

Campaña publicitaria

Hacé tu click



Compartir las buenas prácticas es una de las mejores experiencias que se viven. Poder hacerlo para beneficiar al capital humano de las organizaciones es un beneficio invaluable para la sociedad. Para eso y algo más, llegamos al auditorio de Telecom.

Estábamos viviendo una jornada muy especial. El Consejo Publicitario Argentino, junto al Centro Confye, la agencia Ponce y algunas ONG como Fundación Padres y **Sembrar Valores**, entre otras, se reunían en un trabajo común: celebrar el Año Internacional de la Familia apoyando una de las tres líneas de acción: el equilibrio entre la vida familiar y la vida laboral.

Hay tres ejes

Los ejes señalados por las Naciones Unidas para el año 2014, Año Internacional de la Familia, son tres: en primer lugar se trata de apoyar a las familias, porque las familias bien estructuradas están menos expuestas a la pobreza que las familias disfuncionales.

Qué duda cabe de que cuando en una familia hay dos ingresos, hay más facilidad para afrontar los gastos. De allí que la familia monopar-

rental se ha destacado como principal índice de pobreza. De la misma manera, aunque con características diferentes, cuando la familia se divide, los mismos ingresos necesitan cubrir al menos dos domicilios. Este problema se extiende cuando llegan las nuevas parejas y nuevos hijos. Parecería algo obvio; sin embargo, no todos los gobiernos ni empresas lo entienden así.

Comprender y asumir esta realidad llevará a potenciar y a proteger a la familia que puede ser llamada natural y que, como célula básica de la sociedad, genera riqueza y defiende a las personas de la pobreza y la miseria en que vive tan alto porcentaje de la población local y global.

El tercer eje temático es el cuidado de los vínculos. Concretamente se trata de vincular los extremos de la vida. Que se reconozca a la persona desde que es concebida, señalando un punto básico; de lo

contrario, se está privando de un derecho humano básico a los más desprotegidos e indefensos. Luego, los niños con sus derechos a un papá y una mamá, a la comida, el techo, el vestido, la educación, la salud, etcétera. En el otro extremo se coloca a los abuelos, las personas mayores que con sus debilidades se asemejan a los niños y también, por su misma debilidad, pasan a ser descartables como personas. Es triste, es doloroso, pero pasa a nuestro lado. Por el contrario, existen cientos de iniciativas que deberían ser apoyadas desde el Estado y las empresas para rescatar el enorme potencial de la mal llamada clase pasiva y, llegado el momento, brindar todos los cuidados que la persona merece hasta el último momento de su vida.

¡Qué paradoja! -exclama la dra. Patricia Debeljuh-: El ser humano es libre y para serlo necesita vincularse.

A man with a beard, wearing a brown blazer over a plaid shirt and dark trousers, stands on a stage holding a microphone. He is gesturing with his left hand. Behind him is a large projection screen displaying the word 'Desafío.' in white text on a pink background. The stage is set with a blue desk, chairs, and water bottles. The room has a carpeted floor and a drop ceiling with recessed lights.

Desafío.

La persona precisa un ámbito contenedor y de proyección que se llama familia, que fue definida -por un sabio filósofo- como el lugar adonde se vuelve.



Se da un fenómeno recurrente: el éxito laboral,
acompañado del fracaso personal.

El segundo eje

Sin embargo, el tema, que nos convoca es el segundo eje: la conciliación, el equilibrio entre la vida laboral y la vida familiar. El desarrollo integral de la persona requiere de ambos ámbitos. Inclusive cuando se trata de el ama de casa, estamos hablando de un ámbito laboral. Las mujeres en esta situación profesional, si estuvieran bien capacitadas para hacerlo o, digámoslo mejor, las que están bien capacita-

das para hacerlo, representan un enorme ahorro a la sociedad, son una fuente de recursos inagotables.

Según los dictámenes de la cultura actual, en un número elevado, muy elevado de casos, papá y mamá salen a trabajar fuera de su casa.

Un elemento más en esta conciliación. Ya no se trata sólo de que el hombre y la mujer cuiden de su casa y de sus hijos. La longevidad y avances de la medicina han creado una maravillosa red de contención

formada por los abuelos que no todas las culturas saben apreciar. Pero llega un momento en que toca a los hijos hacerse cargo de sus padres. Entonces, es una realidad que también afecta a la vida del trabajador. La preocupación y el ausentismo no radican exclusivamente en la gripe del niño o la cita en la escuela. Ahora, hay que acompañar al papá al médico o existen razones para que el adulto mayor no pueda quedar solo en casa, etc. ¿Qué camino seguir?

Hay opciones

En la jornada de hoy y gracias a la presentación a cargo de directivos de Telecom, conocemos un universo de posibilidades que facilitan esta armonía. Compartir las buenas prácticas entre colegas es una de las enormes ventajas que ofrece el Club IFREI (las siglas corresponden a su origen en inglés).

¿Cómo?

Había entusiasmo, creatividad y fundamento antropológico. ¿Por qué? El ser humano es el más indefenso, el que necesita mayor contención y requiere más años de nutrirse y cuidado para desarrollarse. La persona precisa un ámbito contenedor y de proyección que se llama familia, que fue definida -por un sabio filósofo- como el lugar adonde se vuelve.

Y la pregunta surgió: ¿cómo se vuelve? Es que la familia es generadora de energía, cada día salimos de casa con las pilas dispuestas para ir a trabajar, pero ¿qué pasa en el medio?, ¿en qué estado regresamos? Nace, entonces, un reclamo que es clásico, proclamamos a la familia como lo mejor que tenemos y, tal vez, le brindamos lo peor de nosotros.

Se da un fenómeno recurrente -afirma la doctora Debeljuh-: el



éxito laboral, acompañado del fracaso personal. “Son demasiados recursos, insiste, que se abocan a la profesión, mientras el proyecto personal, la familia, resultan postergados”. Pero existen caminos para que las diferentes esferas se potencien mutuamente.

Equilibrio en acción

Desde el año 2008, Telecom desarrolla su programa en busca de la conciliación vida laboral – vida familiar con el nombre de “Equilibrio en acción”.

Algunas de las prácticas aplicadas son las políticas de flexibilidad. Por ejemplo, el Día de la Madre, las colaboradoras pueden acordar con sus jefes el disponer de un día libre para disfrutar de lo que más les gusta: tiempo para compartir con su familia. De hecho, el programa tiene el 95.2% de aceptación.

El teletrabajo con todas las medidas de seguridad y prevención, la experiencia recogida de esta modalidad señala que aumenta el

Comerciales que inspiran, que buscan dejar un valor, un mensaje positivo.

grado de *empowerment* de los colaboradores, mejora los estándares de eficiencia y “corre la frontera” en materia de modelos de gestión del capital humano.

El programa pretende mejorar la calidad de vida de los empleados, retener talentos, favorecer la inclusión laboral, readecuar y mejorar los espacios de trabajo, estimular el cuidado del medio ambiente.

La campaña

Luigi Ghidotti, director creativo de la agencia Ponce -a cargo de la campaña- nos cuenta que fue una gran sorpresa tener que trabajar con este tema y nos dice, también, que le llegó en el mejor momento, hace un mes fue papá por primera vez así que estaba especialmente sensibilizado. Destacó que el planteo fue movilizador dentro del propio equipo de traba-

jo, porque ¿quién no se conmueve al ver su realidad?

El abordaje tuvo al menos dos desafíos, por un lado está el “eso ya lo sé”, como el reconocer que dedicamos tiempo a la capacitación y al trabajo, mientras la familia pasa a un segundo lugar, pero se trata de “hacer”.

Por otro lado, y es algo positivo: hay muchos comerciales que inspiran, que buscan dejar en el potencial cliente un valor, un mensaje positivo. ¿Cómo distanciarse de ese elenco para no camuflarse en ese paisaje?

De la mano de Luigi, llegamos a un mensaje que se mueve entre lo dramático y el humor. Se presentó el concepto racional y las estrategias de comunicación, pero no adelantamos más. La campaña se lanza en agosto cuando las cabezas sean capaces de pensar en algo que vaya más allá del mundial. 🍷