

VISIBILIZANDO ESTRATEGIAS DE AGENCIA Y EMPODERAMIENTO ECONÓMICO: EL CASO DE LAS MUJERES DE ORIGEN PAKISTANÍ EN BARCELONA

MAKING STRATEGIES OF AGENCY AND ECONOMIC EMPOWERMENT VISIBLE: THE CASE OF PAKISTANI WOMEN IN BARCELONA

BERTA GÜELL TORRENT*, MARINA ARRASATE HIERRO-OLAVARRÍA** y ARIADNA SOLÉ ARRARÁS***

Resumen: Las mujeres migrantes y musulmanas se enfrentan a una imagen estereotipada de amas de casa y sujetas pasivas en sus procesos de incorporación a la sociedad receptora, que asume su invisibilidad en el mercado laboral como un atributo intrínseco y “natural”. El presente artículo pretende cuestionar esta imagen y arrojar luz sobre los procesos de agencia en el ámbito de la economía productiva y reproductiva del colectivo de mujeres de origen pakistaní en Barcelona. En particular, se examinan los obstáculos de carácter estructural y cultural que las mujeres experimentan para acceder al mercado laboral, así como las estrategias de agencia y empoderamiento que despliegan para sortearlos. A partir de dos investigaciones recientes centradas en este colectivo, los resultados muestran cómo la agencia se encuentra imbricada (“embedded”) (Khurshid, 2015) en los constreñimientos estructurales de la sociedad receptora, así como en el sistema de valores e ideologías de género patriarcales de la comunidad pakistaní.

Palabras clave: género; agencia; empoderamiento; migración pakistaní.

* Investigadora postdoctoral, CIDOB y GEDIME/CER-Migracions, Universitat Autònoma de Barcelona.

** Investigadora asociada – Universitat Autònoma de Barcelona.

*** Profesora colaboradora – Universitat Oberta de Catalunya.

Abstract: *Migrant Muslim women are confronted with a stereotyped image of housewives and passive subjects in their processes of incorporation into the host society, that assumes their invisibility in the labour market as intrinsic and “natural”. This article pretends to question this image and shed light on the agency processes of Pakistani women in Barcelona in the field of productive and reproductive economy. In particular, it seeks to examine the structural and cultural obstacles that these women face when accessing the labour market, as well as the agency and empowerment strategies they deploy to overcome them. Based on two recent studies focused on this group, the results show that agency is embedded (Khurshid, 2015) in the structural constraints of the host society, as well as in the system of values and patriarchal gender ideologies of the Pakistani community.*

Key words: *gender; agency; empowerment; Pakistani migration.*

INTRODUCCIÓN

Las representaciones sociales alrededor de las mujeres inmigrantes se encuentran polarizadas entre su invisibilización como agentes activos en los procesos migratorios y su hipervisibilización como eternas víctimas de sociedades patriarcales sin capacidad de decisión (Pavón, 2014). Su homogeneización como mujeres sumisas y garantes de la familia tradicional las marca como portadoras de valores esencialistas y atemporales, y contribuye a su identificación como símbolos de la otredad cultural (Nash, 2007). Asimismo, las mujeres musulmanas (especialmente las que llevan velo¹) se enfrentan a una serie de prejuicios y estereotipos vinculados a la opresión y el subdesarrollo (Zine, 2006). Se establece una dicotomía entre Oriente y Occidente, donde “ellas” se presentan como víctimas de

¹ Con el término general de “velo” o “pañuelo islámico” nos referimos a distintas prendas usadas para cubrir el cabello de las mujeres y guardar su modestia. Entre las mujeres de origen pakistaní, las más habituales son el *dupatta* (característico del continente asiático que cubre los hombros o la cabeza pero no necesariamente todo el pelo) y el *hijab* (común entre mujeres musulmanas de distintos orígenes que cubre el cabello y el cuello), siendo mucho más minoritario el uso del *niqab* (prenda que cubre la cabeza y el cuerpo, dejando a la vista sólo los ojos).

sociedades misóginas, mientras que las “mujeres occidentales” (“nosotras”) se consideran modernas, educadas y con control sobre su cuerpo (Mendoza, 2017; Bilge, 2010; Mijares y Ramírez, 2008; Pàmies, 2006; Mohanty, 2003).

Como mujeres, inmigrantes y musulmanas, las mujeres de origen pakistaní² en España también se enfrentan a una imagen encapsulada de amas de casa con una vida centrada en el hogar (véase, por ejemplo, Desrués (2009)). Si bien esta noción refleja una parte de la realidad, este artículo quiere mostrar la heterogeneidad del colectivo, poniendo de relieve la existencia de perfiles diversos. En particular, se centra en las estrategias de agencia y empoderamiento en el ámbito económico (productivo y reproductivo) desplegadas por las mujeres de origen pakistaní en la ciudad de Barcelona frente a una serie de obstáculos de carácter estructural y cultural. Esto es con el triple fin de: visibilizar y contrarrestar tal imagen estereotipada, llenar un vacío de conocimiento ante la ausencia de estudios centrados en este colectivo y contribuir al debate académico sobre los procesos de agencia ejercidos por mujeres migrantes.

Desde una perspectiva teórica, el concepto de “agencia imbricada” (Khurshid, 2015) permite dar cuenta de los constreñimientos sociales y culturales bajo los cuales se ejerce la capacidad de decisión y acción en un contexto determinado. Asimismo, empleamos el concepto de “empoderamiento económico” para referirnos a la capacidad de decisión y control sobre los recursos domésticos (Murguialday et al., 2008) en relación a las estrategias de agencia de la esfera reproductiva. Atendiendo a la especificidad de las mujeres de origen pakistaní, la perspectiva interseccional (Crenshaw, 1989) permite analizar cómo se desarrolla la agencia a partir del cruce de identidades múltiples en clave de género, clase, origen étnico/racial y religión. Esto es desde una mirada que recoge las experiencias que se construyen desde subjetividades dinámicas y flexibles.

La estructura del artículo consta de un marco teórico, una sección de contexto con datos sociodemográficos y laborales del colectivo de mujeres pakistaníes en Cataluña y Barcelona y una sección

² Este artículo habla indistintamente de “mujeres de origen pakistaní” y de “mujeres pakistaníes” para referirse a mujeres nacidas tanto en Pakistán como en España (aunque las últimas son minoritarias). Se trata de una denominación que no pretende estigmatizar (manteniendo la condición de extranjera), sino facilitar la lectura.

de metodología que introduce las dos investigaciones que sustentan este trabajo. A continuación, se presentan los resultados en dos partes: la primera trata los obstáculos en el acceso al mercado laboral (distinguiendo entre aquellos de carácter estructural y cultural) y la segunda se centra en las estrategias de agencia y empoderamiento para superar tales obstáculos poniendo en relación los ámbitos productivo y reproductivo. Finalmente, las conclusiones del artículo recogen las principales aportaciones empíricas en una figura resumen en diálogo con el marco teórico.

1. MARCO TEÓRICO: LA AGENCIA IMBRICADA Y EL EMPODERAMIENTO ECONÓMICO

El concepto de agencia a menudo se ha usado de forma abstracta y con diferentes significados. Desde la literatura feminista, se ha tendido a utilizar como sinónimo de libre elección sin apuntar a las restricciones a las que se ve sometida, o como una forma de resistencia a las estructuras de poder (como explican Bilge (2010) o Ahearn (2013)). Sin embargo, algunos autores/as apuntan la necesidad de acotar el concepto desde un posicionamiento más crítico, refiriéndose a la agencia “situada” (Peter, 2003), “restringida” (Hoan et al., 2016) o “imbricada” (*embedded*) (Khurshid, 2015). Estas nociones de agencia aluden a las limitaciones que ejercen las estructuras sociales y las relaciones de poder en la capacidad de actuar y tomar decisiones de forma individual y colectiva³. Por otro lado, la agencia, o las “manifestaciones de la agencia” (Bespinar, 2010), no tienen por qué cuestionar el *status quo*, sino que pueden mostrarse cómplices, ambivalentes o incluso indiferentes. En este sentido, la agencia oposicional que resiste las diferencias de poder es solo un tipo (Ahearn, 2013), mientras que otros se refieren a cuestiones de conocimiento y conciencia (agencia representacional) o a cuestiones de poder y elección (agencia residencial) (Kockelman, 2007).

En la línea de Bespinar (2010), Khurshid se refiere al ejercicio de una “agencia imbricada” (aludiendo a los trabajos de Messner

³ Se trata de un aspecto ya apuntado por Bourdieu (2011) en relación a las estrategias de reproducción social y a la formación de los distintos tipos de capital.

(2000), Trautner (2005), Korteweb (2008) y Utrata (2011)) histórica y localmente situada. Aplicado al caso de las mujeres pakistaníes educadas (*parhi likhi*), la agencia imbricada implica un aumento de su margen de maniobra en términos de un mayor acceso al mundo laboral, al tiempo que refuerza los roles de género y reproduce las jerarquías sociales. Khurshid problematiza la narrativa de la modernidad que presenta el empoderamiento de género como una expresión de elección individual frente a la opresión ejercida por la familia, la religión o la comunidad y sugiere que las luchas y las negociaciones a menudo se producen no ‘contra’ sino ‘dentro’ de estas instituciones (Khurshid, 2015, p. 100). La crítica de Khurshid coincide con las observaciones de Bespinar (2010) y Wray (2004), según las cuales, las conceptualizaciones que se han hecho de la agencia no han tenido suficientemente en cuenta los contextos en los cuales se desarrolla ni los *backgrounds* de las mujeres que la ejercen, y han tendido a enmarcarlas bajo una lente eurocéntrica.

Por otro lado, Brah (1993, 1996) define la agencia como relacional y reflexiona sobre la naturaleza imbricada de las dimensiones estructurales y culturales, y sobre cómo las diferentes jerarquías y relaciones de poder delinean el terreno dentro del cual esta agencia se ejerce. En línea con el paradigma de la interseccionalidad (Crenshaw, 1989), Brah observa que las dimensiones estructurales, culturales y de agencia están atravesadas por los ejes de categorización social clásicos como la clase, el género y la etnicidad, además de otros como la religión, especialmente en el caso del colectivo musulmán. Estos ejes condicionan la cotidianeidad de las mujeres migrantes, y pakistaníes en particular, en términos de acceso al mundo laboral, a la salud o a la educación. Situar la agencia desde el paradigma de la interseccionalidad permite, pues, entender las relaciones sociales de las mujeres no solo desde la identidad de género, sino también desde otras identidades socialmente construidas, que pueden adoptar una dimensión transnacional (Hoan et al., 2016). Este marco analítico supone un importante cambio de enfoque respecto a las investigaciones basadas en el modelo del choque cultural (*culture clash*) que atribuyen las dificultades de incorporación de las mujeres pakistaníes exclusivamente a aspectos relacionados con la ‘cultura de origen’ (Goicoechea, 2011; Ghuman, 2003; Tanna, 1990).

El modelo analítico de Brah ha inspirado numerosos estudios acerca de los obstáculos en la inserción laboral a los que se enfrentan las mujeres pakistaníes en el contexto británico que señalan que

las tasas de participación de las mujeres en el mercado laboral son, en general, muy bajas. Autores como Shaw (2000), Dale et al. (2002), Brown (2006) y Mansi (2012) explican que las bajas cualificaciones y la escasa competencia en inglés, combinadas con las ideologías de género que sitúan a la mujer en el ámbito reproductivo, limitan drásticamente la inserción de las mujeres de la primera generación, pero afectan a sus hijas en mucha menor medida. Tyrer y Ahmad (2006, p. 29) observan que las mayores dificultades a las que se enfrentan estas jóvenes son el racismo y la islamofobia de género (Zine, 2006) presentes en el mercado laboral. Dale et al. (2002, p. 28) apuntan a la importancia que tiene la elección de un determinado tipo de carreras y profesiones que no entre en contradicción con el honor familiar y añaden que, independientemente de los niveles educativos, las jóvenes priorizan el cuidado de sus hijos durante los primeros años de vida, lo cual implica serias dificultades a la hora de mantener su posición y estatus laboral.

Frente a estos obstáculos, se estudia el concepto de agencia en relación a la adopción de estrategias laborales (Bespinar, 2010) y de empoderamiento económico vinculado a la capacidad de decisión sobre la organización de los recursos domésticos (Murguialday et al., 2008)⁴. En ocasiones, estas estrategias suponen una manera práctica de enfrentarse a las limitaciones estructurales e individuales, pero no necesariamente un medio de empoderamiento colectivo (Bespinar, 2010). En este sentido, Moser (1993, a partir del trabajo de Molyneux (1985)) establece una distinción entre “intereses de género prácticos”, que no implican cambios a largo plazo y se centran en el individuo, e “intereses de género estratégicos o colectivos” que aspiran a una transformación de base y a una organización social más igualitaria.

Las estrategias de agencia en el ámbito económico también se observan en los estudios sobre economía étnica, configurada como

⁴ Esta noción de empoderamiento económico está conectada con algunas aportaciones de la literatura de la cooperación al desarrollo y la feminización de la pobreza como las de Amartya Sen (véase por ejemplo Sen, 1996). El esfuerzo aquí radica en medir la capacidad de decisión de las mujeres en aspectos económicos en contextos empobrecidos del Sur global (Narayan, 2005). Algunos de estos indicadores (p.e. nivel de ingresos, capacidad de consumo, propiedad de bienes, capacidad de decisión sobre los recursos del hogar, acceso al mercado laboral) se han utilizado en el primer estudio coordinado por Güell y Solé Arraràs (2018) que sustenta este artículo.

el conjunto de negocios donde propietarios y empleados comparten la misma etnicidad (Light y Gold, 2000). En este campo, la agencia suele entenderse como la toma de decisiones activa que conduce al autoempleo (Brettell y Kirstoffer, 2007, p. 384), enfatizando factores de corte individual o estructural (Rath y Swagerman, 2016; Cedeberg y Villares, 2019). Desde la perspectiva de género, en un estudio sobre las relaciones de género en los negocios pakistaníes de Manchester, Mirza (2013) relaciona la agencia y el empoderamiento con la acumulación de capital humano de las mujeres, el control de su trabajo, el acceso a recursos y la capacidad para ejercer control y poder dentro de sus familias y empresas. Asimismo, Mansi (2012) observa que la economía étnica proporciona oportunidades laborales ante la discriminación del mercado laboral general que sufren las mujeres musulmanas ubicadas en Israel, en línea con lo que apunta Arjona (2007) en Almería (España).

2. EL COLECTIVO DE MUJERES DE ORIGEN PAKISTANÍ EN BARCELONA

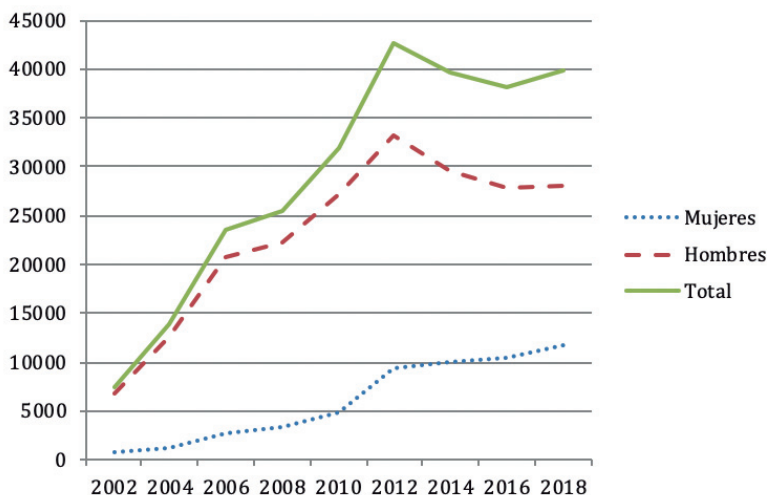
En los años setenta llegaron las primeras personas de origen pakistaní a Barcelona coincidiendo con el endurecimiento de las políticas migratorias de otros países europeos. Como refleja el gráfico 1, el crecimiento más espectacular del colectivo tuvo lugar a partir de 2001 gracias a la expansión económica del país, la posibilidad de regularizar más fácilmente la situación administrativa y la presencia de redes familiares y étnicas en el contexto local (Tolsanas, 2007). A partir de 2012, debido a la crisis económica post 2008, se produce un descenso de la población que remite ligeramente a partir de 2015. Así, según datos del padrón del Ayuntamiento de Barcelona (2018), actualmente residen en la ciudad de Barcelona 19.240 personas de origen pakistaní, un 6,4% de la población extranjera.

Como sucedió en otros nodos de la diáspora pakistaní (Haw et al., 1998; Shaw, 2000; Werbner, 1990), habitualmente los hombres emprenden el proceso migratorio hacia Barcelona, mientras que una abrumadora mayoría de mujeres llega por reagrupación familiar. Esta ha sido especialmente lenta en comparación con otros colectivos debido a varios motivos: la división sexual del trabajo que explica que se reagrupe antes a familiares varones (Valenzuela,

2010) y problemáticas burocráticas como el colapso de la embajada española en Islamabad (Beltrán y Sáiz, 2007) o la denegación masiva de visados de reagrupación por irregularidades en la documentación (Sáiz, 2010). Así, aunque el colectivo continúa destacando por su masculinización, según datos del Ayuntamiento de Barcelona, el porcentaje de mujeres ha pasado del 10,6% en 2002 al 28% en 2018 respecto el total de la población de origen pakistaní en Barcelona.

GRÁFICO 1

EVOLUCIÓN DE LA POBLACIÓN PAKISTANÍ FEMENINA,
MASCULINA Y TOTAL EN LA PROVINCIA DE BARCELONA
ENTRE 2002 Y 2018



Fuente: elaboración propia a partir de datos de IDESCAT.

Aunque la llegada de las mujeres ha coincidido en el tiempo con una etapa de centrifugación hacia la periferia suburbial (Riol Carvajal, 2003; Valenzuela, 2010), el colectivo pakistaní continúa destacando por su marcada tendencia a la concentración geográfica. Así, la presencia de redes de familiares y vecinos que estrechan relaciones en el contexto receptor explica determinados mecanismos de repliegue comunitario que traspasan las fronteras de los barrios. Si

bien estos mecanismos pueden tener impactos positivos en el proceso de incorporación, también actúan como plataforma de control social sobre las mujeres (Arrasate, 2018).

La población pakistaní femenina es, en términos generales, muy reciente y las segundas generaciones aún muy jóvenes, lo cual tiene claras implicaciones en términos de incorporación laboral, acceso a los servicios públicos, participación en el tejido social del contexto receptor, etc. Ejemplo de ello es la escasa incorporación de las mujeres pakistaníes al mundo laboral. Según la Secretaria d'Igualtat, Migracions i Ciutadania de Catalunya, con datos del 2015, menos del 4% de mujeres de nacionalidad pakistaní están contratadas. Además, desempeñan trabajos esporádicos, poco remunerados y de jornadas cortas (Güell y Solé Arraràs, 2018) concentrados en dos nichos principales: los negocios étnicos pakistaníes y trabajos dentro del marco de la interculturalidad. Como se explica más adelante, la economía étnica formal a menudo emerge como una estrategia de refugio ante las dificultades para encontrar trabajo en el mercado laboral general, especialmente en el contexto de crisis (Arrasate, 2018). Por otro lado, las mujeres cualificadas que no pueden acceder a trabajos acordes con su nivel de estudios encuentran ofertas laborales vinculadas a la interculturalidad ejerciendo como "cultural straddlers" entre la comunidad y la sociedad receptora (Carter, 2006). En este sentido, surgen oportunidades como mediadoras, intérpretes, traductoras o profesoras de urdú (o inglés) y del Corán para niños/as y jóvenes criados en Barcelona que ponen en valor sus competencias lingüísticas y culturales específicas.

3. METODOLOGÍA

Dada la creciente presencia de mujeres pakistaníes en la ciudad de Barcelona y la voluntad de entender cómo es su proceso de incorporación en los distintos ámbitos (educativo, social, laboral), surgen algunas investigaciones centradas en este colectivo. Este artículo se nutre específicamente de dos. La primera de ellas, financiada por el Ayuntamiento de Barcelona (2017-2018), estudia los procesos de empoderamiento económico en los espacios productivo y reproductivo, analizando los patrones de incorporación laboral (así como las dificultades de acceso) y la capacidad de decisión en la gestión de los

recursos domésticos. Se trata de una investigación-acción basada en una metodología principalmente cualitativa para la que se realizaron 9 entrevistas a informantes clave, 31 entrevistas estructuradas a mujeres de origen pakistaní de diversas edades y generaciones, y 3 grupos focales: uno con mujeres jóvenes (22-31 años, la mayoría llegadas de pequeñas), uno con mujeres reagrupadas (35-43 años, llegadas como reagrupadas por sus maridos y con un tiempo de residencia corto) y otro con hombres jóvenes (28-32 años, la mayoría socializados en España). Las 31 entrevistas se analizaron a través de un análisis cualitativo, así como con una explotación estadística descriptiva con tablas de frecuencias.

La segunda investigación surge de una tesis doctoral centrada en los procesos de llegada, las experiencias educativas y los procesos de transición escuela-trabajo de mujeres de origen pakistaní en Barcelona (Arrasate, 2018). Este estudio plantea una etnografía multidimensional fundamentalmente cualitativa, pero que también acude a estrategias cuantitativas para contextualizar y afinar la descripción etnográfica (Ballestín, 2015, p. 366). Los datos recogidos proceden de fuentes diversas: la observación participante en diversos contextos educativos, 20 entrevistas en profundidad a adolescentes y jóvenes (13-26 años), 9 relatos de vida (mujeres de 16 a 26) y un cuestionario administrado a 50 mujeres (13-55 años) de 28 familias para trazar una radiografía de aspectos sociodemográficos, laborales y educativos básicos⁵. Asimismo, se realizaron 6 entrevistas de triangulación con docentes y compañeros de las jóvenes entrevistadas, un grupo focal con 5 madres de alumnas de origen pakistaní (33-42 años) y una entrevista grupal a mediadoras del ámbito educativo.

Si bien cada investigación tiene sus objetivos específicos y la segunda cuenta con un nivel de profundidad mayor dada su naturaleza doctoral, los resultados coinciden en el contexto geográfico, el espacio temporal, y en gran parte del enfoque teórico y metodológico. Asimismo, algunas entrevistadas o participantes de los grupos focales han colaborado en ambas investigaciones. Esto se debe a que los canales de acceso son limitados y se ven muy determinados por la vinculación de las mujeres a unas pocas entidades, y a la presencia de unas referentes (y sus redes de contactos) que actúan de ga-

⁵ En este artículo se han utilizado datos de las entrevistas y grupos focales del primer estudio, así como datos de las entrevistas a jóvenes y mediadoras, y los relatos de vida del segundo.

tekeepers a la comunidad. En el texto, se ha indicado la procedencia de las citas con la siguiente nomenclatura: entrevistas a mujeres de origen pakistaní (EMOP), entrevistas a informantes clave especificando el tipo de actor (EIC) y grupos focales (GF), seguidas de un 1 para indicar el estudio de Güell y Solé Arraràs (2018) y de un 2 para el de Arrasate (2018).

4. OBSTÁCULOS EN LA INCORPORACIÓN LABORAL Y PARA EL EMPODERAMIENTO ECONÓMICO

En línea con otros estudios del Reino Unido (Werbner, 1990; Shaw, 2000; Tyrer y Ahmad, 2006), los resultados de ambas investigaciones apuntan a que la edad de llegada y el acceso al sistema educativo en destino establecen una diferencia significativa en los patrones de incorporación laboral de las mujeres pakistaníes. Así, las mujeres que no pasan por un proceso de escolarización (primera generación de adultas y en menor grado las que llegan en la adolescencia o la juventud) se enfrentan a grandes dificultades lingüísticas que constituyen la primera y gran barrera para acceder a un trabajo remunerado. Además, existen otros obstáculos de carácter estructural (relacionados con la estructura socioeconómica de la sociedad de destino) y cultural (vinculados a determinadas ideologías y roles de género del colectivo pakistaní) que se retroalimentan mutuamente.

4.1. Obstáculos estructurales

Como sucede con otros colectivos (Alarcón et al., 2010), la homologación de títulos es una de las principales dificultades para las mujeres pakistaníes con estudios. Estas dificultades no se limitan a los grados universitarios, sino también al bachillerato, ya que la convalidación del grado equivalente a la ESO puede tardar hasta dos años. Esto conlleva la interrupción de trayectorias educativas de las jóvenes, con claras consecuencias en su incorporación laboral y en su relación con la sociedad receptora. Las que tienen un título universitario y no lo pueden homologar también se encuentran en situación de desventaja, pues se ven abocadas a puestos de trabajo

no cualificados o directamente dejan de trabajar ante un mercado de trabajo altamente segmentado (Comas et al., 2008, p. 18). No obstante, esta segmentación que sitúa a las mujeres inmigrantes generalmente en el sector servicios o de curas choca con la concepción pakistaní del “buen trabajo”. Así, empleos asociados con la limpieza, la hostelería o el cuidado de ancianos son considerados de bajo estatus y pueden dañar el honor de la mujer (Mohammad, 2005). Como consecuencia, las trabas de homologación suponen una barrera mucho más grande entre aquellas que tienen educación superior y experiencia como profesionales en el país de origen, ante la imposibilidad de incorporarse en un trabajo poco cualificado.

“No puedo trabajar por la equivalencia de mi título, por el idioma y porque tienes que encontrar un trabajo adecuado. Puedo trabajar en cualquier sitio en algo que no esté relacionado con mi campo pero, como profesional, realmente quiero hacer algo relacionado con mi carrera” [GF-1]

Por otro lado, la problemática asociada al uso del velo, y a otras partes de la vestimenta tradicional (la camisa o *salwar kameez*), es una constante en las narrativas de las mujeres que refleja claramente un patrón de discriminación interseccional. Muchas relatan haber tenido que quitárselo para acceder a un trabajo, independientemente de su edad y sus cualificaciones (como también afirman López Bargados et al. (2016)). El velo se asocia a una mujer poco empoderada y se alteriza con aspectos como la dependencia, la procedencia de un país subdesarrollado o la sumisión.

“Una mujer que trabajaba en el Ayuntamiento me dijo: “He recibido mensajes de gente diciendo, literalmente, que estás trabajando en una oficina gubernamental y que te tienes que quitar esa cosa que te oprime”. Ni siquiera me preguntaron “¿Por qué lo llevas?”[...] Puedo estar todo lo empoderada que haga falta, más empoderada que cualquier mujer del mundo pero, por el hijab, siempre hay una imagen de mí como si fuera incapaz de trabajar.” [GF-1]

Estas formas de racismo o islamofobia también se trasladan a otros ámbitos de la cotidianeidad, como el tener que revelar constantemente el origen étnico/nacional por el aspecto físico, el nombre o la forma de vestir, o en las visiones estereotipadas de los docentes y

centros educativos (Arrasate, 2018). Así, las bajas expectativas de los profesores, unidas a la segregación racial/étnica escolar en un contexto urbano deprimido (Bonal, 2012; Ballestín, 2017, p. 33), pueden condicionar el aprendizaje de las lenguas locales, la calidad de la educación que reciben, la continuidad educativa después de la ESO y, consecuentemente, las posibilidades de inserción laboral.

“A mí me vienen niñas y me dicen: “Yo quiero ser profe o quiero ser doctora, pero no, porque este profe me ha dicho que no, que es muy difícil para mí”. Y son niñas que han nacido aquí, que saben hablar el castellano mil veces mejor que cualquiera y el catalán también.” [EIC-2-Mediadora]

Por último, otro factor estructural tiene que ver con la limitada oferta de clases de idioma (catalán y castellano) acordes a los horarios y necesidades de las mujeres, especialmente de la primera generación con hijos/as. Si bien este aspecto ha ido mejorando con el tiempo, supuso un obstáculo importante para las mujeres que llegaron hace más de una década y para las que hoy viven en barrios con menos oferta de servicios. Asimismo, los cursos de formación laboral suelen ser en los idiomas locales y la falta de referentes y de conocimiento de los dispositivos para buscar trabajo (y la poca adaptación de los mismos para personas de origen extranjero) también suponen una barrera.

“El obstáculo principal es que no tenemos fluidez en el idioma [...] Incluso aquellos que aprenden el idioma, no siempre saben cómo moverse y a menudo se quedan estancados. Cuando alguien que aún no lo ha aprendido ve estos casos, se desanima aún más. Pierde sentido aprenderlo si después no sirve para nada.” [EMOP-1]

4.2. Obstáculos culturales

Los obstáculos culturales que afectan a las mujeres pakistaníes están relacionados con determinados valores e ideologías de género patriarcales de la sociedad pakistaní que sustentan una fuerte división de roles. Los hombres ocupan la esfera productiva y disfrutan de un mayor acceso a recursos y espacios de poder, y las mujeres quedan relegadas a los espacios domésticos y reproductivos (Butt y Shahid,

2012)⁶. Esto tiene que ver también con el ideal de feminidad que encarnan las mujeres en un contexto de retroceso del secularismo, la pérdida de fe en la modernidad racional occidental, y el auge de los nacionalismos religiosos conservadores que se transmite en la diáspora pakistaní. Bajo este marco, las mujeres son las portadoras de la identidad colectiva y las madres de las futuras generaciones que deben custodiar los valores culturales y religiosos (Mohammad, 2005).

“A mis tíos eso que una mujer trabaje no les hace mucha ilusión la idea, dicen “¿para qué una mujer va a estar en la calle trabajando si puede tener un marido que trabaje por ella?” Se ve mal que ella tenga que ir a buscar el dinero para sobrevivir. Una mujer tiene que estar en casa, cuidar a los niños y cuidar de la casa.”
[EMOP-2]

La demarcación entre lo privado y lo público se mantiene a través de las nociones de *izzat* (honor) i *pardah* (cortina). El *izzat* a menudo se vincula con el comportamiento de las mujeres de la familia (especialmente las hijas) y se asocia a la observación del *pardah*, un conjunto de normas sociales relacionadas con la segregación de géneros y la modestia cuyo objetivo es garantizar la castidad (Calder et al., 2017, p. 3). La vigilancia comunitaria puede interferir y limitar en el acceso de las mujeres a contextos que se perciben como una amenaza para el *izzat* (Mohammad, 2005). En barrios como el Raval, en el que la presencia de compatriotas es muy notable, los mecanismos de control social son particularmente intensos.

“Mi madre dice que hay muchos pakistaníes y cuando sales del cole sus padres te ven y cómo vas tú vestida, dicen cosas [...] Entonces algunas familias a sus hijas no les dejan salir o poner pantalones o pelos abiertos ahí fuera, sin pañuelo y no le dejan.”
[EMOP-2]

Como apunta Brah (1996), el *pardah* no es una institución fija, sino que varía enormemente entre las familias y se debe entender articulada con otras ideologías patriarcales de la sociedad de recepción.

⁶ Cabe considerar que tales valores e ideologías de género se encuentran enraizadas en la estructura social pakistaní. Sin embargo, en este artículo se incluyen dentro de los factores culturales en tanto que, en un contexto migratorio, se inscriben dentro de las características de la comunidad pakistaní y su proceso de adaptación en la sociedad de recepción.

ción que condicionan las características del mundo laboral al que acceden las mujeres. Sin embargo, el código moral que gobierna la segregación de géneros afecta a las mujeres en mayor o menor medida (Shaw, 2000, p. 163) y su impacto alcanza aspectos tan variados como la restricción de la movilidad, la no participación en actividades mixtas, las relaciones con compañeros varones, el rechazo de ciertos trabajos (o estudios) que impliquen alejarse del lugar de residencia, etc.

En lo que se refiere a la distribución de tareas, ambas investigaciones muestran que, efectivamente, suelen ser las mujeres quienes se ocupan en mayor proporción de las tareas del hogar, tanto si trabajan fuera de casa como si no. En este sentido, que las mujeres trabajen fuera de casa se acepta siempre y cuando no desatiendan las tareas reproductivas, lo que supone una doble carga.

“La desventaja es que si la mujer trabaja es algo que hace a su cargo personal. Es decir, si optas por trabajar será cosa tuya si tienes pocas energías para las tareas del hogar. Si no cumples con las tareas del hogar o no puedes cuidar adecuadamente de tu hijo, preferirán que te quedes en casa.” [GF-1]

No obstante, casi el 70% de las mujeres entrevistadas afirman estar de acuerdo con esta distribución de roles (Güell y Solé Arraràs, 2018) y algunas informantes hablan de la presión social ejercida por otras mujeres para mantenerla. A menudo, las mujeres interpretan esta distribución no como una forma de desigualdad, sino de complementariedad. También se dan casos de mujeres que deciden no trabajar porque no quieren tener la responsabilidad de aportar el dinero a casa ni aceptar trabajos mal remunerados, precarios y poco cualificados como los que ejercen sus maridos.

Por último, cabe hacer una puntualización en torno a la distinción entre cultura y religión. Si bien algunas corrientes de carácter más fundamentalista consideran que el islam legitima la subyugación de las mujeres como apunta Mohammad (2005), esta lectura no es unívoca. Al igual que ocurre en el país de origen, existen diversas corrientes y escuelas de interpretación de los textos islámicos.⁷ Así, al contrario de lo que predomina en el imaginario colectivo y en la opinión pública, la mayor parte de las informantes no identifica el

⁷ Para más información, véase: Ballesteros (2009) y Beltrán y Sáiz (2007).

islam como un factor asociado a la relegación de la mujer al ámbito puramente doméstico. En cambio, el bagaje cultural y las tradiciones herederas de la India, sobre todo de las zonas rurales del Punjab de donde procede la mayoría, tienen un peso mayor en la transmisión de valores conservadores y patriarcales.

5. ESTRATEGIAS DE AGENCIA Y EMPODERAMIENTO EN LA ECONOMÍA (RE)PRODUCTIVA

Ante los obstáculos para incorporarse al mercado laboral, surgen una serie de estrategias que reflejan procesos de agencia y empoderamiento liderados por mujeres para superar las limitaciones previamente descritas.

5.1. Estrategias para sortear los obstáculos estructurales

Como se ha mencionado arriba, la discriminación en el acceso al trabajo por el uso del velo está presente en la cotidianidad de muchas mujeres. Ante esta situación, algunas de ellas optan por quitárselo, exclusivamente durante la jornada laboral, atendiendo a los requisitos del empleador. Este comportamiento, que se podría denominar una *estrategia de adaptación*, es más perceptible en mujeres jóvenes que buscan experiencias en el mercado laboral y aceptan tales condiciones de manera temporal con el fin de mejorar su CV o realizar las prácticas profesionales que les requieren sus estudios.

“Hay una chica que trabaja de limpieza en Abacus y entra sin velo. Ella al principio ya entró sin velo por una limitación suya “Que no me van a... No me van a querer dar el trabajo si...” [...] Lo quita antes de entrar a trabajar y lo pone al salir.” [EIC-1-Educadora]

No obstante, hay mujeres que afirman estar en desacuerdo con estos requisitos y rechazan o evitan puestos de trabajo que les impidan llevar su vestimenta habitual. En este sentido, los negocios étnicos regentados por la comunidad pakistaní aparecen como una *estrategia refugio* que les permite tener una mínima independencia

económica sin perjuicio de su fe religiosa, como también se refleja en el estudio de Mansi (2012). Por un lado, hay mujeres adultas reagrupadas que ayudan en las tiendas de sus maridos, ya sea cubriendo algunas franjas horarias en la caja, reponiendo alimentos o dando apoyo logístico. Es esta generación la que también registra algunos casos de trabajo y emprendeduría en la economía informal en los sectores de costura, alimentación y estética, que según Mingione y Pinnaro (1993) contribuyen a la supervivencia material dentro de la estructura del hogar y a la movilidad social. Además, suponen un motor para el empoderamiento personal y la creación de capital social, y pueden desarrollarse en entornos domésticos más controlados en el espacio y el tiempo, con el consentimiento de los varones de la familia (Mohammad, 2005).

Diferente es el caso de las mujeres jóvenes sin cargas familiares (hijas reagrupadas) donde las limitaciones de idioma son menos acusadas. Sin embargo, la posición de la familia también puede jugar un papel importante. En algunos casos, el hecho de trabajar en el entorno de la comunidad produce un efecto de protección bajo el cual los progenitores se sienten seguros de tener a sus hijas bajo control. Sin embargo, en otros casos, las familias temen el acoso sexual por parte de hombres pakistaníes y prefieren que sus hijas trabajen fuera del paraguas de la economía étnica, además de rechazar las condiciones laborales precarias que les ofrecen, con largas jornadas y sueldos míseros. En cualquier caso, estos negocios étnicos se erigen como una oportunidad para tener una primera experiencia laboral sin sufrir discriminación, especialmente en el sector emergente de franquicias de supermercado (p.e. Condis, SUMA) controlado por el colectivo pakistaní (Güell, 2018).

Otro mecanismo para poder trabajar sin faltar a las responsabilidades familiares y a su rol como mujeres son las *estrategias reproductivas de conciliación* a través de las redes familiares y comunitarias. Si bien esta estrategia es utilizada por muchas madres de clase trabajadora (Pavón, 2014), incluyendo también las de origen inmigrante, la fuerte división sexual del trabajo en el colectivo pakistaní hace que este recurso sea frecuente entre mujeres de diferentes niveles socioeconómicos, más allá de su condición de clase. Externalizar este servicio no se presenta como una opción, por lo que el uso de capital social étnico o familiar (sobretudo femenino) en un entorno de confianza es primordial para poder compatibilizar el trabajo productivo y el reproductivo de manera más colegiada.

La *vinculación a entidades y organizaciones religiosas, culturales y educativas* (p.e. Minhaj ul Quran⁸, ACESOP⁹, ECOP¹⁰, Pakmir¹¹) también aparece como una estrategia de agencia relevante, especialmente entre las mujeres más jóvenes, que puede redundar en una mayor independencia económica y un mayor acceso al mercado laboral. Estas asociaciones tienen como objetivo superar las barreras estructurales del sistema educativo o el mercado laboral a la hora de garantizar la igualdad de oportunidades, así como situaciones de discriminación que impiden su acceso a determinados servicios o espacios. Aunque esta estrategia no siempre revierte de manera directa en el acceso al mercado laboral, permite movilizar recursos y contactos que se pueden llegar a transformar a corto, medio o largo plazo en la obtención de un trabajo o en apoyo para la conciliación laboral. Además, también ayudan a que los hombres “se acostumbren” a la presencia de mujeres en el espacio público, mientras ellas establecen redes fuera del núcleo familiar y sientan un precedente para futuras generaciones.

“Yo he aprendido mucho por mi cuenta, no porque el sistema esté bien, y esto es muy triste porque yo lo he podido hacer, pero hay mucha gente que pensará: “Si el sistema educativo no se esfuerza porque yo salga adelante, yo tampoco me esforzaré” [...] Por mal que me vayan las otras cosas, yo esta asociación (ECOP) no la dejaré nunca porque sé que estamos luchando por algo muy importante [...] No creo que haya ninguna cosa que valga más la pena que esto.” [EMOP-2]

5.2. Estrategias que desafían los obstáculos culturales

Una de las estrategias más comunes que desarrollan las mujeres para poder trabajar es buscar espacios de *negociación intrafamiliar*. Bespinar (2010) y Khurshid (2015) observan que desafiar los roles tradicionales de género y el control social de la familia extensa y

⁸ Organización religiosa de ámbito internacional que tiene una sede en Barcelona desde el 1996. Más información a: <https://www.minhaj.org/english/Spain/>

⁹ Asociación Cultural, Educativa y Social Operativa de Mujeres Pakistaníes (ACESOP). Más información a: <http://www.acesop.cat/>

¹⁰ Asociación Estudiantes Catalanes de Origen Pakistani (ECOP)

¹¹ Asociación de mujeres pakistaníes de Montcada i Reixach (Pakmir)

la comunidad no implica necesariamente romper con ellos o cuestionar su base. En este sentido, como sugiere la siguiente cita, el apoyo de la familia o la presencia de referentes es clave para que las mujeres desempeñen funciones en el mercado laboral y consigan espacios de autonomía.

“Es verdad que el ambiente familiar es un elemento clave, si no tienes el soporte de la familia es muy difícil que una mujer trabaje fuera de casa.” [GF-1]

Por ejemplo, algunas familias permiten que sus hijas trabajen siempre y cuando no pongan en peligro el *izzat*, usando el pañuelo islámico, respetando unos horarios o acudiendo al lugar de trabajo acompañadas por algún familiar. No obstante, estos procesos de negociación no están libres de tensiones y pueden desembocar en situaciones donde las jóvenes sientan soledad o incompreensión (Bertran et al., 2016). Asimismo, también se acuerdan pactos en la distribución de tareas domésticas entre las distintas mujeres del hogar, como los que se desprenden de la siguiente cita:

“Yo pedía que a partir de las 10 de la noche no pongan la televisión [...] Era mi horario de descansar y esto me molestaba, y yo no soy una persona de callarme... Yo formo parte de la familia y yo tengo unos derechos. [...] Mi madre ha evolucionado mucho conmigo y le estoy muy agradecida por ello. Ella nunca ha trabajado porque no tiene estudios y además tenía la idea que una mujer tiene que estar en casa, cuidar los niños [...] Pero ha visto que no vale la pena que sus hijas también vivan así.” [EMOP-2]

Aunque la respuesta de su familia no es inmediata y la negociación se prolonga, la informante observa cambios importantes, especialmente en el caso de su madre. En este sentido, la flexibilidad de la reconstrucción de los patrones culturales afecta no solo a las hijas, sino a toda la familia (Arrasate, 2018, p. 285) y a veces implican una transgresión y el desafío de fronteras simbólicas (Anzaldúa, 1987).

Otras prácticas culturales que marcan los procesos de incorporación laboral (y sus trayectorias educativas) son los matrimonios concertados. Estos suponen un fuerte punto de inflexión en el ciclo vital de las mujeres, ya que suelen ir seguidos de la maternidad, con lo que la dificultad de conciliación aumenta. Una estrategia ante estas posibles limitaciones se articula desde la *continuación de los estudios post-obligatorios*, que permite posponer el matrimonio e

iniciar un camino hacia una mayor autonomía, capacidad de decisión y madurez personal. Es preciso tener en cuenta que las uniones matrimoniales mayoritariamente responden a arreglos entre familias y la pareja no suele tener espacios para conocerse antes. Esto significa que los consensos alrededor de la organización de la economía doméstica a menudo se producen después del matrimonio, y las estrategias de negociación con los maridos acerca de una posible compatibilización de trabajo y cuidados requieren su tiempo¹².

Asimismo, algunas mujeres con un conocimiento profundo del islam defienden la igualdad de género y los derechos de las mujeres bajo preceptos islámicos. Es desde este espacio donde algunas mujeres, que suelen contar con un nivel de estudios y un capital cultural elevado, articulan *estrategias de agencia basadas en el feminismo islámico* que también se trasladan al ámbito económico y laboral¹³. Como señala Bilge (2010, p. 22), numerosos análisis realizados desde la óptica del feminismo han contemplado la religión (y especialmente el islam) como un espacio de pura dominación masculina y negación de la agencia femenina, de forma que han sido incapaces de dar sentido a las experiencias y actitudes de las mujeres musulmanas contemporáneas. Los datos de ambas investigaciones muestran cómo las reivindicaciones para una asunción de responsabilidad más colegiada entre hombres y mujeres suele articularse desde preceptos islámicos. La defensa de la igualdad de género se practica y se difunde, pues, desde una identidad musulmana, el compromiso de ayuda mutua con la comunidad pakistaní, y desde el deseo de convertirse en una referente para orientar a otras mujeres del núcleo familiar o en la comunidad.

“El islam, por ejemplo, la mujer no está obligada a trabajar, es el hombre que tiene que trabajar y cuidar de todos. La mujer es una reina de un Estado que no hace nada, ni lava platos, ni plancha ni nada, ni cuidar niños. Todas las obligaciones son de este marido, y tienes que cuidar de tu mujer, de su salud, sus emociones, de su

¹² Estos resultados se confirman en otra investigación sobre matrimonios pactados y forzados con la comunidad marroquí y pakistaní en Cataluña financiada por el Recercaixa (2016).

¹³ El feminismo islámico basa sus argumentos en una nueva hermenéutica de la revelación coránica y del resto de textos sagrados, entendiendo que las interpretaciones de estos textos (*fiqh*) hechas bajo un contexto patriarcal han llevado a prácticas que subvierten esta igualdad en el mundo islámico. Sobre esta cuestión véase: Adlbi Sibai, 2016; Ali 2012; Ahmed 1992.

ropa, su maquillaje, su comida, sus joyas, y si tiene niños tienes que ayudar a cuidar, no dejas ahí. Y tienes que poner de acuerdo [...] en islam marido y mujer son dos ruedas de coche. Y hay que ser con equilibrio, pero si mujer quiere trabajar no está prohibido” [EIC-1-Miembro de organización religiosa]

Por último, conviene mencionar que las estrategias de agencia en el ámbito económico no solo se refieren al ámbito productivo, sino también al reproductivo. Si bien son estrategias que no permiten generar ingresos y se circunscriben dentro de un paradigma de dependencia económica respecto a los maridos (especialmente entre mujeres de origen rural), remiten a una *capacidad de decisión en la gestión y control de los recursos domésticos*. Es significativo que el 87% de las mujeres entrevistadas en el estudio de Güell y Solé Arraràs (2018), declaran poder gestionar ellas mismas los gastos familiares, accediendo a una cuenta bancaria propia (80%). Casi tres cuartas partes de la muestra (72%) puede decidir sobre los gastos en alimentos y bienes de primera necesidad, electrodomésticos o muebles y gastos “ceremoniales” vinculados a fiestas religiosas y rituales. La dedicación de las mujeres a las tareas de cuidados implica que son las que mejor conocen las necesidades del hogar, mostrando su capacidad para distribuir los ingresos de forma eficaz y ahorrar. Si bien esta tarea suscribe la división tradicional de roles de género, no debe subestimarse su valor por cuanto refleja un empoderamiento económico que revierte en las dinámicas familiares y personales de las mujeres.

“Dentro de casa pienso que tienen poder. Son ellas las que mandan, las que gestionan el dinero, las que hacen la compra, distribuyen el dinero, esto aquí, esto allá. Eso sí. Pienso que sí. Tienen un peso muy grande dentro de casa.” [EIC-1-Miembro de organización religiosa]

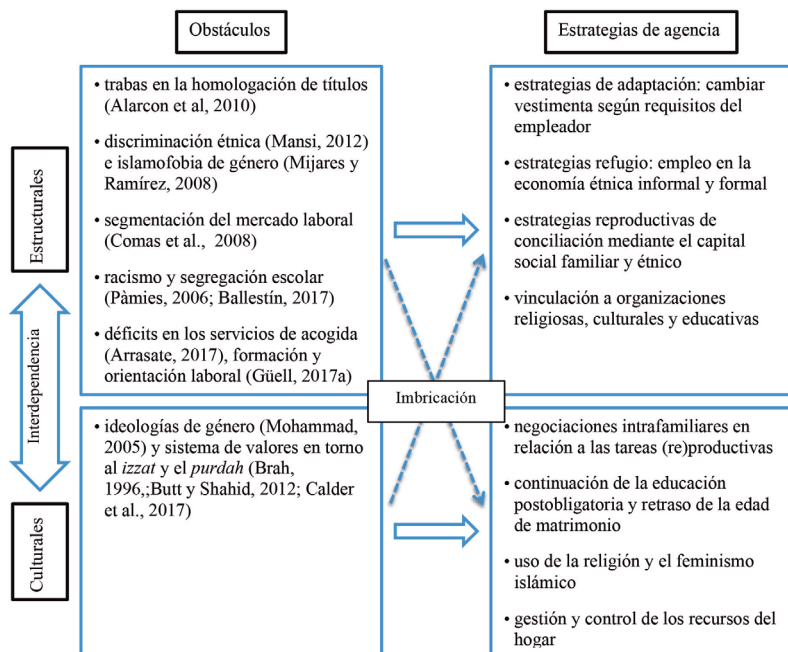
CONCLUSIONES

Frente al estereotipo que presenta a las mujeres pakistaníes de manera homogénea como víctimas pasivas de culturas patriarcales (McGee y Hardman, 2012), este artículo muestra las estrategias de agencia y empoderamiento que despliegan en la economía productiva y reproductiva ante una serie de obstáculos estructurales (de la sociedad de recepción) y culturales (del colectivo pakistaní).

La figura 1 muestra, a grandes rasgos, cómo entre los primeros se encuentran determinadas lógicas de discriminación que no solo se reflejan en el mercado laboral (segmentado y excluyente con ciertas prácticas culturales como el uso del velo), sino también en el sistema educativo (segregación escolar y trabas en la homologación de títulos) que condicionan el acceso al trabajo. Asimismo, a nivel institucional, la escasa adaptación del sistema de servicios de acogida, formación y orientación laboral a las necesidades de una sociedad crecientemente diversa también puede considerarse un obstáculo estructural. Por otro lado, las ideologías de género y los sistemas de valores en torno al *izzat* y el *pardah* suponen un desafío para aquellas mujeres que desean trabajar y ser autónomas.

FIGURA 1

OBSTÁCULOS Y ESTRATEGIAS DE AGENCIA EN LA ECONOMÍA PRODUCTIVA Y REPRODUCTIVA



Fuente: elaboración propia.

Como indica Bospinar (2010), estas estrategias están más relacionadas con la satisfacción de intereses “prácticos individuales” que “estratégicos o colectivos”. Tal es el caso, por ejemplo, de la adaptación de la vestimenta según los requisitos de cada trabajo y las convicciones de las propias mujeres. Por otro lado, la economía étnica aparece como un espacio de refugio donde las mujeres pakistaníes pueden activar su agencia, bien como trabajadoras o como emprendedoras, y conseguir una independencia económica fuera del mercado laboral general. El uso del capital social étnico o familiar, así como las negociaciones intrafamiliares y la continuación de la educación postobligatoria también surgen como estrategias que permiten soslayar dificultades de conciliación y la interrupción de trayectorias educativas y laborales.

La gestión y control de los recursos del hogar, a pesar de no cuestionar la división tradicional de roles, también muestra una faceta de empoderamiento económico en el ámbito reproductivo que permite ganar autonomía sin poner en riesgo el honor familiar. Asimismo, la adscripción a preceptos islámicos frente a prácticas culturales conservadoras también permite justificar procesos de agencia que se alinean con una distribución más igualitaria de las tareas (re) productivas. Sin embargo, estos preceptos no siempre se articulan desde la autoproclamación o reivindicación del feminismo como tal (como también apunta Bilge, 2002, p. 23), sino a través de prácticas cotidianas que afectan al conjunto de la familia y la comunidad. En este sentido, la agencia no solamente está presente en actos de transgresión sino también en el esfuerzo por convertirse en un sujeto dispuesto a cumplir con un determinado discurso. En cambio, la vinculación a entidades del tejido asociativo aparece como una estrategia de agencia claramente colectiva, desde donde algunas mujeres buscan cambiar el *status quo* (acorde con la agencia oposicional, Ahearn, 2013). Además de atesorar respeto y acceder a formas específicas de poder, el movimiento asociativo genera sus propias formas de capital y puede reducir los obstáculos de inserción laboral.

Aunque ciertas estrategias están más directamente vinculadas con un tipo de obstáculos (estructurales o culturales), hay una relación de interdependencia entre ambos fruto de la naturaleza imbricada de los procesos de agencia en la estructura socioeconómica de la sociedad de destino y en el sistema de valores de la cultura pakistaní. Así, las estrategias que a priori se identifican como resultantes de los obstáculos estructurales (p.e. uso del capital étnico) también se pueden

ver influenciadas por condicionantes de ciertos valores de la comunidad, mientras que aquellas estrategias que emergen de los obstáculos culturales (p.e. defender la igualdad de género desde preceptos islámicos) también pueden responder a lógicas discriminatorias de la sociedad receptora (indicado en la figura con flechas discontinuas).

En definitiva, los resultados de ambas investigaciones ponen de manifiesto cómo, lejos de ser únicamente el ejercicio de una expresión individual, la agencia se encuentra imbricada en los constreñimientos estructurales y culturales de la sociedad receptora y la comunidad (Khurshid, 2015). Además, permite entender cómo las reivindicaciones y las negociaciones para ganar espacios de autonomía y un mayor empoderamiento muy a menudo se producen ‘dentro’ (y no ‘en contra’ o ‘al margen’) de las instituciones, si bien tienen el potencial de modificar estructuras y transformar los obstáculos del sistema económico patriarcal.

BIBLIOGRAFÍA

- Adlbi Sibai, S. (2016). *La cárcel del feminismo. Hacia un pensamiento islámico decolonial*. México, D.F.: Akal.
- Ahearn, L. (2013). Privileging and affection agency. En C. Maxwell (Ed.), *Privilege, Agency and Affect: Understanding the Production and Effects of Action*, (pp. 240-247). London: Palgrave Macmillan.
- Ahmed, L. (1992). *Women and Gender in Islam*. New Haven: Yale University Press.
- Alarcón, A., y Alcalde, R. (2010). *Joves d'origen immigrant a Catalunya. Necessitats i demandes. Una aproximació sociològica*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.
- Ali, Z. (2012). *Féminismes islamiques*. Paris: La Fabrique.
- Anzaldúa, G. (1987). *Borderlands: la frontera* (vol. 3). San Francisco: Aunt Lute.
- Arjona, A. (2007). Emprendedores étnicos en Almería: un reto frente la discriminación laboral. En J. Beltrán, L. Oso y N. Ribas (Coord.) *Empresariado étnico en España, Documentos del Observatorio Permanente de la Inmigración* (pp. 155-181). Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales y CIDOB.
- Arrasate, M. (2018). *Procesos de llegada y experiencias educativas de mujeres de origen pakistaní en Barcelona* (Tesis de doctorado). Universitat Autònoma de Barcelona, Barcelona.
- Arrasate, M. (2017). Comunicación y acceso a los servicios públicos: estudio de la perspectiva de las mujeres pakistaníes de Barcelona. *Lengua y Migración*, 9(1), 39-62.

- Ballesteros, A. (2009). L'Índia i el Pakistan, o allò que tenen en comú. Musulmans de l'Àsia Meridional. *DCIDOB*, 109, 33-37
- Ballestín, B. (2017). *Infants i joves d'origen immigrant a Catalunya: Un estat de la qüestió socioeducativa*. Barcelona: Fundació Jaume Bofill.
- Beltrán Antolín, J., y Saiz López, A. (2007). La comunidad pakistani en España. *Anuario Asia-Pacífico*, 2007(I), 407-416.
- Bertran Tarrés, M., Ponferrada-Arteaga, M., y Pàmies Rovira, J. (2016). Gender, family negotiations and academic success of young Moroccan women in Spain. *Race, Ethnicity and Education*, 19(1), 161-181.
- Bespinar, F. U. (2010). Questioning agency and empowerment: Women's work-related strategies and social class in urban Turkey. *Women's Studies International Forum*, 33(6), 523-532.
- Bilge, S. (2010). Beyond subordination vs. resistance: An intersectional approach to the agency of veiled muslim women. *Journal of Intercultural Studies*, 31(1), 9-28.
- Bonal, X. (2012). *Municipis contra la segregació escolar. Sis experiències de política educativa local*. Barcelona: Fundació Jaume Bofill.
- Bourdieu, P. (2011). *Las estrategias de la reproducción social*. Madrid: Siglo XXI
- Brah, A. (1993). 'Race' and 'Culture' in the Gendering of Labour Markets: Young South Asian Muslim women and the British labour market. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 19(3), 441-458.
- Brah, A. (1996). *Cartographies of Diaspora. Contesting identities*. London: Routledge.
- Brettell, C. B., y Kristoffer, E. A. (2007). The Agency of Immigrant Entrepreneurs: Biographies of the Self-Employed in Ethnic and Occupational Niches of the Urban Labor Market. *Journal of Anthropological Research*, 63(3), 383-397.
- Brown, K. (2006). Realising Muslim women's rights: The role of Islamic identity among British Muslim women. *Women's Studies International Forum*, 29, 417-430.
- Butt, K. M., y Shahif, J. (2012). Position of Pakistani Women in 21st Century: A Long Way to Go. *The Journal of Political Science*, 30, 69-83.
- Calder, R., Noureen, y I., Rakhi, A., Imtiaz, F. (2017). Pakistan Girl Landscaping Report. UK: Departament for International Development. Recuperado de: https://assets.publishing.service.gov.uk/media/58f9cce240f0b606e70001af/Pakistan_Girls_Landscaping_Report_Apr2017.pdf
- Carter, P. L. (2006). Straddling Boundaries: Identity, Culture, and School. *Sociology of Education*, 79(4), 304-328.
- Cederberg, M., y Villares-Varela, M. (2019). Ethnic entrepreneurship and the question of agency: the role of different forms of capital, and the relevance of social class. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 45(1), 115-132.
- Comas, M., Molina, E., y Tolsanas, M. (2008). *Identitats: Educació, immigració i construcció identitària*. Vic: Eumo Editorial / Fundació Jaume Bofill.
- Crenshaw, K. (1989). Demarginalizing the Intersection of Race and Sex: A Black Feminist Critique of Antidiscrimination Doctrine, Feminist

- Theory and Antiracist Politics. *University of Chicago Legal Forum*, 1989(1), 139-167.
- Dale, A., Shaheen, N., Kalra, V., y Fieldhouse, E. (2002). Routes into education and employment for young Pakistani and Bangladeshi women in the UK. *Ethnic & Racial Studies*, 25(2), 942-968.
- Desrués, T. (2009). *Los discursos de los españoles no musulmanes sobre los inmigrantes, el islam y los musulmanes*. Madrid: Instituto de Estudios Sociales Avanzados.
- Goicoechea Gaona, M. Á., y Clavo Sebastián, M. J. (2014). *Mujeres que miran a mujeres: la comunidad pakistaní*. Logroño: Universidad de la Rioja.
- Ghuman, P. A. S. (2003). *Double loyalties: South Asian adolescents in the West*. Cardiff: University of Wales Press.
- Güell, B. (coord.) (2017). *Diagnosi del comerç pakistanès al barri del Raval*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona Recuperado de: http://ajuntament.barcelona.cat/ciutatvella/pla-desenvolupament-economic/sites/default/files/resum_comerc_pakistanes_final.pdf
- Güell, B. (2018). *El impacto de la crisis en la economía étnica pakistaní en Barcelona*. Anuario CIDOB de la Inmigración en España, 330-353.
- Güell, B., y Solé Arraràs, A. (2018). *Barcelonines d'origen pakistanès: empoderament i participació contra la feminització de la pobresa*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona. Recuperado de: <https://bcnroc.ajuntament.barcelona.cat/jspui/bitstream/11703/112671/1/MAQPakistanesesCatala.pdf>
- Haw, K., Shah, S., y Hanifa, M. (1998). *Educating Muslim Girls: Shifting discourses*. Buckingham: Open University Press.
- Hoan, N. T., Chib, A., y Mahalingham, R. (2017). Mobile Phones and Gender Empowerment: Enactment of Restricted Agency. *Information Technologies & International Development*, 13(0), 171-185.
- Khurshid, A. (2015). Islamic Traditions of Modernity: Gender, Class and Islam in a Transnational Women's Education Project. *Gender & Society*, 29(1), 98-121.
- Kockelman, P. (2007). Agency. The Relation between Meaning, Power, and Knowledge. *Current Anthropology*, 48(3), 375-401.
- Korteweg, A. C. (2008). The Sharia debate in Ontario. *Gender & Society*, 22, 434-454.
- Light, I., y Gold, S. (2000). *Ethnic Economies*. San Diego: Academic Press.
- López Bargados, A., Lundsteen, M., y Solé Arraràs (2016). *La pràctica religiosa de les comunitats musulmanes de Barcelona. Expressions i problemàtiques*. Barcelona: SAFI.
- Mansi, K. (2012). Labour Market Activity amongst Pakistani and Bangladeshi Women in the UK and Muslim Women in Israel. *Journal of Race, Ethnicity and Religion*, 3(6), 1-25.
- McGee, J., y Hardman, K. (2012). Muslim schoolgirls' identity and participation in school-based physical education in England. *SportLogia*, 8(1), 29-41.
- Mendoza Carmona, B. E. (2017). *Historias y trayectorias de éxito académico. Jóvenes musulmanas de origen marroquí en la educación*

- superior de Catalunya (Tesis de doctorado). Universitat Autònoma de Barcelona.
- Messner, M. (2000). Barbie girls versus sea monsters. *Gender & Society*, 14, 764-784.
- Mijares, L., y Ramírez, Á. (2008). Mujeres, pañuelo e islamofobia en España: Un estado de la cuestión. *Anales de Historia Contemporánea*, 24, 121-135.
- Mingione, E., y Pinnaro, G. (1993). Work and Social Reproduction: Two Concepts for Interpreting the Post-Fordist Transition. *Labour*, 7(3), 175-198.
- Mirza, A. A. (2013). *Changing Gender Relations in Small Businesses: Experiences of Women Entrepreneurs of Pakistani Origin in Greater Manchester* (Tesis de doctorado). The Manchester Metropolitan University.
- Mohammad, R. (2005). Negotiating Spaces of the Home, the Education System, and the Labor Market. En C. Falah, G; Nagel (Ed.), *Geographies of Muslim Women: Gender, Religion, and Space* (pp. 178-202). New York: The Guilford Press.
- Mohanty, C. T. (2003). "Under Western Eyes" Revisited: Feminist Solidarity through Anticapitalist Struggles. *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, 28(2), 499-535.
- Molyneux, M. (1985). Mobilization without emancipation? Women's interests, state and revolution in Nicaragua. *Feminist Studies*, 11(2), 227-254.
- Moser, C. (1993). *Gender Planning and Development: Theory, Practice and Training*. London: Routledge.
- Murguialday, C., Vázquez, N., y González, L. (2008). *Un paso más: Evaluación del impacto de género*. Barcelona: Cooperació
- Narayan, D. (2005). *Measuring empowerment: cross-disciplinary perspectives*. Washington DC: World Bank.
- Nash, M. (2007). Repensar las representaciones mediáticas de las mujeres inmigrantes. *Quaderns de La Mediterrània*, 7, 56-62.
- Pàmies, J. (2006). *Dinámicas escolares y comunitarias de los hijos e hijas de familias inmigradas marroquíes de la Yebala en la periferia de Barcelona* (Tesis de doctorado). Universitat Autònoma de Barcelona.
- Pavón, E. (2014). Feminismo, género e inmigración. En E. Chocarro, M. del C. Sáenz. *Oriente y occidente: la construcción de la subjetividad femenina. Actas de la III Reunión científica de Igualdad y Género* (pp.101-118). Logroño: Universidad de La Rioja.
- Peter, F. (2003). Gender and the foundations of social choice: the role of situated agency. *Feminist Economics*, 9(2-3), 13-32.
- Riol Carvajal, E. (2003). La vivienda de los inmigrantes en Barcelona: el caso del colectivo pakistaní. *Scripta Nova: Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, 7(146-059).
- Sáiz López, A. (2010). Procesos, convergencias y variaciones en el empresariado femenino de origen asiático en España. *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, 92, 57-75.

- Sen, A. (1996). Agency and Well-Being: The Development Agenda. En N. Heyzer et al. (eds.) *A Commitment to the World's Women*. New York: UNIFEM.
- Shaw, A. (2000). *Kinship and Continuity: Pakistani Families in Britain*. Abingdon: Routledge.
- Tolsanas, M. (2007). Las calles de Barcelona, las casas de Pakistán. Transnacionalismo y generación posmigratoria. *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, 78, 33-56.
- Tanna, K. (1990). Excellence, equality and educational reform: The myth of South Asian achievement levels 1. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 16(3), 349-368.
- Trautner, M. N. (2005). Doing gender, doing class. *Gender & Society*, 19, 771-788.
- Tyrer, D., y Ahmad, F. (2006). *Muslim Women and Higher Education: Identities, Experiences and Prospects. A Summary Report*, Liverpool John Moores and European Social Fund. Liverpool: Liverpool John Moores University, European Social Fund.
- Utrata, J. (2011). Youth privilege. *Gender & Society*, 25, 616-641.
- Valenzuela, H. (2010). Pecunia Ex Machina, el emprendedor pakistaní en la ciudad de Barcelona. *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, 92, 185-206.
- Werbner, P. (1990). *The migration process: Capital, gifts, and offerings among British Pakistanis. Explorations in anthropology*. Berg Publishers Limited.
- Wray, S. (2004). What Constitutes Agency and Empowerment for Women in Later Life? *The Sociological Review*, 52(1), 22-38.
- Zine, J. (2006). Unveiled Sentiments: Gendered Islamophobia and Experiences of Veiling among Muslim Girls in a Canadian Islamic School. *Equity & Excellence in Education*, 39(3), 239-252.