεοσυντηρητισμός: Τα δυο πρόσωπα του Ιανού» [διαδικτυακό]. Διαθέσιμο στο: <https://slpress.gr/ideas/neofilelytherismos-neosyntiritismos-ta-dyo-prosopa-toy-ianoy/> [Ανακτήθηκε: 15 Ιανουαρίου 2021].

Μπαξεβάνης, Χ. (2018) «Νεοφιλελευθερισμός-Νεοσυντηρητισμός: Τα δυο πρόσωπα του Ιανού» [διαδικτυακό]. Διαθέσιμο στο: <https://slpress.gr/ideas/neofilelytherismos-neosyntiritismos-ta-dyo-prosopa-toy-ianoy/> [Ανακτήθηκε: 15 Ιανουαρίου 2021].

Μπακαλάκη, Α. (1994) *Ανθρωπολογία: Γυναίκες και Φύλο*. Αθήνα: Αλεξάνδρεια.

Νάζου, Δ. (2003) *Οι Πολλαπλές Ταυτότητες και Αναπαραστάσεις τους σε ένα Τουριστικό Νησί των Κυκλάδων: Έπιχειρηματικότητα' και Έντοπιότητα' στη Μύκονο*. Πανεπιστήμιο Αιγαίο. Διδακτορική Διατριβή.

Παπαταξιάρχης, Ε. και Παραδέλλης, Θ. (2006) *Ταυτότητες και Φύλο στη Σύγχρονη Ελλάδα*. Αλεξάνδρεια: Αθήνα.

Ρήνα, Γ. (2014) *Εμφανίζοντας το σημάδι της βίας: Μια φεμινιστική και ανθρωπολογική προσέγγιση για την αύξηση της ενδο-οικογενειακής βίας στην Ελλάδα*. Πανεπιστήμιο Αιγαίου. Διπλωματική Εργασία.

Ρήνα, Γ. (2022) «Φύλο και Επιχείρηση: Προσεγγίζοντας ανθρωπολογικά τις γυναίκες επιχειρηματίες σε μια εταιρεία άμεσων πωλήσεων». *Πολιτισμός-Σύνορα-Κοινωνικό Φύλο/Μελέτες*, 1, σ. 28-40 [διαδικτυακό]. Διαθέσιμο στο: <https://ojs.lib.uom.gr/index.php/cbgs/issue/view/652> [Ανακτήθηκε: 17 Οκτωβρίου 2023].

Ρήνα, Γ. (2023) *Be something more: Ελαστικές μορφές εργασίας και έμφυλη επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα της οικονομικής κρίσης*. Πανεπιστήμιο Μακεδονίας. Διδακτορική διατριβή.

Rottenberg, C. (2021) «Η οικειοποίηση του φεμινισμού από τον νεοφιλελευθερισμό και οι έμφυλοι αγώνες του 99%» [online]. Διαθέσιμο στο: <https://pass-world.gr/h-oikeiopoiesi-tou-feminismou-apo-ton-neofileleutherismo-kai-oi-emfyloi-agwnes-tou-99/> [Ανακτήθηκε: 12 Ιανουαρίου 2023].

Τσιμπιρίδου, Φ. (2013) «Γίνεσθαι μειονότητα»: βιοπολιτικές, εμπειρίες επισφάλειας και μεταιχμιακή τροπικότητα στο *Λόγοι, πολιτικές, ζωή τον καιρό της κρίσης*, Κοινωνικό Εργαστήριο Θεσσαλονίκης. Θεσσαλονίκη: ΕΝΕΚΕΝ, σ. 85-105.

Τσιμπιρίδου, Φ. (με τη συμβολή της Νεσέ Οζγκέν). (2016) *Ο Ερντογάν και οι μά-*

γισσες. Νόμος, κώδικες, φετβάδες και βιασμοί κοριτσιών εντός και εκτός γάμου στην Τουρκία, ΧΡΟΝΟΣ, 44, [online]. Διαθέσιμο στο: <https://chronos.fairead.net/tsibiridou-erdogan-magisses> [Ανακτήθηκε 10 Οκτωβρίου 2022].

Χαντζαρούλα, Π. (2012) Μεταξύ Οικειότητας και Παρανομίας: Οι ρίζες της έμμισθης οικιακής εργασίας και η σχέση της με την μετανάστευση, Φάμπρικα * Υφανέτ, σ. 1-28 [διαδικτυακό]. Διαθέσιμο στο: <https://yfanet.espivblogs.net/files/2019/10/%CE%BC%CE%B5%CF%84%CE%B1%CE%BE%CF%85%CE%BF%CE%B9%CE%BA%CE%B5%CE%B9%CE%BF%CF%84%CE%B7%CF%84%CE%B1%CF%82%CE%BA%CE%B1%CE%B9%CF%80%CE%B1%CF%81%CE%B1%CE%BD%CE%BF%CE%BC%CE%B9%CE%B1%CF%82%CF%84%CE%B5%CE%BB.pdf> [Ανακτήθηκε: 17 Οκτωβρίου 2023].

Ξενόγλωσση βιβλιογραφία

Bergmann, B. (1986) *The Economic Emergence of Women*. New York: Basic Books.

Biggart, N. (1989) *Charismatic Capitalism: Direct Selling Organizations in America*. Chicago: University of Chicago Press.

Boserup, E. (1970) *Women's Role in Economic Development*. London: George Allen and Unwin.

Castro, I. (1998) *Equal Pay: A Thirty-Five Year Perspective*. Washington: Women's Bureau (DOL).

Cudd, A. and Holmstrom, N. (2010) *Capitalism, For and Against: A Feminist Debate*. Cambridge: Cambridge University Press.

Dalingwater, L. (2018) "Neo-liberalism and Gender Inequality in the Workplace in Britain", *Revue Française de Civilisation Britannique*, 23(1), pp. 1-15.

Dardot, P. and Laval, C. (2014) *The New Way of the World: On Neoliberal Society*. London & New York: Verso.

Eisenstein, H. (2009) *Feminism Seduced: How Global Elites Use Women's Labor and Ideas to Exploit the World*. Boulder: Paradigm Publishers.

Ganti, T. (2014) "Neoliberalism", *Annual Review of Anthropology*, 43, pp. 89-104.

Goldin, C. (2006) "The Quiet Revolution That Transformed Women's Employment, Education, and Family", *American Economic Review*, 96(2), pp. 1-21.

Harris, D. (2022) "Women, Work and Opportunities: From Neoliberal to Feminist Mentoring", *Sociology Compass*, 16(3), pp. 1-14.

Hartmann, H. (1979) "The Unhappy Marriage of Marxism and Feminism: Towards a more Progressive Union", *Capital & Class*, 3(2), pp. 1-33.

Hochschild, A. and Machung, A. (2012) *The Second Shift: Working Families and the Revolution at Home*. New York: Penguin Books.

Hooks, B. (2000) *Feminism is for Everybody: Passionate Politics*. London: Pluto Press.

Farris, S. R. (2013) "Neoliberalism, Migrant Women and the Commodification of

Care". *The Scholar & Feminist Online* [online]. Available at: <https://sfonline.barnard.edu/neoliberalism-migrant-women-and-the-commodification-of-care/> [Accessed: 02 February 2020].

Fernández-Herrería, A. and Martínez-Rodríguez, F. M. (2016) "Deconstructing the neoliberal 'Entrepreneurial Self': A critical perspective derived from a global 'biophilic consciousness'". *Policy Futures in Education*, 14 (3), pp. 314-326.

Karlsson, A. (2011) "Occupational Identity in Administrative Service Work: The Aspect of Carefulness". *Gender, Work and Organization*, 18(S1), pp. 132-156.

Patmore, C. (1858) *The Angel in the House*. London: John Parker and Son, West Strand.

Rina, G. (2022) "Women and Entrepreneurship in Greece: An Anthropological Research on Challenges Women Face in Door-to-Door Marketing" in Roth, K., Luleva, A. and Benovska, M. (ed.) *Emotions, Senses and Affects in the Context of Southeast Europe, Ethnologia Balkanica*, 23, pp. 107-122.

Roberts, A. (2012) "Financial Crisis, Financial Firms... and Financial Feminism? The Rise of 'Transnational Business Feminism' and the Necessity of Marxist-Feminist IPE", *Socialist Studies/Études socialistes*, 8(2), pp. 85-108.

Rottenberg, C. (2014) "The Rise of Neoliberal Feminism". *Cultural Studies*, 28 (3), pp. 418-437.

Sandberg, S. (2013) *Lean In: Women, Work and The Will to Lead*. UK: WH Allen.

Slaughter, A-M (2012) "Why Women Can't Have it All?" [online]. Available at: <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2012/07/why-women-still-cant-have-it-all/309020/> [Accessed: 17 October 2023].

Tilly, L. and Scott, J. (1989) *Women, Work and Family*. London: Routledge.

Truss, C, Alfes, K., Shantz, A. and Rosewarne, A. (2012) "Still in the Ghetto? Experiences of Secretarial Work in the 21st Century", *Gender, Work and Organization*, 20(4), pp. 349-363.

Wichroski, M-A. (1994) "The Secretary: Invisible Labor in the Workworld of Women", *Society for Applied Anthropology*, 53(1), pp. 33-41.

Wren, M., & Waller, W. (2021) "Boss Babes and Predatory Optimism: Neoliberalism, Multi-level Marketing Schemes, and Gender". *Journal of Economic Issues*, 55 (2): 423-431.

Wood, J. (2019) "The Lies of the Bossbabes - How MLMs are Holding Back Feminism" [online]. Available at: <https://medium.com/@woodthewriter/the-lies-of-the-bossbabes-how-mlms-are-holding-back-feminism-9cf5607c746e> [Accessed: 23 September 2022].

Wren, M. and Waller, W. (2021) "Boss Babes and Predatory Optimism: Neoliberalism, Multi-level Marketing Schemes, and Gender". *Journal of Economic Issues*, 55(2), pp. 423-431.