

# LA CULTURA DE LA CONFIANZA al banquillo

*Un reciente libro cuestiona cómo mensajes o consejos dirigidos a las mujeres para “amar su cuerpo” o “creer en sí mismas” se han transformado en una suerte de imposiciones y que las frenan. Es la llamada “Cultura de la Confianza” que llama a “arreglar” a las mujeres, y no al mundo.*

Por NATALIA DEL CAMPO S. Ilustración: FRANCISCO JAVIER OLEA.

Las frases son conocidas: “Confía en ti, tú puedes”, “a veces eres tu peor enemigo” o “la falta de confianza te está frenando”. Son afirmaciones que abundan en libros de autoayuda o programas de entrenamiento para mujeres que trabajan, son madres o quieren superar un problema emocional o incluso buscan mejorar su vida afectiva. Los consejos saltan de las páginas, y se amplifican en redes sociales.

Las investigadoras Shani Orgad, doctorada en Comunicación y Medios en London School of Economics y Rosalind Gill, socióloga y profesora de análisis social y cultural en City University de Londres, abordan el mito de la autoestima en “Confidence Culture”, un libro en el que analizaron los mensajes que los medios y las redes sociales dirigían a las mujeres. Después de revisar muchos manuales con consejos para tener amor propio y alcanzar el éxito encontraron un denominador común: el éxito que se logra en cualquier ámbito de la vida está relacionado a la propia autoestima y a la confianza que se ha logrado tener.

“La cultura de la confianza nos dice que arreglemos a las mujeres, no al mundo”, dice Shani Orgad por correo electrónico desde Londres y explica: “Establece un conjunto completamente nuevo de expectativas sobre las mujeres: tienen que ser seguras, resistentes, positivas, perfectamente imperfectas... Presiones que crean tensiones intolerables”.

Los mensajes de autoconfianza exigen que las mujeres realicen un trabajo intensivo sobre sí mismas, desde cambiar la forma en que se ven, se comunican y ocupan el espacio para construir un interior más seguro. ¿Cómo? a través de prácticas de gratitud, afirmaciones, amistad con uno mismo, mensajes que pueden ser bien intencionados desde, por ejemplo, *influencers* que a menudo se posicionan

como feministas y con ganas de ayudar a las mujeres. Pero que para las investigadoras no consideran las desigualdades estructurales y las injusticias sociales.

## AMAR TU CUERPO

No “querer” tu propio cuerpo también es un ámbito de la confianza que a menudo se presenta como un problema psicológico que las mujeres se hacen a sí mismas. La psicóloga Alejandra Energici se ha dedicado a estudiar en profundidad fenómenos como

el Body Positive y considera que este tipo de mensajes en torno al “ama tu cuerpo y tus curvas” son riesgosos. Pone como ejemplo a una mujer que le dijo en una entrevista para su investigación sobre el sobrepeso: “Cómo yo voy a querer mi cuerpo si siempre he aprendido a taparlo porque es aquello que me hace vulnerable”.

Energici llama la atención sobre los altos datos de agresiones físicas a mujeres que existen en Chile —como los más de 100 femicidios frustrados al año— y por eso le preocupa que este tipo de autoayuda exponga su vulnerabilidad aumentando las posibilidades de ser agredidas.

En sus investigaciones la violencia de las personas hacia la gordura aparece como autorizada socialmente y relacionada con la autoconfianza.

—Te dicen que si uno se quiere, entonces te cuidas y si esta persona quisiera que no la molestemos se querría y se cuidaría — describe la académica de la Universidad Alberto Hurtado, para quien lo complejo es poner la responsabilidad de la violencia en el individuo y no en la sociedad que la ejerce.

## REINA DEL AMOR PROPIO

En los mensajes de autoayuda o en la cultura de la confianza la relación problemática de las mujeres con su cuerpo es el resultado de “ideas tontas que tienen en su cabeza”, como destacan las investigadoras británicas. “Se les dice que son ideas que pueden revertir en lugar de darnos cuenta que hay una industria que durante décadas les ha dicho a las mujeres que deberían ser más delgadas, parecer más jóvenes y arreglar sus defectos”, comenta Shani Orgad.

Un ejemplo de confianza en sí misma es la cantante



Lizzo quien desde 2019 cuando explotó su popularidad ha defendido a las mujeres negras, a la comunidad LGBTQ y a las mujeres de todos los tamaños.

Para Gill y Orgad, Lizzo es la reina del amor propio, una revolución, pero aunque reproduce muchos de los temas que critican, aplauden que la cantante haga visible el trabajo que hay detrás de la confianza. “Siempre subraya que depende del apoyo de su familia, que no se consiguen triunfos en soledad y eso va en contra de la cultura individualista de la confianza”.

## HAPPYCRACIA

Antes de la moda por la autoconfianza individual, despegó a fines de los 90 en Estados Unidos la ciencia de la felicidad. Las recetas para obtenerla en el trabajo y en la vida individualmente a través de terapias, servicios de *coaching* y aplicaciones forman parte de una poderosa industria que fue bautizada como Happycracia por el psicólogo español Edgar Cabañas. En su libro revela cómo la ciencia y la industria de la felicidad controlan nuestras vidas y la sensación de culpa que ocurre al darnos cuenta que no hay autoayuda para problemas estructurales y colectivos. Nuevamente, la felicidad se ve como algo que se genera a través de los esfuerzos de los individuos que trabajan en sí mismos, más que a través de intervenciones sociales.

“Pero a diferencia de la industria de la felicidad y la autoayuda, la cultura de la confianza está dirigida principalmente a las mujeres”, enfatiza Shani Orgad poniendo como ejemplo la tendencia de decirles a las mujeres que tienen que mejorar su autoestima en el trabajo, que tienen obstáculos psicológicos “internos” o “heridas autoinfligidas” como las dudas o el perfeccionismo que las frenan para crecer laboralmente, en lugar de mirar las políticas de la empresa que las discriminan institucionalmente.

—¿Qué pasa con los hombres?

—Como dice este libro, a los hombres no se les llama a la

## Los mensajes de autoconfianza exigen que las mujeres realicen un trabajo intensivo sobre sí mismas, en vez de hacia el mundo.

autoconfianza, se asume que son seres que confían en sí mismos, por qué dudarían. Eso ya te muestra un primer mapa —piensa Alejandra Energici, psicóloga y doctora en Sociología de la Universidad Alberto Hurtado.

Aunque existen mensajes de confianza dirigidos al mundo masculino, Orgad y Gill examinaron que los que reciben los hombres tienen una orientación ligada al éxito, al rendimiento y al logro, por ejemplo, en conseguir más citas amorosas. Mientras que en las mujeres se apela a una falla profunda que hay que corregir y trabajar. Si para los hombres la presión por lograr el objetivo es temporal, para las mujeres es un trabajo continuo para el que siempre hay que trabajar más.

## CLIMA DE CONFIANZA

Encerrados en casa durante una pandemia por casi dos años, el mundo comenzó a consumir mucho contenido para lograr el bienestar, meditar y dormir mejor. Pese a que el covid-19 expuso injusticias y desigualdades sociales, paradójicamente existió una proliferación de mensajes de autoayuda y autocuidado con melodías “edificantes”, exhortaciones diarias a hacer ejercicio y televisión “para sentirse bien”. La App Calm alcanzó los 40 millones de descargas en todo el mundo y se vendió como la aplicación más feliz del mundo.

Para la socióloga Shani Orgad, aplicaciones como estas una vez más alientan a las mujeres a mirar hacia adentro con el fin de mantenerse positivo y practicar el cuidado personal en lugar de transformar las condiciones estructurales que las han afectado de manera desproporcionada. “Se alienta a las mujeres a trabajar en ellas mismas y cambiar su forma de pensar, sentir y comportarse en vez de cuestionar el orden que creó la llamada crisis de confianza que sufren las mujeres, y la lucha y dolor que experimentan. Por ejemplo, tener que trabajar diecisiete horas al día, tener un trabajo precario, estar constantemente privado de sueño”, ejemplifica Orgad.

Alejandra Energici recuerda que en Chile cuando cerraron los colegios por las cuarentenas las que asumieron su pérdida fueron las mujeres. Pero desde antes de la pandemia que las mujeres tienen una sobrecarga mayor en el trabajo doméstico, realizando 3 horas más de trabajo de cuidado que los hombres.

—Una mujer cansada, agotada y además le dicen que tiene que quererse. Casi cruel, de mal gusto y hasta violento si lo piensas —reflexiona Alejandra Energici. La psicóloga cree que la autoconfianza es una manera de justificar la desigualdad. Lo explica:

—Como no vas a dudar si no se te reconoce por tu trabajo social y remuneradamente.

En Confidence Culture las autoras enfatizan que no están en contra de la confianza femenina en sí misma. “¿Quién estaría en contra de la idea de hacer que las mujeres se sientan más cómodas en su propia piel o en el trabajo?”, se pregunta Shani Orgad y aclara: “Es importante mantener la importancia de la confianza femenina, pero hay que cambiar el énfasis de que las mujeres y niñas tienen que trabajar y cuidarse a sí mismas porque nadie más lo hará. En un clima de confianza, el gobierno, las corporaciones, los lugares de trabajo, el sistema educativo invierten en apoyar a las mujeres y otros grupos desfavorecidos para combatir la desigualdad”, concluye. ■

“NOSOTROS MISMOS  
NOS HACEMOS ESTO”

“SI CREES EN TI  
LO LOGRARÁS”

“A VECES ERES  
TU PEOR ENEMIGO”

“CONFÍA EN TI, TÚ PUEDES”