

Ser madre es un “plus”

Por [Adriana Santagati](#)

La maternidad entrena en habilidades que ningún master enseña. Pero muchas empresas todavía no logran valorarla



Cuando hace unos días compartí [el video del peor trabajo del mundo](#), que muestra lo “inhumanas” que son las condiciones del trabajo materno (altísima demanda sin francos y sin salario), mi prima Lalita me preguntó cómo hace una madre para poner todo ese *know-how* en su CV. Bueno, otro video puede dar algunas respuestas.

También para conmemorar el Día de la Madre, que se celebró este mes en España, desde el País Vasco la Federación de Familias Numerosas de Euskadi (Hirukide) realizó una campaña de sensibilización. El título del spot, que en pocos días ya se acerca al millón de

vistas en YouTube, es “**Ser madre es un plus**”. En él se muestra el derrotero de Laura, una mujer de mediana edad que, luego de haber interrumpido unos años su carrera profesional para dedicarse a sus hijos, decide volver al ruedo. Y ahí empiezan los problemas.

Porque el brillante *currículum vitae* de Laura impresiona a todos los seleccionadores, pero tiene un “bache”. Justamente, esos años en que Laura se salió del mercado laboral para meterse en el familiar. Entonces ella empieza a trazar estrategias para sortear las preguntas de sus entrevistadores. Desde parecer una espía hasta explicar que se dedicó “a un proyecto personal”. Nada. Una pared. Perdió el *training*. Está *out* para la exigente demanda empresarial de hoy.

Hasta que cae en la cuenta: ¿cuántos recursos tiene una madre que serían deseables para cualquier empresa?

El video los va enumerando mientras muestra las situaciones familiares que convierten a una madre en un CEO perfecto: altas capacidades de esfuerzo y sacrificio, trabajo en equipo y liderazgo, gestión de recursos, oratoria y comunicación, motivación, organización y planificación. ¿Qué doctorado otorga todos esos conocimientos? ¿Quién no querría tener en sus filas a alguien con *esemaster*?

Sin embargo, muchas empresas todavía no ven ese “plus” que tiene ser madre. Lo sufren miles de mujeres que, como Laura, quieren reinsertarse en el circuito. Pero lo viven también quienes están dentro. ¿O me van a decir que no conocen ningún caso en el que, a iguales condiciones, se elige para determinadas funciones a un empleado varón porque se supone que es menos *problemático* que una mujer? Porque se supone (y se espera) que sea la madre la que falte cuando un hijo se enferme o quien llegue tarde porque hay reunión de padres o acto en la escuela. Esa es una de las razones por la cual, en todo el mundo, las mujeres corren en desventaja en la remuneración en comparación a los hombres. Y también por lo que siempre tenemos el techo de cristal ahí, incluso en los cargos gerenciales. Pareciera que una mujer, para ascender, debe resignar ese “plus” o al menos ocultarlo, “masculinizarse”, como tantas veces se dice.

En 2010, el Observatorio de la Maternidad de la Argentina realizó una demoledora investigación para responder a la pregunta de si los hijos influyen de igual manera en la

vida de las mujeres y de los hombres. No tiene sentido ahondar en la abrumadora estadística que confirma que en Argentina no influye igual (y que puede extrapolarse a cualquier otro país de la región), pero el estudio demuestra cómo las mujeres con hijos tienen una menor participación en el mercado laboral y a su vez acceden a empleos de menor calidad y remuneración.

"Las mujeres padecen ciertas desventajas respecto a los hombres y las madres respecto a las mujeres sin hijos no porque ellos constituyan una carga o un proyecto no deseado, sino porque la organización familiar y social ha logrado adaptarse a la nueva realidad familiar y social. En efecto, si bien hoy las mujeres comparten con los hombres el tiempo de trabajo remunerado, no se ha generado un proceso de cambio similar en la redistribución de la carga de las tareas domésticas (...) A su vez, tampoco se modificó la organización socioeconómica y cultural tradicional, en la cual el hombre asume el rol de 'proveedor' y la mujer es 'dueña de casa'", concluye el informe, que pide promover "un nuevo modelo social en el que los aportes que las familias realizan a la sociedad con la crianza de los hijos sea valorado". Lo mismo que plantea la campaña de Hirukide.