

La solución no es compartir la colada

SOLEDAD GALLEGO-DÍAZ

El colectivo femenino puede ser mucho más fuerte si toma conciencia de que no se trata de compartir la colada, sino de compartir el poder y que éste se halla en los entornos financieros. No parece fácil que esa conciencia se abra paso y que las mujeres consigan instalarse en el mundo de la alta dirección, que es donde se mueve realmente el dinero. En España es un grupo muy minoritario (aproximadamente un 4% del total) y el hecho de ser tan reducido hace que, además, esas mujeres sean vistas como símbolos y no como personas, con todos sus pasos observados y extrapolados al colectivo, lo que provoca todavía más presión y soledad.

Éstas son algunas de las conclusiones de un reciente estudio publicado por el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) y titulado *Mujeres directivas: transición hacia la alta dirección*. El trabajo, de tipo cualitativo, ha sido dirigido por Alicia E. Kaufmann y recoge observaciones llamativas. Por ejemplo, que las mujeres tienen una notable falta de ambición económica. Hombres y mujeres difieren mucho respecto a la importancia de la "seguridad material", nada menos que diez puntos de separación (38,3% frente a 28,4%) a la hora valorar lo económico como factor de felicidad. Clara Coria, que ha realizado varios trabajos sobre *El sexo oculto del dinero*, considera que en muchas ocasiones la mujer que accede a un trabajo remunerado "no se siente con derecho a poseerlo".

El estudio de Kaufmann insiste bastante en este análisis y lo relaciona con otras encuestas. Por ejemplo, cuando se pregunta a los españoles cuáles son sus fantasías relacionadas con la felicidad, ser rico es citada por el 46,2% de los hombres, mientras que entre las mujeres no llega al 38%.

En las únicas cosas que coinciden realmente hombres y mujeres es en la infelicidad que produce la falta de dinero (la angustia por no poder satisfacer lo básico no hace diferencias de género) y en la alegría que produce viajar (55% de los hombres y 57% de las mujeres). Significativo resulta también que las mujeres fantaseen mucho más con la felicidad que supone ser inteligente (35%) que los hombres (29%). Sin duda, porque ellas se consideran menos dotadas que ellos.

En definitiva, todos los trabajos señalan lo mismo: mientras que para los hombres tener poder e influencia, tener dinero, es muy importante, para las mujeres esa dimensión es muy inferior. "La mayoría de las mujeres piensa en sus salarios en relación con lo que necesitan, en lugar de pensar lo que vale ese trabajo en relación a su calidad o esfuerzo invertido", advierte *Mujeres directivas*.

La realidad es que existe una notable diferencia entre la propensión a pedir de unas y de otros y que eso tiene consecuencias en los salarios. "Las mujeres no piden, piden menos y consiguen menos". Para colmo, "los directivos de las empresas suelen respetar más a los candidatos que presionan para que se les pague más, así que al no pedir aumento de sueldo, las mujeres no sólo sacrifican ingresos adicionales sino que pierden también el respeto y la consideración de sus jefes".

El estudio recoge un caso analizado en una universidad norteamericana: profesores del mismo estatus académico, hombre y mujer, recibieron una oferta de trabajo. "Poco después de ser contratados, el gerente se percató de que el sueldo del hombre era mayor que el de la mujer. Al investigar supo que a ambos se les ofreció el mismo sueldo inicial, pero que el hombre negoció para cobrar más y la

mujer aceptó lo que se le había ofrecido". Por supuesto, el gerente no hizo nada para remediar esa situación.

Una consecuencia de esa falta de costumbre de pedir es que las mujeres tampoco tienen muchas habilidades para negociar y eso es un problema real para acceder a altos cargos de dirección. Como lo es también el poco hábito de frecuentar espacios sociales donde se consolidan redes y se cierran tratos. Los investigadores observan que las mujeres no tienen el hábito de recomendar profesionalmente a otras mujeres y que poseen pocos espacios para la creación de redes, recomendaciones y derivaciones profesionales. "Cuando sucede", explica Alicia Kaufmann, "este hecho es fuertemente criticado por los hombres".

Por supuesto, los principales problemas para la promoción de las mujeres a altos cargos de dirección siguen siendo su sentimiento de culpa por no cumplir todas las expectativas, las demandas sociales, siempre muy elevadas respecto a las de los hombres, y las cuestiones relacionadas con la maternidad. Afortunadamente ya existen mujeres directivas dispuestas a enfrentarse con esos problemas. El estudio analiza el testimonio de una entrevistada que relata lo siguiente: "Estaba en un proceso de selección con unos clientes. Fue precisamente ella (la responsable de una empresa) la que preguntó: "Si los niños se ponen enfermos, ¿qué piensas hacer? Yo le dije: yo a ti ahora mismo te estampaba contra la pared".

solq@elpais.es

El País, 23 de noviembre de 2007