

Artículo publicado en: *Sociología del Trabajo*, núm. 55, 2005: 3-26.

Masculinidad y trabajo. Las empresas con políticas de género y sus consecuencias sobre la masculinidad

Paco Abril Morales y Alfonso Romero Díaz*

Resumen

Este artículo presenta los resultados españoles del proyecto europeo *Work Changes Gender – Towards a new organisation of men's lives – emerging forms of work and opportunities for gender equality*. La investigación pretendía analizar hasta qué punto las nuevas formas de trabajo inciden en la transformación de la masculinidad, especialmente sobre los aspectos relacionados con la conciliación de la vida familiar y laboral y la igualdad de género.

Los resultados de la investigación muestran que las relaciones de casualidad no son unidireccionales, hasta el punto que podemos afirmar que predomina la relación inversa: “el género cambia el trabajo”. Las necesidades familiares, las inquietudes personales, los valores parecen ser más determinantes para adoptar nuevas formas de trabajo, que al revés. A pesar de este mayor peso de los factores externos a las empresas para explicar el cambio en la masculinidad, los resultados también muestran que los cambios introducidos por éstas también influyen en las relaciones de género.

Introducción

En la primavera del 2004 un conocido banco español inició una campaña publicitaria para presentar un nuevo producto hipotecario flexible. La imagen elegida del cartel publicitario es la de un hombre blanco de unos 35 años sentado en una silla y sosteniendo en cada brazo a un bebé gemelo. En la parte superior del anuncio se lee: “Te sentirás tranquilo ante cualquier imprevisto”.

Este anuncio es significativo de la nueva percepción social que hay de los hombres en nuestra sociedad. Por un lado, se mantiene la idea que el hombre sigue siendo el proveedor principal, es a quién se dirige el producto hipotecario. Por otro lado, la nueva imagen del hombre en España es que, además, este hombre vive su paternidad, se responsabiliza de sus hijos, no solo económicamente.

Este anuncio y otras campañas muestran un perfil del hombre alejado de los estereotipos hegemónicos: hombres más igualitarios, más vinculados a sus familias, a su paternidad, cuidadores, menos centrados en el trabajo, con otros tipos de valores. Por otro lado, esta imagen también coexiste con la de aquellos hombres que se agarran a sus privilegios patriarcales, y a través de la violencia pretenden mantener su posición de poder.

Este artículo presenta los resultados españoles del proyecto europeo, financiado por el V programa marco de la UE, *Work Changes Gender – Towards a new organisation of men's lives – emerging forms of work and opportunities for gender equality*¹. En dicho

* Abril, Universitat Oberta de Catalunya; Romero, Universitat de Girona. Correspondencia: Departament d'Empresa, Campus de Montilivi, Universitat de Girona, 17071 Girona. Correo Electrónico: alfons.romero@udg.es

¹ <http://work-changes-gender.org/>

proyecto han participado seis países (España, Noruega, Alemania, Austria, Bulgaria e Israel).

La hipótesis de partida pretendía comprobar hasta qué punto las nuevas formas de trabajo y la transformación del mercado laboral inciden en cambios sobre la masculinidad, especialmente aquéllos relacionados con la conciliación de la vida familiar y laboral y la igualdad de género. Para ello se analizan cuatro empresas españolas con políticas activas de género (dirigidas tanto a hombres como mujeres) y las consecuencias de estas políticas y nuevas formas de trabajo (especialmente en términos de flexibilidad horaria) sobre la llamada masculinidad hegemónica o tradicional². En el trabajo de campo español se realizan un total de 42 entrevistas en profundidad, la mayoría de ellas dirigidas a hombres que se habían acogido a algún tipo de política de género disponible en sus empresas.

Por tanto, el marco teórico donde se circunscribe esta investigación hace referencia tanto a las transformaciones en el trabajo y las organizaciones como las transformaciones en la masculinidad; y la interacción entre ambas transformaciones.

Las investigaciones sobre masculinidad y trabajo

Existe bastante literatura que relaciona el género con el trabajo y la empresa, pero ésta se ha centrado básicamente en las mujeres. Este hecho ha implicado que a la hora de estudiar el papel de los hombres en la organización y en el mundo laboral, desde la perspectiva de género, se haya realizado desde su participación en los procesos de desigualdad que afectan a las mujeres.

Nuestro enfoque pretende considerar el papel del género en las nuevas formas de organización del trabajo desde una doble perspectiva:

- Las consecuencias de los cambios organizativos de las empresas sobre el papel de los hombres
- La transformación de la masculinidad sobre los cambios organizativos

Los estudios en torno a la masculinidad son un campo muy reciente dentro de los estudios de género. En la última década se ha generado una corriente orientada a entender a los hombres desde su situación y condición de género. Algunos de los autores más relevantes se centran en la construcción social de la masculinidad y la emergencia de una masculinidad hegemónica que no sólo oprime a las mujeres sino también a otras masculinidades subordinadas (Connell, 1995; Kaufman 1997; Kimmel, 1997). Asimismo, no es posible entender estos estudios sin los antecedentes del feminismo tanto político como académico. Otro antecedente de importancia es el desarrollo de los llamados estudios *gay* que son representativos de los primeros hombres que empiezan a preguntarse sobre su identidad y a romper con la masculinidad hegemónica.

Otras investigaciones se han centrado en el uso del tiempo, la ausencia de los hombres en el hogar y sus consecuencias sobre la paternidad; y finalmente la conciliación entre la vida familiar y laboral. La utilización del tiempo ha sido analizado a partir de la creación de diferencias en las negociaciones diarias entre hombres y

² Partiendo de Connell (1995), definimos la masculinidad hegemónica como aquella ideología que privilegian a algunos hombres al asociarlos con ciertas formas de poder. Las masculinidades hegemónicas definen formas exitosas de “ser hombre” y simultáneamente marcan otros estilos femeninos y masculinos como inferiores o subordinados.

mujeres (Hoepflinger, Charles and Debrunner 1991; Notz 1991; Jarczyk and Rerrich 1993; Niemi et al. 1991; Tarkowska 1992. - Citados en Hearn et al. 2002)

Por ejemplo Ranson (2001) apunta que mientras hay un extenso acuerdo sobre la emergencia de los 'nuevos padres' como imagen cultural; hay un debate considerable sobre la extensión en la que este cambio ideológico particular es seguido por cambios en la práctica de la paternidad.

En los estudios sobre la paternidad (básicamente centrados en la ausencia paternal) así como las responsabilidades domésticas de los hombres, podemos destacar dos tendencias en función de si se considera tal presencia/ausencia como resultado de procesos ajenos a su voluntad, o procesos que ellos mismos desarrollan.

Por un lado hay autores que se centran en el aumento de la presencia de los hombres en el hogar, el cuidado de los otros y el enfoque en las relaciones desde una perspectiva de igualdad de género. Por otro lado, estarían los autores que destacan que la tendencia es hacia una mayor demanda y vida laboral discontinua que pueden hacer a los hombres más ausentes.

Algunos autores señalan, por ejemplo, que los sistemas de divorcio post-parentales donde muchos padres pierden el contacto con sus hijos así como la mayor presión y movilidad laboral, pueden provocar la generalización de "la ausencia del padre" (Holter y Olsvick 2000)

A nivel europeo, la mayoría de las investigaciones sobre masculinidad, trabajo y familia tratan de las ventajas de los hombres sobre las mujeres en ocupaciones, condiciones laborales y salario; así como la segregación de género en el trabajo. En algunos casos, aunque minoritariamente, se ha tratado la situación de los hombres en ocupaciones no tradicionales (Hearn et al. 2002).

Estos mismos autores señalan que el paso de la industria tradicional a sociedades post-industriales, en la última década, así como la globalización han desarrollado junto a nuevas formas de trabajo, nuevas formas de marginalización. En este contexto, muchos hombres pueden encontrar difícil acomodarse a los cambios en el mercado de trabajo y a los cambios en las estructuras familiares. En lugar de dirigirse a un sector reproductivo (*'care sector'*) o adquirir mayor educación, algunos hombres jóvenes se convierten en marginales en el trabajo y la vida familiar.

Respecto al trabajo, como segundo eje de análisis teórico donde se enmarca esta investigación, éste es un elemento central en la formación de la cultura masculina.

Las sociedades industriales construyeron el ideal de un puesto de trabajo a jornada completa, en una única empresa, por 30 o más años, con salarios continuamente crecientes, lo que permitía que solo un miembro de la familia, generalmente el varón, tuviera que trabajar. En este modelo ideal el cuidado de la casa y los hijos/as estaba, generalmente, a cargo de la mujer. Cuando hablamos de masculinidad tradicional o hegemónica nos estamos refiriendo a este tipo ideal de varón dedicado casi exclusivamente al trabajo remunerado (con fuerte vinculación al mercado de trabajo y poca al hogar y la familia).

Como sabemos, este concepto de trabajo seguro y permanente con salarios crecientes para los hombres y muy escaso trabajo remunerado para las mujeres está en vías de extinción (las situaciones laborales y formas de vinculación con el mercado de trabajo son ahora muy plurales tanto para hombres como para mujeres).

El proceso de globalización, las nuevas tecnologías, la flexibilidad del proceso productivo y la incorporación masiva de las mujeres al trabajo remunerado han sido señalados como los factores claves y determinantes de la profunda transformación que sufre el trabajo y las organizaciones relacionadas con él en la era de la información (Castells, 1997, 2001; Carnoy 2000; Sennet, 1998).

Castells (2004) señala que las mujeres han transformado las tendencias estructurales dominantes y están induciendo a que las empresas sitúen a los hombres en los mismos patrones de flexibilidad e inseguridad laboral en las que ellas se encuentran. Es decir, para este autor, mientras las mujeres alcanzan los niveles de los hombres trabajadores, muchos de ellos bajan al nivel de las mujeres trabajadoras. Esto tendrá implicaciones en la estructura de clases y en las relaciones entre hombres y mujeres, tanto en el trabajo como en el hogar.

Por tanto, lo que estos autores indican es que las transformaciones en el trabajo están redefiniendo las relaciones entre géneros y las fronteras entre vida laboral y vida personal y doméstica.

En esta perspectiva de análisis es donde se sitúa nuestra investigación, que nos llevará a comprobar hasta qué punto las nuevas formas de trabajo transforman las relaciones de género. Así como, si el aumento de las responsabilidades familiares en los hombres tiene consecuencias sobre el lugar de trabajo. Y finalmente las resistencias a la transformación de la masculinidad.

A continuación se detalla el proceso metodológico seguido para la realización de la investigación.

Fases y técnicas de análisis

El levantamiento de datos se inició en España a principios del año 2003 partiendo de los criterios establecidos previamente por los equipos participantes en la investigación.

El objetivo inicial fue localizar aquellas empresas que estaban aplicando las políticas de igualdad de género y de conciliación de vida laboral y familiar más avanzadas en el conjunto de empresas españolas, y dentro de éstas aquéllas donde había más hombres o se facilitaba a éstos el acceso a este tipo de políticas, con la finalidad de localizar y entrevistar a estos hombres.

Teniendo en cuenta estos criterios, el levantamiento de los datos se realizó en cuatro fases.

En la primera fase, o fase exploratoria, se realizaron cinco entrevistas en profundidad a actores políticos y/o sociales expertos en temas de igualdad de género desde áreas diversas como la universidad, partidos políticos, gobierno, sindicatos y mundo empresarial. Estas entrevistas nos ayudaron a elaborar una primera aproximación a la situación de las políticas de igualdad de género y conciliación de la vida laboral en las empresas españolas y sobretodo a localizar aquellas empresas pioneras en la aplicación de este tipo de políticas, especialmente aquéllas donde habían un número importante de hombres que se acogían a estos tipos de medidas.

En la segunda fase gracias a las informaciones obtenidas en la fase exploratoria se seleccionaron cuatro empresas destacadas por la introducción de cambios

organizativos en materia de flexibilidad, conciliación de vida familiar y laboral y políticas de igualdad de género.

Aunque no se buscaba un criterio de representatividad, ya que como hemos señalado el proceso de selección consistió en elegir empresas u organizaciones que aplicaran las políticas de igualdad de género y conciliación más allá de las determinadas por ley, se intentó que las empresas fueran lo más diversas posibles para establecer posibles comparaciones. En este sentido, aunque todas son del sector servicios (personales, sociales, tecnológicos y financieros), dos de ellas son empresas privadas, una es una organización pública y otra una ONG.

Asimismo dos de las empresas seleccionadas estaban, en el momento de realizar las entrevistas, adscritas al Programa Óptima del Instituto de la Mujer³. Otra de las empresas había sido destacada en el año 2002 con la mención de empresa familiarmente responsable al ofrecer a sus empleados medidas de conciliación más allá de las contempladas por ley. Finalmente, la última empresa seleccionada, al pertenecer a la administración pública catalana entra dentro de la aplicación de la ley 6/2002 sobre conciliación de trabajo y familia⁴ para trabajadores de las administraciones públicas catalanas. Dicha ley, en el momento de realizar las entrevistas, era una de las más avanzadas del estado español.

En esta segunda fase se realizaron doce entrevistas semi-dirigidas a informantes clave de las organizaciones descritas: directivos/as, responsables políticas de género y representantes sindicales.

La tercera fase estaba centrada en entrevistar a hombres que dentro de las organizaciones se habían acogido a alguna de las medidas de flexibilidad y/o conciliación de las empresas (permiso de paternidad, reducción horaria para atender a los hijos/as u otros motivos, etc.). En total se realizan quince entrevistas en profundidad a hombres que, como veremos, son pioneros en sus empresas al ser los primeros en acogerse a medidas que suelen ser dirigidas a las mujeres.

La cuarta y última fase de recogida de datos consistió en seleccionar de los 15 hombres entrevistados a aquéllos que se ajustaban más al perfil de 'nuevo' hombre⁵ (Connell 1995; Kimmel & Messner 2001) para realizar con ellos una segunda entrevista en profundidad más centrada en aspectos personales y de identidad: trayectoria laborales, familia de procedencia, grado de satisfacción, etc. Se realizaron un total de 10 entrevistas en profundidad.

Resultados

La pretensión inicial del estudio era comprobar hasta qué punto el trabajo cambia el género. O, más concretamente, cómo las nuevas formas de trabajo y las políticas de conciliación de la vida laboral y familiar dirigidas a los hombres por parte de las

³ Programa para la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en las empresas a través del desarrollo de Planes de Acciones Positivas. < <http://www.mtas.es/mujer/optima.htm> >

⁴ Para consultar la Ley 6/2002 de Conciliación de trabajo y familia ver < <http://www.afac.info/documentosdogc/DOGC%20375607-11-2002p19470espa.htm> >

⁵ En la línea de los autores citados, cuando se habla de 'nuevos' hombres o 'nueva masculinidad' en relación a nuestra investigación nos estamos refiriendo a aquellos hombres que se han apartado de la masculinidad hegemónica para experimentar y vivir otro tipo de relaciones de género más igualitarias, tanto a nivel familiar como laboral.

empresas incidían en la transformación de la masculinidad. Los resultados que mostramos a continuación van más bien en la dirección contraria: el género cambia el trabajo. O dicho de otra forma los factores que inciden en el cambio de la masculinidad son en la mayoría de casos de tipo exógeno a la empresa. No obstante, cabe también señalar que el trabajo también ayuda a cambiar el género: los cambios experimentados por las empresas para posibilitar una mayor conciliación de la vida familiar y laboral en los hombres también acaba influyendo en toda la plantilla.

A pesar de que el estudio se centraba en el análisis de empresas con políticas de género dirigidas tanto a hombres como mujeres, cabe también constatar que en la mayoría de casos son políticas pensadas y dirigidas básicamente a mujeres. En muchos casos hemos constatado que los hombres que se acogían a este tipo de medidas eran pioneros en su empresa y en la sociedad.

Otro resultado de carácter general es que el cambio en la masculinidad hegemónica no va en una única dirección: hemos encontrado diversos tipos de “nuevos hombres”, de manera que sería más correcto hablar (y esto es así tanto en el caso español como en el resto de países que han participado en la investigación) de nuevas masculinidades.

Estructuramos la presentación de los datos en los siguientes apartados: los motivos aducidos por las empresas para introducir políticas de conciliación; los efectos de dichas políticas sobre los trabajadores y su vida fuera de la empresa; los efectos de la flexibilidad horaria sobre la conciliación; los motivos de los hombres que se acogen a dichas políticas; exploramos una tipología de masculinidad y finalmente analizamos los principales barreras u obstáculos que sufren los hombres que se acogen a dichas medidas.

Motivos de las empresas⁶

Nos vamos a centrar ahora en los motivos señalados por las empresas analizadas para aplicar políticas de igualdad de género y de conciliación.

El primer hecho destacable son las diferencias en los motivos encontrados según la titularidad pública o privada de las empresas. Para la empresa privada la aplicación de este tipo de políticas es un tema básicamente secundario y determinado a la obtención de beneficios por parte de la compañía. Es decir, si la empresa tiene beneficios puede plantearse la aplicación de medidas que armonicen la vida de los trabajadores.

En cuanto a los beneficios que obtienen las empresas privadas con este tipo de políticas, éstos están básicamente centrados en la imagen externa de la compañía y la fidelización de los trabajadores. Aunque también se destaca la responsabilidad social en el equilibrio y salud personal de los trabajadores

“Muchísimos beneficios. Aparte del tema de imagen, que eso creo que es básico, creo que además es un tema de responsabilidad social (...) A nivel de la gente, de fidelización de la gente, retención del talento, que la gente esté mucho más motivada trabajando”. (Experto en Mobcom)

La fidelización o compensación del trabajador estaría también entre los motivos principales de la ONG (Coomundi). Al no ser una empresa competitiva en salarios tienen que ofrecer motivaciones que sean valoradas por los trabajadores. En este

⁶ Los nombres de las empresas que aparecen en este artículo son ficticios con el fin de salvaguardar el anonimato de las organizaciones y personas entrevistadas

caso, como señala una de las informantes, motivan a los trabajadores con tiempo y flexibilidad:

“També és important tenir en compte que nosaltres no tenim sous molt alts. Pel tipus de qualificació i feina que tenim en un altre tipus d'empresa estariem cobrant força més i jo crec que cal compensar això, i ho fan amb temps”. (Experto en Coomundi)

También, en Coomundi, al ser una organización que trabaja los temas de justicia social e igualdad en sus proyectos de cooperación, ve lógico que apliquen dentro de la organización también políticas de igualdad (de género) que les haga coherente con sus objetivos:

“Treballem en un sector molt sensible. No podem estar invitant a promoure la igualtat de gènere fora de Coomundi i després no aplicar-ho dintre. No ser conseqüents amb la nostra institució. Va tot molt lligat”. (ENT 13)

Como se ha visto, la socialización a través del trabajo está presente en Coomundi, no sólo a nivel de organización, sino también a nivel individual. La igualdad de género aparece como necesaria en su trabajo diario en los países del sur, y a partir de esto la organización desarrolla una política interna que incluye tanto a hombres como a mujeres. Por tanto, la 'naturaleza del trabajo' es un aspecto muy importante, especialmente si otras condiciones son también favorables. De forma general se puede decir que un tipo de trabajo con orientación social lleva a los hombres (y a las mujeres) hacia un mayor énfasis en aspectos como el equilibrio entre géneros, la diversidad y conciliación de la vida familiar y laboral

En la empresa pública, Redsocial, también encontramos que la política, es decir, ser ejemplo a otras empresas y a la sociedad, es una de las motivaciones principales para la aplicación de políticas de igualdad de género y conciliación.

A esto, también, se tendría que añadir que en la empresa pública los derechos laborales están más consolidados y regulados, lo que permite estar más avanzados en temas de políticas de género y beneficios sociales para los trabajadores.

Por otro lado, a nivel general, la implementación de políticas de igualdad de género y conciliación, más allá de aspectos ideológicos, puede significar, también, beneficios económicos y sociales a corto plazo. En las empresas analizadas hemos encontrado evidencias claras que las empresas ganan mucho, en términos de motivación en el trabajo y satisfacción de los empleados como señala uno de los informantes.

“Jo crec que en la mesura en que tens a les persones contentes amb aquesta flexibilitat i poden compaginar vida familiar i laboral, doncs tens a les persones més motivades, amb més compromís amb l'organització. (...) Jo crec que això també es nota després, en la productivitat i en l'ambient”. (Experto en Coomundi)

Como hemos podido comprobar en este apartado, la aplicación de políticas de igualdad de género y conciliación responde a diferentes motivos según el tipo de empresa analizada. En las empresas privadas predominan las cuestiones de imagen y marketing de la compañía y la fidelización de los empleados a través de la oferta de diferentes tipos de beneficios sociales. En la empresa sin ánimo de lucro, la fidelización es más una compensación, al no poder competir con salario ofrecen flexibilidad y tiempo, con el objeto también de retener a los trabajadores. En este tipo de empresa, la coherencia con los objetivos y valores de la compañía son elementos

determinantes en la implementación de políticas de igualdad. De la misma forma, la empresa pública se rige por criterios políticos y sociales: erigirse en ejemplo de la regulación y derechos laborales. Finalmente, todas ellas, según indican, obtienen beneficios a corto plazo en cuanto al aumento del compromiso con la empresa, mayor productividad y mejora del clima laboral.

Políticas de género y conciliación en relación a los hombres

Analizadas las motivaciones para introducir políticas de conciliación de la vida laboral y familiar, nos detenemos ahora en los destinatarios/as de estas políticas: ¿Van realmente dirigidas tanto a hombres como mujeres?

Podemos sintetizar el conjunto de políticas de género y de conciliación de la vida privada y laboral seguidas por estas empresas en las siguientes medidas: flexibilidad horaria (de entrada y salida); reducción de la jornada laboral más allá de lo que la ley permite (en algunas empresas de un tercio de la jornada para el cuidado de los hijos/as sin reducción salarial); permisos de lactancia más largos; facilidades para el cuidado de los/as hijos en guarderías; mayores facilidades (especialmente en tiempo) para el permiso de paternidad; posibilidad de realizar parte de la jornada fuera del sitio de trabajo (a través de teletrabajo); facilidades para disfrute de períodos sabáticos, etc.

El primer tema a destacar es que, en general, hemos detectado, que a pesar de los cambios e innovaciones, el sistema de normas y comportamientos sigue favoreciendo un modelo en el cual el hombre es el principal proveedor familiar. Es decir, que todas estas medidas siguen siendo pensadas o dirigidas para las mujeres.

Este sistema, orientado básicamente a la producción, devalúa o pone trabas a los hombres más orientados a la familia y a tareas reproductivas o de cuidado de otras personas. Estas normas, muchas veces informales, son más evidentes en las empresas privadas orientadas a la producción, aunque también se producen en empresas públicas o no lucrativas más orientadas a temas sociales. En relación a esto, un tema generalizado es que el volumen de trabajo y la cultura de alargar las jornadas laborales impide el uso de las ventajas sociales a disposición en la empresa, como indica uno de los hombres entrevistados:

“Si, hay políticas especiales de género, políticas a favor de la conciliación del trabajo con la vida familiar , pero en la práctica yo creo que hay una realidad que es que hay un montón de trabajo y las políticas pues al final.... Yo por ejemplo yo tengo derechos que no puedo utilizar porque tengo el derecho a hacer jornada intensiva durante 2 meses y medio pero a la práctica no puedo hacerlo porque tengo mucho trabajo y si no lo hago no lo hace nadie”. (ENT 7)

Otro aspecto común en todas las empresas, en mayor o menor medida, es que las políticas de apoyo a las familias y de igualdad de género están dirigidas a las mujeres. En este sentido, hemos encontrado, incluso, algún caso de segregación de género. Por ejemplo, un empleado de Mobcom que en el año 2002, al nacer su hija, solicitó un permiso de lactancia consistente en una reducción de 2 horas diarias sin reducción de salario. Este era uno de los beneficios que anunciaba la empresa. Era la primera vez que un hombre solicitaba este tipo de permiso y al hacerlo el departamento de Recursos Humanos se sorprendió y decidió que este tipo de beneficio era exclusivamente para mujeres.

Este caso ilustra cómo, todavía, algunas empresas se rigen por conceptos tradicionales de género, como que sólo las mujeres alimentan a los bebés. Como

señala uno de los entrevistados, parece que las empresas no sepan que se les puede dar también el biberón. Estos conceptos tradicionales en las empresas obstaculizan el cambio de los hombres en pos de la igualdad de género.

A pesar de estos hechos, el material ha mostrado que la mayoría de las empresas analizadas están abiertas a que los hombres se acojan a las medidas que proponen. Sin embargo el estar abiertos no implica, como hemos constatado, que sus políticas se dirijan a ellos o que se fomente o aliente su uso. Con lo que nos encontramos que los hombres no suelen beneficiarse de este tipo de políticas:

“Està beneficiant més les persones amb càrregues familiars. Normalment més les dones perquè son les que més ho demanen (...) tot i que ho poden fer els homes, normalment són coses que agafen les dones”. (Experto en Coomundi)

El resultado es que los pocos hombres que se acogen a algún tipo de beneficio social son vistos como raras excepciones. En Mobcom, por ejemplo, en el momento de hacer las entrevistas, solo había dos hombres que habían solicitado un permiso de paternidad. Uno de los expertos entrevistados señaló:

“En ambos casos las circunstancias familiares les hicieron jugar este rol. Incluso los mismos hombres se sentían como excepciones” (Experto en Mobcom)

Esto nos lleva a un contexto donde estos hombres se desarrollan como ‘pioneros solitarios’. No solamente son pioneros en las empresas, sino que también lo son a nivel social, como indica uno de los entrevistados:

“Quan vaig anar a tramitar els papers , no ho sabien. Vaig tenir que assessorar a un company perquè a la Seguretat Social no sabien què s’havia de fer. I deien, esto es la madre... no sabien quins papers eren. Va haver una mica de confusió”. (ENT 10)

Como hemos podido comprobar, las políticas de conciliación e igualdad de género están, básicamente dirigidas a las mujeres. Existe también la idea de que cuando un hombre hace uso de alguna de estas políticas es porque su mujer no puede o renuncia a beneficiarse. En este contexto los pocos hombres que se acogen a ellas son vistos como excepciones y hacen, asimismo, la función de pioneros.

Flexibilidad Horaria

En este apartado analizamos los aspectos relacionados con la flexibilidad horaria, tanto de entrada o salida, así como la posibilidad de ausentarse por diversos motivos y reorganizar el trabajo según las necesidades.

En este sentido, el horario flexible es un hecho común en las cuatro organizaciones analizadas y , en términos generales, es visto como una conquista de la organización.

“Uno de los temas importantes en la empresa es el horario flexible. Aquí no existe el reloj donde la gente marca cuando entra o finaliza su trabajo” (Experto en Mobcom)

Sin embargo, un problema que ha surgido en el material con respecto al horario flexible es que al final existe el riesgo, y de hecho así ocurre, que los trabajadores, especialmente los que están en posiciones de liderazgo, acaben trabajando muchas más horas.

“Este es el inconveniente del horario flexible, al final la gente acaba trabajando más horas” (Experto en Mobcom)

Por tanto, uno de los temas que se ha constatado en el material es que el horario flexible no acaba con la cultura del ‘sobretabajo’ o de largas jornadas laborales. En este sentido, desde la mayoría de las organizaciones se tiene la idea que la flexibilidad de horario sirve para que el trabajador se autoorganice y responsabilice de su trabajo. En realidad, en la mayoría de los casos, la gente acaba trabajando más horas.

“Recuerdo una reunión del Departamento de Recursos Humanos en Madrid, en la sede central de la compañía, eran las ocho de la noche, el último turno acababa a las siete y la mayoría de la gente aún estaba trabajando. El director de Recursos Humanos dijo, aquí no pagamos horas extras, los trabajadores están aquí porque son responsables de su trabajo” (Experto en Mobcom)

Existe también el caso que los nuevos diseños sociotécnicos de las empresas, aparentemente realizados para mejorar el ambiente y la calidad del trabajo, lo que provocan es que los trabajadores permanezcan más tiempo en el lugar de trabajo. A la pregunta de si los servicios que se ofrecen dentro de la empresa como gimnasio, restaurante, clases de yoga, etc. hacen que los trabajadores estén más tiempo en la empresa, el informante responde:

“Depende del status en la compañía, a mayor responsabilidad más tiempo se dedica (...). Esto [restaurante, gimnasio, cursos,...] hace que la gente este más aquí. Nosotros no ponemos una pistola en el pecho para que se queden, pero la dinámica en la compañía y el status hacen que la gente prolongue su jornada laboral” (Experto en Asisa)

Como se ha visto en esta dimensión, la flexibilidad de horario, es positiva, en términos generales, ya que permite que los trabajadores puedan organizarse según sus necesidades. Sin embargo, persiste y puede aumentar la cultura del sobre-trabajo, sobretodo en puestos cualificados, altos e intermedios de responsabilidad.

Transformación de los hombres: sus motivos

En este apartado se analizan los motivos que tienen los hombres entrevistados para solicitar o acogerse a algún tipo de medida o beneficio social (reducción de jornada, permiso de paternidad, etc.). Los datos provienen de las 25 entrevistas realizadas a hombres que se han acogido a algún tipo de política de género o de conciliación de la vida privada y laboral. Recordamos, pues, que no son hombres representativos ni de sus propias empresas, en las que la mayoría de hombres sigue sin acogerse a ningún tipo de medida de este tipo (a pesar de que están disponibles para toda la plantilla). Son consecuentemente hombres interesantes desde el punto de vista de que pueden ser representativos de una tendencia de cambio.

En España los hombres no tienen un permiso de paternidad propio, son las mujeres quienes les ceden parte del suyo (solamente un 2% de los permisos son solicitados por hombres). Cuando esto sucede es, generalmente, porque la mujer decide reincorporarse antes al trabajo, bien porque tiene un nivel de ingresos superior al del hombre, una carrera profesional que no desea interrumpir o porque en su lugar de trabajo tiene problemas para que le reconozcan ciertos derechos, como señala uno de los hombres entrevistados:

“ Mi mujer trabaja muchas horas. Ella no tienen derechos laborales para poder hacerlo. Cuando nació mi primer hijo decidí coger yo la excedencia”. (ENT 2)

Sin embargo, a pesar de la importancia de estos motivos, también hemos encontrado, en muchos de los casos, la existencia de una actitud activa, de una voluntad previa al nacimiento del hijo de compartir y experimentar la paternidad. Nos encontramos en este caso con padres activos que al margen de circunstancias externas deciden vivir su paternidad

“Simplement volia fer un parèntesi i dedicar-me única i exclusivament a atendre a la meva filla. Era la única oportunitat que tenia en la vida per fer això., canviar caques, biberó, passejar. Era una decisió que ja havien pres abans”. (ENT 10)

Además de estas motivaciones, en el material emergen otras. Por ejemplo, en la empresa pública, RedSocial, que está afectada por una la ley de conciliación especial para trabajadores de la Administración Pública Catalana, que permite, durante un tiempo, la reducción de la jornada laboral sin que ello implique una reducción salarial. En esta empresa, hay hombres que se han cogido a estas medidas precisamente porque el hacerlo no supone ningún coste. Son hombres, de entrada, poco motivados o poco activos, pero que en algunos casos la experiencia les transforma y deciden continuar con la reducción aún cuando, después del primer año, esto implique una reducción casi proporcional del salario.

En otros casos hemos encontrado que la reducción de jornada forma parte de una estrategia que, además de atender a los hijos y ciertas responsabilidades domésticas, responden a motivaciones de crecimiento personal o profesional, como indica uno de los entrevistados:

“ Es una combinación de las dos cosas. Quieres atender a tu hijo y también un periodo de descanso y de orientación profesional”. (ENT 8)

Como hemos podido comprobar, a pesar que la imagen del cabeza de familia sigue estando muy presente entre los entrevistados, algunos hombres, ya empiezan a asumir que un cambio en la situación familiar, como por ejemplo el nacimiento de un hijo implica una reducción de la dedicación al trabajo remunerado. En nuestro material emerge la idea que la paternidad empieza a ser tan importante en la vida de algunos hombres como su ocupación lo había sido hasta ahora.

Estos hombres, que son vistos como extraordinarios o raros por la sociedad, con su actitud proactiva y progresista están forzando a las empresas (y a la sociedad) a que cambie sus criterios y les considere. Surge la necesidad, por tanto, según aparece en el material analizado, de dar visibilidad a estas actitudes y de informar y potenciar la igualdad de género focalizada en los hombres.

Por tanto, básicamente, encontramos en el material analizado dos tipos de motivos para flexibilizar, reducir la jornada laboral y transformar la relación tradicional con el trabajo. Por un lado están los motivos externos, que se refieren a circunstancias familiares y personales. Por otro lado están los motivos internos, que se relacionan con la actitud de cuidador de estos hombres y el deseo de vivir la paternidad, junto o a costa de la trayectoria laboral. En el siguiente apartado analizaremos más en profundidad estas motivaciones y las tipologías de masculinidad que hemos construido en torno a ellas.

Tipologías de masculinidad

El objetivo de este apartado, donde se han incluido los datos correspondientes a la cuarta fase, es analizar el perfil, circunstancias, motivos, trayectorias, de estos “nuevos hombres”, para finalmente presentar una tipología exploratoria de masculinidad. Como comentábamos anteriormente, el cambio en la masculinidad hegemónica o tradicional no va en una única dirección. En todos los países que han participado en el proyecto se produce la misma tendencia: la heterogeneidad de las masculinidades alternativas a la masculinidad hegemónica.

Esta heterogeneidad se ve reflejada en la tipología que hemos construido para el caso español, con tres tipos de masculinidad que reflejan tanto diferentes trayectorias, como motivaciones y consecuencias sobre la familia. La tipología se construye sobre la combinación de tres subdimensiones o ejes: las motivaciones para cambiar, las circunstancias que rodean el cambio y las personas que aparecen como beneficiadas por el cambio de los hombres.

- El eje alter/ego: en función de si los principales beneficiados del cambio son los propios entrevistados, su entorno o ambos (alter, ego, híbrido). Así en el caso de los hombres que agrupamos bajo la categoría “alter” su motivación para cambiar reside en su deseo de ayudar a los otros (cubrir necesidades familiares o sociales). En el caso de los hombres agrupados bajo la categoría “ego” sus motivaciones son de tipo personal, el mayor beneficiario de su cambio son ellos mismos (tener más tiempo para ocio o crecimiento personal). También hemos encontrado entrevistados en ambas situaciones.
- El eje circunstancial: en función de si el cambio se produce por condicionantes externos (enfermedad de un familiar por ejemplo) o internos (crecimiento personal). Los entrevistados con condicionantes internos son aquéllos en los que ningún hecho relevante o que haya ocurrido de repente ha motivado su transformación. Por contra, los entrevistados con condicionantes externos son aquéllos que deben su transformación a un hecho circunstancial (por ejemplo, la enfermedad de una hija, o el contagio por VIH).
- El eje motivación: en función del motor del cambio (social, personal o religioso). Si en el alter/ego nos referíamos a los beneficiarios del cambio y el eje circunstancial se refería a la trayectoria o vía de cambio, el eje actual está relacionado con los motivos, las raíces de la transformación de los entrevistados. En primer lugar tendríamos los entrevistados movidos por motivaciones sociales y políticas, muchos de ellos vinculados con el activismo feminista que ha determinado sus actitudes hacia el género. Su compromiso con el cambio social se acaba reflejando en todas las esferas de su vida cotidiana (laboral, doméstica, personal). De manera parecida, se encuentran aquéllos con motivaciones religiosas. En este caso las creencias religiosas de igualdad y justicia les han llevado a la transformación. Son entrevistados que confiesan sentir obligación moral de ser conscientes de las desigualdades (también de las desigualdades de género) y actúan de acuerdo con sus creencias. Finalmente los entrevistados con motivaciones personales son aquéllos en el que el motor de cambio puede ser el crecimiento personal o la búsqueda de libertad. Esto significa que han encontrado en la transformación de la masculinidad una vía de libertad y crecimiento personal.

La combinación de estos tres ejes nos permite construir una tipología constituida por tres tipos de hombres en transformación: masculinidad social, masculinidad personal y masculinidad laboral.

Masculinidad social: en esta categoría encontramos hombres con compromisos sociales y políticos, con circunstancias internas de transformación y cuyo cambio beneficia a otras personas (familia y sociedad). Podría tratarse de una forma proyectiva de transformación de la masculinidad. En esta categoría encontramos la mitad de los hombres entrevistados.

Masculinidad personal: en esta categoría encontramos entrevistados con motivos personales (crecimiento personal), con circunstancias externas de transformación y cuyos beneficiarios son principalmente ellos mismos. En contraste con el tipo anterior, nos encontramos ante una forma introspectiva de transformación de la masculinidad. En esta categoría se encuentra el 20% de los entrevistados.

Masculinidad laboral: en esta categoría encontramos entrevistados con motivaciones religiosas y sociales, con circunstancias internas de transformación y cuyos beneficiarios son principalmente ellos mismos. Todos ellos tienen en común el uso de la transformación para mejorar su formación y carrera profesional. En esta categoría se encuentra el 30% de los entrevistados.

Si retomamos el hilo conductor de la investigación (es decir, hasta qué punto las transformaciones en el trabajo provocan cambios en las relaciones de género), la tipología nos muestra que la transformación de la masculinidad está vinculada principalmente con motivos ajenos a la empresa (cambiar el mundo, atender a necesidades familiares, crecimiento personal).

Sólo en algunos casos las nuevas formas de trabajo han sido causantes directas de la transformación de la masculinidad, con lo cual la hipótesis de partida se cumple parcialmente. En todo caso, es necesario señalar que todos los hombres que se han beneficiado de algún tipo de medida de conciliación o flexibilidad (al margen de los motivos que hayan tenido) han sufrido un proceso de mayor implicación en las tareas reproductivas.

Barreras/obstáculos

Finalmente, veremos cuáles son los principales obstáculos que pueden entorpecer el acceso de los hombres a las políticas de igualdad de género promovidas por sus empresas.

Uno de los obstáculos señalados es que en la mayoría de las empresas no se reemplaza a la persona que ha solicitado un permiso o reducción de jornada. Como nos indica uno de los informantes, no siempre se sustituyen con lo que repercute en un mayor volumen de trabajo para el resto de compañeros. Por tanto, la persona 'ausente' se convierte en una carga para sus compañeros. Los entrevistados señalaban que este efecto es posiblemente más acusado en los hombres que solicitan estos permisos que en las mujeres (aunque no aportaban pruebas en esta dirección).

Otro de los obstáculos, también destacados hace referencia a que la utilización de los permisos y beneficios sociales en las empresas puede limitar la trayectoria profesional de los solicitantes e implicar una movilidad laboral descendente. Este hecho es reconocido por los hombres entrevistados, así como por las empresas, como indica uno de los informantes:

“Hi ha decisions d'aquest tipus que poden portar a pensar que no s'és tant competitiu amb altres persones. O sigui la persona que decideix treballar mitja jornada tindrà difícil que se li encarreguin puestos de responsabilitat enfront

d'un altre que treballi una jornada sencera. Això és un problema” (Experto en RedSocial)

Por otro lado, está el tema de la ambivalencia o resistencia de las mujeres al permiso de paternidad. Es decir, como señala uno de los expertos, si los hombres no solicitan más el permiso de paternidad es porque las mujeres no quieren ceder su derecho a los hombres (ya se ha indicado que los hombres no tienen un permiso propio, sino que utilizan una parte si las mujeres se lo ceden)

“Creo que para las mujeres es más importante disfrutar por entero de sus hijos durante el permiso maternal. Entonces sí tu disfrutas como mujer, no quieres ceder este derecho a otra persona” (Experto en Coomundi)

Conclusiones

Como señalábamos en la introducción, la hipótesis de partida de la investigación era comprobar hasta qué punto los cambios en el trabajo pueden provocar cambios en las relaciones de género. Los resultados de la investigación muestran que las relaciones de casualidad no son unidireccionales, hasta el punto que podemos afirmar que predomina la relación inversa: “el género cambia el trabajo”. Las necesidades familiares, las inquietudes personales, los valores parecen ser más determinantes para adoptar nuevas formas de trabajo, que al revés. En este sentido los hombres entrevistados parecen ser más igualitarios que lo que muchas de sus organizaciones permiten.

A pesar de este mayor peso de los factores externos a las empresas para explicar el cambio en la masculinidad, los resultados también muestran que los cambios introducidos por éstas también influyen en las relaciones de género.

En este sentido, a pesar de que la flexibilidad no implica directamente cambios en la masculinidad tradicional, también es cierto que los hombres que no trabajan a tiempo completo (al margen de las causas) contribuyen a una mayor distribución del trabajo reproductivo.

Otro ejemplo nos lo muestra el hecho de que los padres que trabajan menos para estar más tiempo con sus hijos/as, tienen una experiencia tan positiva que lo repiten en el futuro. Incluso se ha podido comprobar que los hombres que han solicitado permiso de paternidad han servido de ejemplo y alentaban a otros hombres a seguir el mismo camino. Así, por ejemplo, en el caso noruego, tras varios años de implantación de un permiso de paternidad propio para los hombres (conocido como “daddy month”, consistente en un mes adicional exclusivo para los hombres); los datos apuntan no sólo al éxito de la medida (el 80% de los hombres se acogen a ella), sino al hecho de que en los hijos/as posteriores, no sólo se vuelve a solicitar sino que se amplía el tiempo demandado para estar con ellos/as.

Por lo que respecta al cambio de una masculinidad tradicional o hegemónica a nuevas formas de masculinidad, destacar que los motivos aducidos por los hombres entrevistados no son sólo de tipo ideológico, sino también prácticos (acabar una tesis doctoral, cuidar a una hija enferma, que la mujer cobra más).

Otro tema importante relacionado con los motivos para el cambio, es que a menudo se ha relacionado el cambio que experimentan los hombres exclusivamente con los cambios operados por las mujeres a lo largo de los últimos años. Los datos de la

investigación muestran que si bien eso es cierto, los hombres tienen también sus propios motivos para el cambio (crecimiento personal, hastío del trabajo, dedicación a otras actividades), que no están sólo vinculados a los cambios que hacen las mujeres. Así, por ejemplo, como hemos mostrado en el análisis de la cuarta fase, es posible incluso diferenciar a los hombres en proceso de transformación en tres tipos (social, personal y laboral), lo que nos muestra una pluralidad de trayectorias y motivos para el cambio.

Por lo que respecta a las empresas, hemos podido comprobar que las empresas que adoptan políticas de conciliación tanto para hombres como para mujeres lo suelen hacer por motivos de imagen o en términos de motivación laboral (motivar a los trabajadores con elementos no vinculados sólo con el salario). A pesar de ello, se trata de empresas pioneras en España, de manera que también es necesario destacar que también se trata de empresas con mayor número de mujeres en posiciones de liderazgo que el resto, con directivos/as dedicados a cuestiones de género y con una cierta perspectiva de género. En alguna entrevista se hacía referencia a estas políticas como elemento de cambio organizativo a mayor escala.

Nos gustaría aprovechar estas conclusiones para plantear algunas cuestiones por responder. Uno de los temas que nos ha interesado a lo largo de toda la investigación es si los hombres que optan por reducir su jornada laboral o acogerse a medidas de conciliación de la vida familiar y laboral son también (como en el caso de las mujeres) castigados en términos profesionales. En el caso de hombres que se acogen a algún tipo de beneficio (paternidad, horas de lactancia) no hemos registrado castigo alguno en términos profesionales. Pero en el caso los hombres con trayectorias en las que han optado claramente por no dedicarse exclusivamente al trabajo remunerado (media jornada, interrupciones largas para cuidar a los/as hijos/as o algún familiar) todos coinciden en sus menores posibilidades de carrera profesional.

Finalizar destacando que las encuestas de actitudes (tanto la que se realiza en la segunda fase de esta investigación como otras encuestas de actitudes y valores) han mostrado que la mayoría de hombres apoyan alguno de los preceptos de la nueva masculinidad (estar más tiempo con los hijos, compartir todo el trabajo doméstico, etc...) pero que no lo llevan a la práctica. Lo interesante de estos datos es que el modelo tradicional del padre de familia trabajando a tiempo completo fuera del hogar podría ser un modelo "culturalmente" en extinción, es decir, menos valorado, a pesar de que continúe en términos prácticos.

Referencias Bibliográficas

- Carnoy, M. (2001) El trabajo flexible en la era de información. Alianza. Madrid.
- Castells, M. (1998) *El fin del patriarcado: movimientos sociales, familia, sexualidad en la era de la información*. En: Castells, M. El Poder de la identidad: La era de la información: Economía, Sociedad y Cultura. Vol 2. Alianza Editorial. Madrid.
- Castells, M. (2001). La galaxia Internet: Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad. Plaza y Janés. Barcelona
- Castells, M. (2004) *Work and employment in the new economy: flexible work and the transformation of the labor process*. Seminario de investigación, sesión 5. UOC (no publicado)
- Connell, R.W. (1995) Masculinities. Polity Press. Cambridge.UK
- Connell, R. (2003). *Masculinities and Masculinity Politics In Word Society*. Conferencia pronunciada dentro del ciclo *Thinking About Gender/Thinking About Sexual*

- Difference(s)*. [en línea]. Institute for Research on Women.N J. [consultado: 24.05.2004] < <http://irw.rutgers.edu/lectures/connellecture.pdf> >
- Fundació Bofill (2003). *El repartiment domèstic i familiar*. [en línea]. Fundació Bofil. Barcelona. [consultado: 19.07.2004] < <http://www.obdesigualtats.org/multimedia/Informes/TDF.doc> >
- Gilmore, D. (1994). *Hacerse Hombre*. Paidós. Madrid
- Goodman, L. A. (1961). *Snowball Sampling*. Annals of Mathematical Statistics. vol. 32. p.148-170.
- Haywood, C. & Mac an Ghail, M. (2003). Men and Masculinities: Theory, reserch and social practice. Open University Press. Philadelphia
- Hearn, J. Et al. (2002) *CriticalStudies on Men in Ten European Countries: (1) The State of Academic Research* EN Men and Masculinities, vol. 4, nº 4, pp.380-408. Sage Publications.
- Hill, E.J et al.(2003) *Studying "working fathers": comparing fathers' and mothers' work-family sonflict, fit, and adaptive strategies in a global high-tech company* EN *Fathering*. [en línea].Vol 1, nº3. Men's Studies Press. [consultado: 24.05.2004] < http://www.findarticles.com/cf_0/m0PAV/3_1/111268932/p1/article.jhtml >
- Holliday Wayne, J. & L. Cordeiro, B. (2003) *Who is a Good Organizational Citizen ? Social Perception of Male and Female Employees Who Use Family Leave* EN Sex Roles. Vol 49, nº 5/6, pp 233-246. Plenum Publishing Corporation
- Holter, G. (2003). Can men do it?. Men an Gender Equality- The Nordic Experience. Nordic Council. Copenhagen
- Holter, G., and E. Olsvik. 2000. *Norway national report on research on men's practices.Workpackage 1*. HPSE-CT-1999-0008 EU FPV Thematic network: The social problem of men and societal problematisation of men and masculinities [Online]. Available:www.cromenet.org
- Holter, G.; Abril, P. et al (2004) Men's, work and life. A six-country European study of labour, gender and welfare. Documento interno en proceso de publicación
- Kaufmann, M. (1997). Los hombres, el feminismo y las experiencias contradictorias del poder entre los hombres. En: Valdés, T. & Olavarría, J. (Eds.) Masculinidad/ es. ISIS/FLACSO. Santiago deChile
- Kimmel, S. (1997). La masculinidad como Homofobia: miedo vergüenza y dolor. En: Valdés, T. & Olavarría, J. (Eds.) Masculinidad/ es. ISIS/FLACSO. Santiago deChile
- Kimmel, S. (2000) The Gendered Society. Oxford University Press. NY.
- Kimmel, M. & Messner, M. (2001) Men's Lives. Allyn and Bacon. MA.
- Peterson, A. (2003) *Reserch on Men and Masculinities* EN Men and Masculinities, vol. 6, nº 1, pp.54-69. Sage Publications.
- P. Smiler, A. (2004) *Thirty Years After the Discovery of Gender: Psychological Concepts and Measures of Masculinity* EN Sex Roles. Vol 50, nº1/2, pp. 15-16. Plenum Publishing Corporation
- Pleck, J. & Sawyer, J. (1974) Men and Masculinity. Prentice-Hall. N.J.
- Ranson, G. (2001) *Men at Work: Change –or No Change?- in the Era of "New Father"* EN Men and Masculinities, vol. 4, nº 1, pp.3-26. Sage Publications.
- Sennet, R. (1998) La corrosión del carácter. Las consecuencias personales del trabajo en el nuevo capitalismo. Anagrama. Barcelona
- Shih, J. (2004) *Project Time in Silicon Valley* EN Qualitative Sociology. Vol 27, nº 2. Human Sciences Press, Inc.
- Strauss,A. & Corbin,J. (1990) Basics of qualitative research. Sage. London:
- Taylor, S.J. y Bodgan, R. (1998) Introducción a los métodos cualitativos de investigación. Paidós. Barcelona
- Williams, F. (1998) *Troubled Masculinities In Social Policies Discourses: Fatherhood*. EN Men, Gender Divisions and Welfare, ed. Popay, J. Hearn, J. & Edwards, J. Routledge. London

Whitehead, S.M. and Barret, F.J. (2001)The Masculinities Reader. Polity Press.
Cambridge. UK