

Dificultades para la corresponsabilidad. La vigencia del padre sustentador en el imaginario colectivo

Livia García Faroldi

Universidad de Málaga
<https://orcid.org/0000-0001-7816-7562>
lgarcia@uma.es

José María García de Diego

Universidad de Granada
<https://orcid.org/0000-0001-5596-1202>
jmgdediego@ugr.es



© de la autora y del autor

Recepción: 06-07-2023

Aceptación: 07-03-2024

Publicación anticipada: 07-05-2024

Publicación: 05-07-2024

Cita recomendada: GARCÍA FAROLDI, Livia y GARCÍA DE DIEGO, José María (2024). «Dificultades para la corresponsabilidad: La vigencia del padre sustentador en el imaginario colectivo». *Papers*, 109(3), e3257. <<https://doi.org/10.5565/rev/papers.3257>>.

Resumen

Actualmente han ganado visibilidad nuevos discursos que ponen en tela de juicio la imagen hegemónica de la paternidad —vinculada al rol de proveedor económico—, apostando por una paternidad más involucrada y cuidadora. Dado que el género es siempre relacional y la masculinidad se define socialmente en contraposición a la feminidad, este trabajo analiza cuáles considera la ciudadanía que son las imágenes predominantes de ser padre y ser madre en la sociedad española. Para ello se ha utilizado la Encuesta Social General Española publicada en 2018 y realizada por el CIS a una muestra representativa de la población. Los resultados muestran que la ciudadanía cree que la imagen social del padre y de la madre sigue estando claramente diferenciada: para la figura paterna predomina el rol de sustentador económico de la familia, mientras que la madre aparece vinculada a las tareas rutinarias de cuidado de menores. Las mujeres, las personas con más alto nivel de estudios e ingresos y las menos religiosas son las que en mayor medida creen que la sociedad vincula la imagen del padre al rol de proveedor. Finalmente, se sugieren algunas implicaciones políticas de estos resultados, que a su vez se reflejan en las demandas sociales que señalan la necesidad de realizar un cambio real del actual modelo de paternidad.

Palabras clave: paternidad involucrada; roles de género; masculinidades cuidadoras; masculinidad hegemónica; conciliación de vida familiar y laboral

Abstract. *Problems in shared responsibility: The role of the father as breadwinner in the collective imagination*

There is a growing trend for arguments that challenge the prevailing image of fatherhood, with its links to the role of breadwinner, and propose instead a more involved and nurturing model of fatherhood. Given that gender is always relational, and masculinity is defined socially in contrast to femininity, this work analyses the Spanish population's views on the predominant images of being a father and being a mother. We use the *Encuesta Social General Española* [Spanish General Social Survey] which is based on a representative sample of the population and conducted by the *Centro de Investigaciones Sociológicas* [Centre for Sociological Research], published in 2018. The results show that the general population still believes that the social image of fathers and mothers continue to be clearly differentiated: the father is still seen predominantly as the family breadwinner; while the image of the mother is linked to routine child care activities. Women, people with higher levels of education and income, and less religious people are the categories that are more likely to believe that society links the image of the father with the role of breadwinner. Finally, we suggest some of the political implications of these findings, which at the same time are reflected in social demands that demonstrate the need for real change in the current model of fatherhood.

Keywords: involved fatherhood; gender roles; caring masculinities; hegemonic masculinity; work-family balance

Sumario

- | | |
|---|----------------------------|
| 1. Introducción | 5. Limitaciones |
| 2. Marco teórico: nuevas masculinidades y nuevas paternidades | 6. Conclusiones |
| 3. Metodología | Financiación |
| 4. Resultados | Referencias bibliográficas |

1. Introducción

El estudio de otras formas de paternidad, como la «paternidad involucrada», ha cobrado relevancia en los últimos años debido a diversos factores. Por un lado, la implicación de los padres en el cuidado de sus hijos e hijas, más allá del rol de proveedor económico, ha aumentado en las generaciones más jóvenes y educadas (Gatrell et al., 2015; Kaufman y Uhlenberg, 2000; McGill, 2014; Sullivan et al., 2014). Por otro lado, la reivindicación, cada vez más visible y con mayor eco social, de las mujeres de que la conciliación entre la vida laboral y familiar no incumbe únicamente a las madres, reivindicación que se ha visto reflejada en muchos de los lemas de las huelgas convocadas los últimos 8 de marzo por los movimientos feministas. Si bien las mujeres trabajadoras presentan una orientación centrada en el trabajo, un análisis más profundo también demuestra que están a cargo del cuidado de la familia y del hogar (García-Faroldi, 2023). Este hecho ha podido provocar, junto a otros factores, el retraso generalizado de las transiciones familiares que se vienen observando

en décadas recientes, teniendo que adaptar las biografías a circunstancias personales y del entorno (Seiz et al., 2022).

El cuidado de los menores tiene, además, implicaciones que van más allá del ámbito doméstico y no solo se resuelve de manera individualizada con una mejor gestión del tiempo, sino que necesita de una revisión del actual contrato social entre géneros (Borràs et al., 2007). Los estudios muestran que cuando los hombres participan en el cuidado no remunerado y en las tareas domésticas, la igualdad de género aumenta (Holter, 2014), así como la satisfacción con la vida familiar (Miguel-Luken, 2019). La llamada «masculinidad cuidadora», que incluye —aunque no solamente— el cuidado de los descendientes, permite a los hombres enfrentarse a la masculinidad hegemónica (Elliott, 2016; Hanlon, 2012; Holter, 2014) y aproximarse a una participación más igualitaria entre ambos géneros en diversas esferas (Scambor et al., 2014). En este sentido, las políticas familiares igualitarias y dirigidas a incrementar la participación de los hombres en el cuidado contribuyen a desarrollar este tipo de masculinidades (Esping-Andersen, 2009; Langvasbråten y Teigen, 2006; Scambor et al., 2013; Walby, 2009), como en décadas anteriores dichas políticas familiares facilitaron la incorporación de las madres al mercado laboral (García-Faroldi, 2020) y medidas recientes como la ampliación de las plazas infantiles tienen un fuerte impacto en el empleo femenino y en la igualdad de género (Castellanos-Serrano y Perondi, 2022). Una de esas políticas familiares igualitarias que se han ido implementando en España en el siglo actual ha sido el incremento en la duración del permiso de paternidad hasta su equiparación con el de maternidad, lo que constituye una oportunidad para evaluar su impacto en la construcción de la paternidad y las relaciones de género (Meil, 2017, 2018; Romero-Balsas, 2022).

Sin embargo, pese a la mayor presencia y visibilidad de esta «nueva paternidad», el rol de padre como proveedor económico sigue siendo el dominante (Kaufman y Uhlenberg, 2000), aunque se haya erosionado (Nock, 1998). Muchos autores han mostrado que existe una discrepancia entre el tipo de paternidad que los hombres desean desarrollar, más involucrada y cuidadora, y el tipo de paternidad que realmente llevan a la práctica, viéndose constreñidos por las expectativas sociales (Gatrell et al., 2015; Gerson, 2010; Kotila et al., 2013; Townsend, 2002).

Este trabajo describe cómo cree la ciudadanía que percibe la sociedad española el rol de ser padre en la actualidad. Se explora así el grado en que el nuevo modelo de «paternidad involucrada» está presente en el imaginario colectivo frente al modelo tradicional de «padre proveedor». Como señalan Connell y Messerschmidt (2005), el género es siempre relacional y la masculinidad se define socialmente en contraposición a la feminidad, por lo que se compara la percepción del rol de padre con el de madre. Esta investigación se propone estudiar cuáles son las imágenes predominantes de ser padre y de ser madre en la sociedad española y si dichas imágenes difieren o no, así como el grado de implantación de las imágenes sociales de los dos modelos de paternidad, es decir, el modelo de padre proveedor frente al de involucrado y cuidador. Por

último, se quiere analizar cómo se relacionan una serie de variables sociodemográficas con la imagen que cree la ciudadanía que tiene la sociedad española de ser padre. Precisamente centrar el análisis en las imágenes sociales que la ciudadanía considera que predominan a nivel colectivo es una de las novedades de este trabajo, que pretende llenar un vacío en la literatura española, donde mayoritariamente se han estudiado las actitudes individuales de la población sin ponerlas en relación con la percepción sobre cuáles son las expectativas sociales hacia los roles de la paternidad y la maternidad. Se usa para ello una encuesta realizada por el CIS representativa de la población, con una base muestral más amplia de lo habitual, superior a las 5.000 entrevistas. El uso de una encuesta representativa para analizar este fenómeno es también un aspecto novedoso, ya que los pocos estudios que han investigado el impacto de las normas y las expectativas sociales lo han hecho habitualmente desde una perspectiva cualitativa.

Los resultados muestran que ambos roles siguen siendo esferas separadas y perfectamente definidas: mientras el rol del padre sigue siendo principalmente el de «conseguir los recursos económicos», el rol de la madre se asocia con encargarse de las necesidades básicas y dedicar tiempo a los menores. El estudio pone de manifiesto otras diferencias interesantes, como la percepción social de que las actividades de ocio están más vinculadas al rol de padre, y las tareas escolares, al de las madres.

El texto se estructura en seis apartados. Tras esta introducción, el segundo epígrafe explica cuáles han sido las principales aportaciones teóricas en el estudio de las nuevas masculinidades y, más concretamente, de las nuevas paternidades, desglosándose los objetivos y las hipótesis de la investigación. El tercer epígrafe se dedica a la metodología y el cuarto presenta los resultados, relacionándolos con los objetivos y las hipótesis propuestos. El quinto apartado explica alguna de las limitaciones, mientras que el último concluye el trabajo mencionando sus principales hallazgos y futuras líneas de trabajo.

2. Marco teórico: nuevas masculinidades y nuevas paternidades

La integración de la mujer española en el mercado laboral se ha acercado a la de los hombres en los últimos años, experimentando incrementos continuos de la tasa de empleo, especialmente entre las mujeres más jóvenes y educadas. Por ejemplo, en 2021, según datos de Eurostat, la tasa de empleo de las mujeres españolas entre 25 y 54 años era del 70,1%, mientras que la media comunitaria era del 75,1%. La tasa de empleo de las madres españolas con hijos menores de 14 años (OCDE, 2021) se situaba en el 69,5% (el promedio de la UE era el 74,9%), trabajando la gran mayoría a tiempo completo (el 79%) y una minoría a tiempo parcial (el 21%).

No obstante, este avance de la igualdad en el ámbito laboral no se ha visto acompañado de una equiparación en la misma medida del reparto de las tareas domésticas y los cuidados de menores, pese a que las actitudes igualitarias sean las predominantes en la población. Por ejemplo, según los datos del CIS (*Cui-*

dados a dependientes, 2014), la opinión mayoritaria de los españoles (más de dos tercios), independientemente de la edad, el nivel de estudios o ser hombre o mujer, es que el tipo ideal de familia es aquella con un reparto igualitario de trabajo remunerado, tareas y cuidado de menores (García-Faroldi, 2023). Sin embargo, estas actitudes no se reflejan en lo que ocurre en los hogares. Según los datos de la Encuesta de Fecundidad (INE, 2018), entre las parejas heterosexuales que conviven con hijos menores de 14 años y en que ambos cónyuges trabajan a tiempo completo, ambos miembros reconocen que las tareas no se reparten equitativamente (las mujeres hacen el 59% y los hombres el 33%, según opinan las entrevistadas, mientras que los entrevistados consideran que ellas hacen el 52% y ellos el 40,5%) (García-Faroldi, 2022).

En esta misma encuesta, se muestra que tanto los entrevistados como las entrevistadas coinciden en que las mujeres son las que se encargan mayoritariamente de las diferentes tareas de cuidado de los menores, salvo en el caso de jugar y elegir actividades extraescolares, en que la respuesta más frecuente en ambos sexos es la de que lo hacen entre ambos. El desequilibrio está más patente entre ambos progenitores en las actividades de decidir las comidas y comprar ropa, seguido de traer o llevar al colegio. No obstante, si se compara el reparto de cuidados entre las parejas en general y en aquellas en que ambas trabajan a tiempo completo, se observa que en el segundo caso las mujeres tienden a hacer menos cosas exclusivamente solas y dicho descenso se compensa con una mayor frecuencia de un reparto equitativo entre ambos cónyuges y, en menor medida, con una mayor implicación de los padres en solitario (García-Faroldi, 2022).

El reparto más igualitario y corresponsable de los cuidados entre hombres y mujeres se vincula al cambio en los roles que tradicionalmente se han asociado a los hombres. Los estudios sobre masculinidad comienzan en la década de 1970, con el empuje de los movimientos de liberación de las mujeres y de los gays (Connell, 1993). Desde entonces, uno de los términos que más se han utilizado para describir la situación de ventaja social del hombre ha sido el de *masculinidad hegemónica* y su relación con otro tipo de masculinidades. El concepto de masculinidad hegemónica aparece en la década de 1980 (Carrigan et al., 1985; Connell, 1987) y se aplica a numerosos campos (educación, crimen, medios de comunicación, publicidad, salud, etc.), hasta ser revisado tras 25 años de utilización (Connell y Messerschmidt, 2005).

La masculinidad hegemónica no es la mayoritaria en términos estadísticos, pues solamente una minoría de hombres puede representarla, pero se convierte en el modelo más estimado de ser un hombre, por lo que requiere al resto de los hombres que se posicionen a sí mismos en relación con ella. Se ofrecen así modelos que expresan ideales, fantasías y deseos y que proveen de modelos para relacionarse con las mujeres, legitimando ideológicamente la subordinación de la mujer con respecto al hombre (Connell y Messerschmidt, 2005).

En la revisión del concepto que realizan Connell y Messerschmidt (2005) destacan dos ideas básicas del mismo: la pluralidad existente de masculinidades y la jerarquía de dichas masculinidades. Algunas son más centrales socialmente, o están más asociadas a la autoridad y el poder, frente a otras que están subordi-

nadas (como, por ejemplo, la de los hombres homosexuales)¹. También existen lo que los autores califican de *masculinidades cómplices*, que serían aquellas mantenidas por los hombres que reciben los beneficios de un sistema patriarcal sin representar una versión fuerte del dominio masculino. Es precisamente este grupo el que muestra la potencialidad del concepto de hegemonía, ya que no es necesaria la violencia para mantener dicho sistema, y se puede lograr el predominio a través de la cultura, las instituciones y la persuasión. Esta masculinidad implica costes dañinos para los propios hombres, tales como la violencia contra otros y contra sí mismos, los comportamientos de riesgo, la mala salud y las relaciones empobrecidas (Elliott, 2016; Scambor et al., 2014).

La concepción tradicional de la masculinidad implica que el hombre es fuerte, duro, competitivo y poco emocional (Thomas y Bailey, 2006). No obstante, esta concepción tradicional se va erosionando progresivamente y aparece el «nuevo hombre», que se representa como más suave y sensible, más vinculado con los cuidados (Edley y Wetherell, 1999). Para Elliott (2016), las masculinidades cuidadoras se caracterizan por su rechazo de la dominación y su integración de valores relacionados con el cuidado, como las emociones positivas y la interdependencia. Esta concepción choca con la masculinidad hegemónica, que promueve que los hombres nieguen su necesidad de emoción e intimidad (Hanlon, 2012). Adoptar estas masculinidades cuidadoras puede provocar, según Hanlon (2012), el ostracismo social por no ajustarse a los roles masculinos esperados. Por otro lado, como señala este autor, las consecuencias de que los hombres cuiden pueden ser revolucionarias, pues tienen el potencial de cambiar a los hombres y a los roles de género y facilitar la corresponsabilidad de ambos progenitores (Meil, 2017). Los estudios internacionales muestran que la participación de los hombres en el cuidado del hogar y en las tareas domésticas se asocia con la igualdad de género (Holter, 2014).

Muy relacionado con el estudio de las masculinidades cuidadoras se encuentra el análisis de las nuevas formas de ser padre. El rol tradicional del padre como proveedor de recursos económicos se inicia cuando la revolución industrial termina con el hogar como lugar de producción y vive su apogeo en los años 50 (Katz-Wise et al., 2010). En esta concepción, la autoridad del padre deriva de su trabajo remunerado, por lo que se asocia el ser un «buen padre» con garantizar un nivel de bienestar económico a los descendientes. Frente a este «padre proveedor» aparece la figura de la «nueva paternidad», más involucrada en el cuidado y la atención diarios de los hijos e hijas, que mantiene relaciones más próximas e íntimas, que ha tenido más éxito que otras construcciones sociales relacionadas con la masculinidad (Gill, 2003), una nueva forma de paternidad que se vincula a la incorporación de la mujer al mercado laboral. Otros autores advierten de que esta imagen de una «nueva paternidad» esconde

1. El hecho de que Connell y Messerschmidt resalten la posición subordinada de los hombres homosexuales no debe hacernos olvidar que existen diversas masculinidades dentro de este colectivo y que se producen patrones de masculinidades entre los hombres homosexuales similares a los de los heterosexuales.

a menudo el hecho de que siguen siendo mayoritariamente las mujeres las que adaptan su jornada y vida laboral cuando se convierten en madres y las que llevan a cabo las tareas más rutinarias y menos gratificantes del cuidado de los menores (Azpiazu Carballo, 2017; García de Diego y García-Faroldi, 2022).

La aparición de la dicotomía entre los padres «buenos proveedores» frente a los «involucrados», popularizada por Kaufman y Uhlenberg (2000), promovió numerosos estudios en los que se analizaba el grado de «popularidad» de ambos tipos de padres, utilizando para «clasificar» a los progenitores el grado de implicación laboral (número de horas de trabajo remunerado, salario, etc.) y el grado de implicación en el cuidado de los menores (número de horas, tipo de actividades realizadas, etc.). Los resultados mostraron una prevalencia del padre proveedor, pero, a la vez, un claro giro, entre los progenitores más jóvenes y con mayor nivel educativo, hacia modelos de paternidad más involucrada (Gatrell et al., 2015; Kaufman y Uhlenberg, 2000; McGill, 2014; Sullivan et al., 2014).

La dicotomía inicial de Kaufman y Uhlenberg fue sustituida por otras a la luz de nuevas investigaciones que ponían en tela de juicio la utilidad de esta clasificación. Por ejemplo, Koslowski (2011) propone distinguir entre padres involucrados y no involucrados, a raíz de los resultados de su estudio internacional en 14 países europeos. En él, la autora encuentra un resultado que parece contradecir la tipología de Kaufman y Uhlenberg (2000): los padres que dedican más tiempo a sus hijos ganan más dinero, por lo que defiende el concepto de «padre involucrado» como aquel hombre que simultáneamente tiene éxito en el mercado de trabajo y es cuidador, frente al «no involucrado», con menos éxito en el ámbito laboral y no implicado en los cuidados de sus descendientes. Por su parte, McGill (2014), en un estudio longitudinal desarrollado en Estados Unidos, no encuentra una asociación importante entre el número de horas de trabajo y el grado de implicación en los cuidados, y sugiere que un subgrupo de nuevos padres preserva el tiempo con sus hijos e hijas incorporándolos a su propio tiempo de ocio, pero sin afectar al número de horas de trabajo remunerado.

Un aspecto destacado en los estudios sobre los modelos de paternidad, especialmente en aquellos de carácter más cualitativo, es la importancia de los contextos normativos y de la presión social a la hora de llevar a cabo el tipo de paternidad deseada (González-Calvo, 2019). Así, el estudio de Gatrell y sus colegas (2015) con padres británicos muestra que las expectativas que tienen las organizaciones donde trabajan estos hombres impactan en su paternidad, ya que existe una fuerte presión para que sean los proveedores económicos de la familia (ver, para el caso español, Abril et al., 2021; Jurado et al., 2021). Para cumplir dicha expectativa social, deben dedicar más tiempo a la carrera profesional para asegurar unos buenos ingresos que al cuidado de los hijos e hijas.

Un caso interesante de estudiar es el de aquellos padres que deciden quedarse en casa y desempeñar el rol de cuidador principal de los menores. Como indica Doucet (2004), estos hombres no representan ninguna de las masculinidades más habitualmente citadas (hegemónica, cómplice o subordinada)

y deben luchar contra los discursos dominantes sobre la paternidad (Locke y Yarwood, 2017; Stevens, 2015). En un análisis de la prensa británica sobre los reportajes que se refieren a estos padres, Locke (2016) encuentra que se los presenta como si su rol fuera una necesidad. Estos textos incluyen «marcadores de masculinidad» para seguir manteniendo la vigencia de la masculinidad hegemónica ante una masculinidad que la desafía. De hecho, la presión social que sienten estos padres por desviarse del modelo de masculinidad hegemónica la sufren también sus parejas, que cuando llegan a casa al finalizar la jornada laboral se dedican a cuidar a los niños para ajustarse al rol tradicional de madre y de feminidad (Latshaw y Hale, 2016, comillas de las autoras). Para el caso español, Romero-Balsas et al. (2013) encuentran que los padres que se toman las bajas parentales más largas consideran que las mismas no son solamente un derecho individual, sino también un deber para con sus familias. Estos padres muestran un discurso de baja vinculación laboral, un rechazo explícito a otros recursos de cuidado y una actitud de compromiso hacia la atención a sus menores.

Como observan Kotila et al. (2013), los ideales de muchos padres antes de tener descendencia suelen contrastar con la realidad de unos roles más tradicionales en el reparto de cuidados de los menores cuando realmente se convierten en padres. Las mujeres trabajadoras quieren cumplir con los estándares sociales de maternidad intensiva y dejan poco espacio para que los padres se involucren. En el mismo sentido, en algunas investigaciones se ha encontrado que las parejas «desviadas», en las que ellas ganan más dinero que ellos, reparten las tareas del hogar de manera muy tradicional, para «neutralizar» el desvío de la norma, lo que demuestra la importancia del contexto cultural y de las expectativas de género, resultados no exentos de polémica en el ámbito académico (Bittman et al., 2003; Brines, 1994; Greenstein, 2000). La importancia de las expectativas sobre la masculinidad y de los contextos culturales también se ha demostrado en el caso del reparto de las tareas domésticas en la pareja, incluso en sociedades donde prevalecen las actitudes igualitarias y las parejas de doble ingreso (Thébaud, 2010).

La influencia que la sociedad tiene sobre sus miembros, a través de las normas y de las expectativas sociales, es un área de interés central para la sociología desde sus inicios. Ello no significa que las expectativas normativas, es decir, las percepciones que cada persona tiene sobre lo que el resto entiende que es apropiado o inapropiado, sean necesariamente asumidas por dicha persona (Eicher et al., 2016). En un momento de cambio social en el reparto del trabajo de cuidados entre hombres y mujeres como el que se encuentra nuestra sociedad actualmente, es importante conocer cuáles son las percepciones que tiene la población española sobre qué se espera de un padre y de una madre, si dichas expectativas son igualitarias o no y si la percepción difiere según grupos sociales distintos. Estos climas normativos, sean compartidos o no a nivel individual, ejercen un impacto en el comportamiento efectivo de los miembros de la sociedad, promoviendo u obstaculizando la implantación de nuevos roles en padres y madres.

Dada la importancia demostrada que tienen las expectativas sociales en el comportamiento de padres y madres (García de Diego y García-Faroldi, 2022), este estudio analiza cuáles son dichas expectativas en la sociedad española actual. Para ello, y como se explicará en detalle en el apartado metodológico, se emplea una encuesta reciente representativa de la población española, en la que se interroga al entrevistado sobre cuáles piensa que son las actividades que la sociedad española vincula a la imagen de ser padre y ser madre. Se trata de un análisis fundamentalmente descriptivo, en el que se pretenden alcanzar tres objetivos:

- 1) En primer lugar, comparar cuáles son las imágenes que considera la ciudadanía que son predominantes en el hecho de ser padre y de ser madre en la sociedad española y si dichas imágenes difieren o no.
- 2) En segundo lugar, comprobar la percepción de la ciudadanía sobre el grado de implantación de las imágenes sociales de los dos modelos de paternidad: el padre proveedor frente al padre involucrado y cuidador.
- 3) En tercer lugar, analizar cómo se relacionan una serie de variables sociodemográficas con la percepción que se tiene de la imagen social de ser padre.

Las hipótesis con las que se ha trabajado en esta investigación son tres:

- 1) H1: La imagen que se cree que predomina en la sociedad de ser padre difiere significativamente de la imagen de ser madre.
- 2) H2: El modelo de padre proveedor sigue siendo el modelo percibido como el más implantando en nuestra sociedad.
- 3) H3: Las características sociales influyen en la percepción de la actividad mayoritariamente vinculada a la imagen de ser padre.

Este trabajo aporta dos novedades importantes: en primer lugar, utiliza una encuesta representativa nacional con datos recientes para analizar cuál es la imagen social de los españoles sobre la paternidad y la maternidad, una imagen que a su vez condiciona el comportamiento de los miembros de la sociedad; en segundo lugar, la encuesta en sí misma es novedosa, porque utiliza la misma formulación de la pregunta y de las categorías de respuesta para la imagen del padre y de la madre, facilitando que la persona entrevistada, si así lo desea, indique que la imagen de ambos es idéntica y que, por tanto, no existen en la actualidad desigualdades de género a la hora de tener un hijo o una hija.

3. Metodología

Para la realización de este trabajo se ha utilizado la Encuesta Social General Española publicada en 2018, que elaboró el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS). Este estudio del CIS (n.º 3201) se diseñó para una muestra de ámbito nacional teniendo como marco los datos del Padrón municipal de habitantes a 1 de enero de 2017. El trabajo de campo se realizó desde febrero

de 2017 hasta junio de 2018 a población residente de ambos sexos de 18 años y más. Los puntos de muestreo han sido 514 municipios de las 50 provincias españolas, con un procedimiento bietápico, estratificado por conglomerados. Del mismo modo, la selección de las unidades primarias de muestreo (secciones) es proporcional a su población residente, y la selección de las unidades últimas (individuos) se realiza a partir de una selección sistemática de los individuos residentes en la sección, previa ordenación de los mismos por número de vivienda. Finalmente, la muestra real obtenida de este estudio es de 5.465 entrevistas, donde el error muestral para un nivel de confianza del 95,5% es de $\pm 1,4\%$ para el conjunto de la muestra y en el supuesto de muestreo aleatorio simple.

La metodología para esta investigación se ha realizado en diferentes fases:

- 1) En primer lugar, para poder contrastar la H1 se seleccionaron todos los casos y las variables del fichero del estudio. Hay que tener en cuenta que los datos que se muestran están ponderados. Se han utilizado las preguntas que recogen información sobre las actividades que la persona entrevistada cree que la sociedad vincula hoy en día principalmente a la imagen del padre y de la madre. La redacción de las mismas es: «¿Cuál de las siguientes actividades cree Ud. que la sociedad vincula hoy en día principalmente a la imagen de una madre o de un padre?», «¿Y en segundo lugar?». Son las preguntas del cuestionario recogidas como variables 15_1, 15_2, 16_1 y 16_2. Las categorías de respuesta incluidas en el cuestionario eran ocho, además de «Otras» y «Todas»: (1) «Dedicar tiempo a sus hijos/as». (2) «Jugar, realizar actividades de ocio con sus hijos/as». (3) «Cuidar de sus hijos/as en caso de enfermedad». (4) «Conseguir recursos económicos». (5) «Encargarse de su educación y sus valores». (6) «Conocer sus horarios, tareas». (7) «Encargarse de sus necesidades básicas [higiene, comida, etc.]». (8) «Apoyar, ser cercano, conocer sus inquietudes, amigos». Estas dos preguntas han sido recodificadas en dos indicadores que suman todas las alternativas de respuesta originales del cuestionario y que han sido nombradas tanto en primer lugar como en segundo lugar, tanto para el caso del padre como para el de la madre (sin las alternativas «no sabe» o «no contesta»). En total, se crearon ocho indicadores para la imagen vinculada al padre y ocho indicadores para la imagen vinculada a la madre. Sirva como ejemplo para entender la creación de los indicadores el siguiente: si el 15% de las personas entrevistadas señalan como primera opción que la actividad vinculada socialmente con la figura del padre es dedicar tiempo a sus hijos e hijas y otras que no lo hacen en la primera opción pero sí como segunda opción son un 10%, el indicador daría como resultado que el 25% de la ciudadanía señala la dedicación al tiempo a los menores como actividad socialmente vinculada a la imagen del padre.
- 2) Para dar respuesta a la H2, se han comparado las actividades que la literatura vincula al modelo de padre cuidador, como son cuidar en caso de enfermedad o encargarse de sus necesidades básicas, frente a la actividad

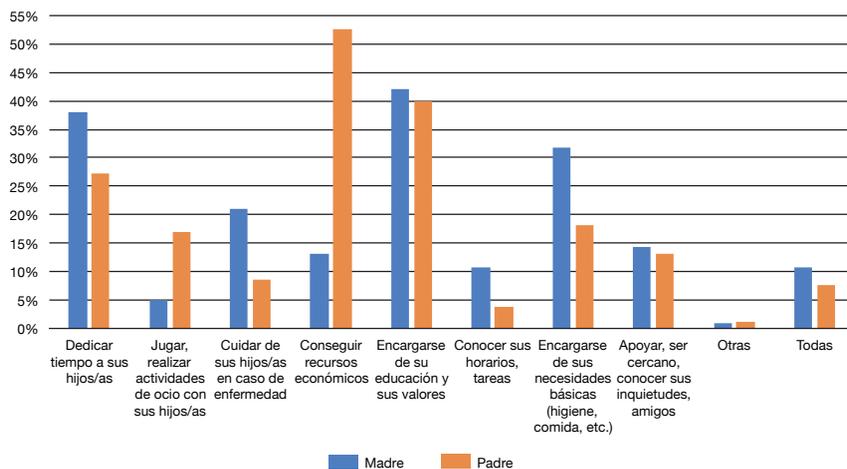
- de conseguir recursos económicos que representa al modelo de paternidad proveedora.
- 3) Tras realizar un análisis exploratorio de cuáles eran las actividades más y menos vinculadas a la imagen del padre y de la madre, se seleccionó como variable dependiente objeto de esta investigación la actividad vinculada al padre «Conseguir recursos económicos», ya que es la que presenta la mayor distancia con respecto a la actividad vinculada a la madre. Para ello se ha dicotomizado la variable a dos posibles alternativas: las personas que mencionaron esta actividad frente a las personas que no la mencionaron.
 - 4) Para comprobar la H3, se han llevado a cabo análisis bivariados entre la variable dependiente y las variables sociodemográficas de las personas entrevistadas, como son: sexo, edad, nivel de estudios, situación laboral, nivel de ingresos, creencia religiosa y si tenían hijos e hijas. Para ello se han realizado tablas de contingencia con pruebas de significación chi cuadrado de Pearson para conocer si hay algún tipo de asociación estadística significativa.
 - 5) Finalmente, se ha elaborado un análisis de segmentación jerárquica cuya finalidad es «dada una población de elementos, identificar subconjuntos homogéneos con respecto a determinadas características» (Luque, 2015), lo que lo hace idóneo para explorar qué variables independientes son las que en mayor medida discriminan en la actividad socialmente vinculada a la imagen de un padre. Así se obtiene un dendograma a partir de la variable sociodemográfica de la población con mayor peso en las respuestas del indicador construido. Y a partir de los subgrupos obtenidos, van entrando las demás características, según su grado de importancia, que tienen diferencias estadísticamente significativas con el indicador analizado.

4. Resultados

Para dar respuesta al primer objetivo y comprobar la primera hipótesis, se ha analizado la imagen creada y aceptada socialmente sobre el papel de la paternidad y la maternidad, dada la importancia que tiene el contexto normativo a la hora de moldear el comportamiento de los individuos. Para ello, tal y como se recoge en el primer objetivo, resulta fundamental conocer la percepción que tienen las personas sobre las actividades que creen que la sociedad vincula principalmente a la imagen del padre y de la madre.

El primer resultado destacable (figura 1) es que la ciudadanía cree que la imagen del padre y la de la madre tienen vinculadas socialmente actividades distintas. Para más de la mitad de las personas encuestadas (el 52% exactamente) la obtención de recursos económicos es la primera o segunda actividad que parece definir la imagen social de un padre, mientras solo una de cada siete personas cree que esta actividad está vinculada socialmente a la imagen de una madre. En segundo lugar, se observa que, tanto para la imagen del padre como de la madre, «encargarse de la educación y los valores» es una actividad reconocida socialmente como vinculada a estos roles (alrededor de un 40% para ambos), siendo esta la única actividad en que ambos progenitores están prác-

Figura 1. Actividades que cree que la sociedad vincula a la imagen de madre y de padre. Porcentaje acumulado de respuesta a las preguntas: «¿Cuál de las siguientes actividades cree Ud. que la sociedad vincula hoy en día principalmente a la imagen de una madre o de un padre?», «¿Y en segundo lugar?»



Fuente: elaboración propia a partir de la Encuesta Social General Española 2017-2018, ECIS3201, CIS. Datos ponderados.

ticamente igualados y no se establecen importantes diferencias de género. El tercer y último aspecto que reseñar es que las actividades que a continuación se perciben como más vinculadas socialmente con la imagen de la madre (un 38% para dedicar tiempo a sus hijos e hijas, casi un 32% para encargarse de sus necesidades y más de un 20% cuidarlos en caso de enfermedad) tienen un menor peso cuando se piensa en la imagen social del padre (sus porcentajes bajan más de diez puntos porcentuales con respecto a la imagen de la madre). Por tanto, se confirma la primera hipótesis, que supone que la ciudadanía considera que la imagen social de ambos progenitores difiere significativamente. En la sociedad española, las tareas de carácter más rutinario, tales como encargarse de la higiene y la comida de los hijos e hijas y conocer sus horarios y tareas, siguen vinculadas a la madre, mientras que las actividades lúdicas se asocian más a la imagen del padre. Estas percepciones se corresponden en gran medida con lo que ocurre en muchos hogares, según diversos estudios dedicados al reparto de los cuidados dentro de la pareja (Agirre, 2016; Domínguez Amorós et al., 2019; García-Faroldi, 2023; Horschild y Machung, 1989; Kotila et al., 2013; Mc Bride y Mills, 1993).

En cuanto al segundo objetivo propuesto y a la segunda hipótesis que se quiere comprobar, si comparamos la respuesta mayoritaria escogida por los españoles sobre el rol del padre como proveedor económico con las respuestas más vinculadas al rol de padre involucrado y cuidador, tales como atender a los menores cuando están enfermos (respuesta escogida por menos del 10%)

o encargarse de sus necesidades básicas (escogida por menos del 20%), vemos que se considera que la imagen que predomina en la sociedad española es la tradicional, en la que el hombre desarrolla su rol de padre teniendo éxito en la esfera laboral y asegurando un sustento a la familia, mientras que la madre se asocia con las actividades que se desarrollan en la esfera doméstica. Por tanto, se corrobora la hipótesis segunda, que afirmaba que el rol de proveedor económico se percibe como la imagen más extendida vinculada al padre, frente al rol de cuidador.

El tercer objetivo propuesto pretende conocer las variables que pueden guardar relación con la imagen principal que la persona entrevistada cree que la sociedad española tiene sobre la figura paterna. Se consigue así comprobar la tercera hipótesis, que supone que las características sociales influyen en esta percepción sobre la imagen social. Para ello, y dado el elevado número de indicadores que se crearon en la primera etapa de la metodología anteriormente explicada, se decide utilizar como variable dependiente el indicador que mide el porcentaje de personas que creen que conseguir recursos económicos es la primera o la segunda actividad que la sociedad vincula con la imagen de la figura paterna. Ello se debe a que es la respuesta más escogida por la población y, además, es la que más distancia el rol de padre del rol de madre si se observan los puntos porcentuales de diferencia entre ambos progenitores (52,6% en el rol de padre y 13,1% en el de madre).

Los análisis bivariados que se pueden observar en la tabla 1 revelan que todas las variables sociodemográficas introducidas en el análisis (sexo, edad, nivel de estudios, situación laboral, ingresos, creencia religiosa y tenencia de hijos) muestran diferencias estadísticamente significativas con el indicador que hace referencia a haber mencionado conseguir recursos económicos como actividad primordial en la imagen social de ser padre. No obstante, la variable acerca del nivel de estudios es la que introduce mayores diferencias entre sus categorías. De hecho, aunque en términos generales en torno a la mitad de las personas entrevistadas menciona esta actividad, aumenta casi al 70% cuando las personas tienen estudios de postgrado o equivalentes. Otra variable que presenta importantes diferencias es la creencia religiosa, ya que las personas agnósticas o ateas superan aproximadamente en 10 puntos porcentuales a las personas católicas a la hora de pensar que conseguir recursos está vinculado socialmente con la imagen del padre. Con respecto a la variable acerca del nivel de ingresos netos personales, se observa que las personas que se encuentran en el intervalo de 900 a 1.200 euros (umbral donde se encuentra el salario mínimo interprofesional) son las que en menor medida seleccionan la actividad de obtención de recursos como actividad vinculada socialmente con la imagen del padre (49%). Del mismo modo, menos de la mitad de los hombres entrevistados mencionan esta actividad ligada con la imagen de la figura paterna, frente a más del 55% de las mujeres entrevistadas. Puede resultar contraintuitivo el hallazgo de que la imagen social del padre proveedor sea más mencionada entre las mujeres, las personas con estudios superiores, los estudiantes y las personas sin ingresos propios, así como con el tramo de ingresos más altos, ateos y

Tabla 1. Conseguir recursos económicos como actividad primordial vinculada con la imagen del padre. Porcentaje por filas, residuos tipificados y significatividad de chi cuadrado de Pearson y V de Cramer

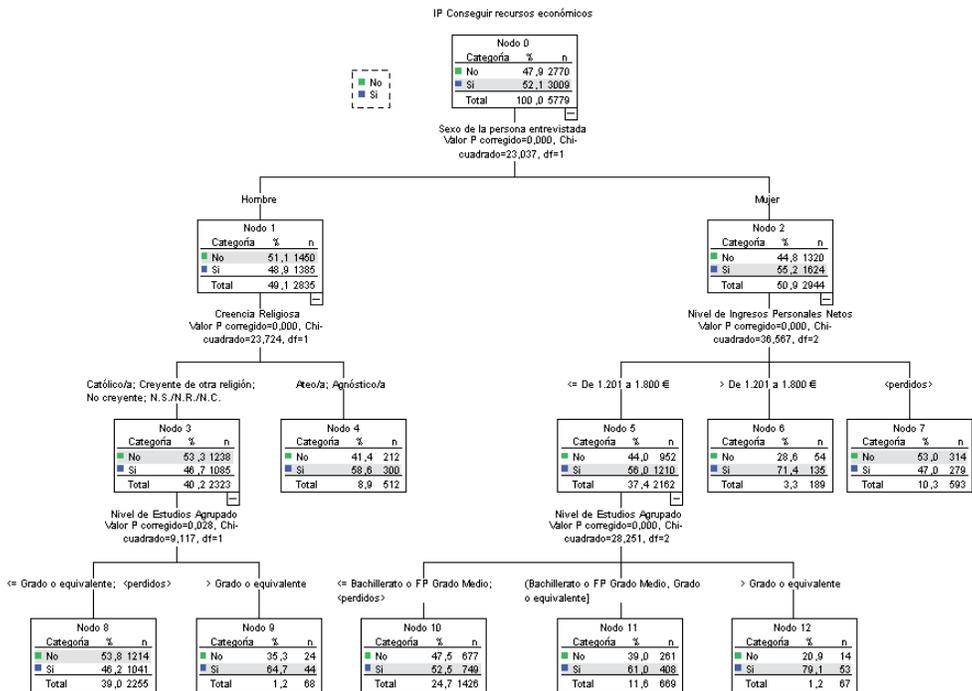
Variables	Categorías	Conseguir recursos económicos como actividad vinculada por la sociedad a la imagen del padre ^a	Residuos tipificados	Sig ^b	V de Cramer
Sexo	Hombre	49,3%	-2,3	0,000	0,063
	Mujer	55,6%	2,2		
Grupo de edad	De 18 a 30 años	55,9%	1,4	0,010	0,046
	De 31 a 45 años	54,2%	0,9		
	De 46 a 65 años	49,8%	-1,6		
	Más de 65 años	52,2%	-0,2		
Nivel de estudios	Hasta estudios primarios	51,4%	-0,6	0,000	0,084
	ESO o equivalente	48,8%	-1,8		
	Bachillerato o FP grado medio	50,4%	-1,0		
	FP grado superior	54,5%	0,6		
	Grado o equivalente	56,0%	1,6		
	Postgrado o equivalente	69,2%	3,2		
Situación laboral	Trabaja	52,0%	-0,4	0,016	0,054
	Pensionista	51,6%	-0,5		
	Parado/a	51,8%	-0,2		
	Estudiante	61,6%	2,3		
	Trabajo doméstico no remunerado	54,9%	0,6		
	Otra situación	46,2%	-0,8		
Ingresos personales netos	No tiene ingresos de ningún tipo	56,8%	1,1	0,037	0,057
	Menos o igual a 600 €	54,5%	0,2		
	De 601 a 900 €	54,4%	0,1		
	De 901 a 1.200 €	49,0%	-1,9		
	De 1.201 a 1.800 €	53,0%	-0,4		
	De 1.801 a 2.400 €	55,7%	0,4		
	Más de 2.400 €	59,3%	1,1		
Creencia religiosa	Católico/a	50,4%	-4,8	0,000	0,074
	Creyente de otra religión	54,5%	0,6		
	No creyente	55,3%	1,4		
	Agnóstico/a	61,9%	3,4		
	Ateo/a	59,2%	2,9		
Tiene hijos/as	Sí	50,9%	-1,4	0,000	0,055
	No	55,8%	1,9		

Fuente: elaboración propia a partir de la Encuesta Social General Española 2017-2018, ECIS3201, CIS. Datos ponderados.

agnósticos. Antes de proponer posibles explicaciones a esta pauta en el apartado de conclusiones, el último análisis realizado puede ayudar a arrojar luz sobre estos resultados. En todo caso, los datos mostrados en la tabla 1 corroboran la tercera hipótesis, que supone que las características sociales influyen en la percepción que se tiene de cuál es la imagen social del padre y de la madre en la sociedad española. No obstante, debe resaltarse que las asociaciones son estadísticamente significativas, pero con valores bajos, como se puede observar analizando la última columna, que recoge la V de Cramer.

Ante estos resultados, que muestran diferencias estadísticamente significativas en función de las variables sociodemográficas de las personas entrevistadas, se ha tratado de profundizar algo más y realizar un análisis de segmentación jerárquica. Nuevamente se toma como variable dependiente el indicador que mide el porcentaje de personas que creen que conseguir recursos económicos es una actividad que la sociedad vincula con la imagen del padre, y como variables predictoras las características sociodemográficas para saber cuál es la variable con mayor poder discriminante. El resultado se presenta a través del dendograma o árbol de segmentación siguiente (figura 2).

Figura 2. Árbol de segmentación jerárquica. Variable dependiente: conseguir recursos económicos como actividad vinculada por la sociedad a la imagen del padre



Fuente: elaboración propia a partir de la Encuesta Social General Española 2017-2018, ECIS3201, CIS. Datos ponderados.

El primer grupo (nodo 0) contiene todas las respuestas del conjunto de la población encuestada, que asciende a un total de 5.779 (datos ponderados). De esas respuestas, el 52,1% mencionaron que conseguir recursos económicos es la primera o la segunda actividad que la sociedad vincula con la imagen paterna. La variable que ha mostrado mayor poder discriminante en la explicación de seleccionar esta actividad como imagen ligada al padre ha sido la variable referente al sexo de la persona entrevistada: mientras el 49% de los hombres mencionan esta actividad (algo menos de la mitad), lo hacen el más del 55% de las mujeres, un resultado ya observado en la tabla 1.

En una segunda división entran en juego las variables acerca de la creencia religiosa en el caso del nodo de hombres, mientras que en el nodo de mujeres es el nivel de ingresos personales netos. En los hombres que se consideran agnósticos o ateos el porcentaje que menciona la obtención de recursos como imagen de padre asciende hasta el 58,6% frente al resto que lo menciona por debajo del 47%. En el caso de las mujeres, el nivel de ingresos forma tres nodos: mujeres con ingresos personales menores a 1.800 € al mes, las que obtienen más de 1.800 € y las que no han querido responder sobre sus ingresos. Estas últimas son las que en menor medida (un 47%) asocian socialmente conseguir recursos económicos como actividad vinculada con la imagen de padre, mientras que entre las que tienen mayores ingresos personales netos el porcentaje es superior al 70%.

En el tercer y último nivel de segmentación, la única característica socio-demográfica que entra como variable discriminante tanto en hombres como en mujeres es el nivel de estudios. En el caso de los hombres que no se han declarado agnósticos o ateos pero que tienen estudios de postgrado, casi el 65% considera que la sociedad vincula con la imagen de padre la obtención de recursos económicos, mientras que entre los que tienen estudios inferiores a postgrado el porcentaje baja al 46,2%. Del mismo modo, en el caso de las mujeres con ingresos personales menores a 1.800 €, un mayor nivel de estudios influye en un mayor porcentaje de respuestas vinculando socialmente el hecho de conseguir recursos con la imagen de padre (casi el 80% de las mujeres con un postgrado, frente al 61% con un grado, o el 52,5% de mujeres que tienen estudios equivalentes a bachillerato o inferiores).

5. Limitaciones

El trabajo presenta algunas limitaciones relacionadas con los datos disponibles. El hecho de preguntar por cuál es la imagen que tiene la sociedad de ser padre y madre y no interrogar sobre cuál es la opinión personal de la persona entrevistada es un punto débil. Hubiera sido interesante disponer de ambas preguntas, para poder contrastar la asociación entre climas normativos y actitudes individuales. No obstante, consideramos que la ventaja de contar con una encuesta amplia (más de 5.000 casos) y representativa de la población española, y el hecho de formular de la misma manera la imagen social tanto de padres como de madres es superior al inconveniente de no tener información

ni de la opinión personal ni del comportamiento efectivo de la persona entrevistada, aspectos para los que ya existen otras encuestas recientes profusamente estudiadas. Como ya se ha explicado anteriormente, el contexto normativo es de indudable importancia e influye tanto en la primera como en el segundo. Sería recomendable, en futuros estudios, contar con información acerca de los tres aspectos para observar su grado de coherencia: la imagen social, la imagen personal y el comportamiento. Por otro lado, las asociaciones encontradas (tabla 1) son débiles, pero el hecho de ser estadísticamente significativas resulta suficiente para corroborar nuestras hipótesis.

6. Conclusiones

En las últimas décadas se ha detectado, especialmente entre los hombres más jóvenes y con mayor nivel de estudios, un giro hacia una «nueva paternidad», mucho más involucrada con los menores. Este modelo de «nuevo padre» se enfrentaría al modelo tradicional de «padre proveedor» del que se espera fundamentalmente que asegure el bienestar económico de la familia. Sin embargo, este trabajo ha mostrado que la imagen que según creen los españoles prevalece en la sociedad sigue siendo la del padre proveedor. Una imagen que, además, contrasta fuertemente con lo que se espera de una madre. Pese a la incorporación de la mujer al mercado laboral, de una madre no se espera que consiga recursos económicos para sus hijos e hijas, sino que se ocupe de sus necesidades básicas, de sus tareas y actividades y de cuidarlos cuando estén enfermos.

La incorporación femenina al mercado laboral no ha venido acompañada de un mejor reparto para hacer frente a las necesidades básicas de la crianza. Todavía hay una parte importante de mujeres que asumen una carga más elevada de trabajo doméstico, pese a que algunas declaran un mayor reparto equitativo con su pareja (Aguado et al., 2020). Ellas han sido las que durante la reciente situación de pandemia provocada por la covid-19 sufrieron más los costes del teletrabajo implantado rápidamente y sin planificación, además de que las actividades en el hogar se multiplicaron (González Ramos y García de Diego, 2022), si bien las desigualdades de género se vieron influidas también por las diferentes circunstancias socioeconómicas de las parejas (Seiz, 2020). A esta situación de las mujeres que son madres habría que añadir el hecho de que las mujeres de un determinado perfil, para poder privilegiar su vida profesional, postergan (e incluso renuncian a) la maternidad (Del Rey et al., 2022; González y López, 2021), fenómeno que se contrapone al de las mujeres que se encuentran en situación de desempleo de larga duración, quienes ven como una oportunidad ser madres si no lo han sido antes (Grandé et al., 2022). La única actividad que se asocia de manera bastante igualitaria a padres y madres es la de encargarse de la educación y los valores de los hijos e hijas.

Numerosos estudios han mostrado la relevancia del contexto normativo a la hora de constreñir las decisiones de los padres, obligándoles en ocasiones a actuar de una manera no acorde con sus actitudes y preferencias e involucrándose menos de lo que desearían en el cuidado de los menores (Gerson,

2010; Townsend, 2002; García de Diego, 2019). A lo largo del trabajo se han corroborado las tres hipótesis propuestas: la imagen que se percibe como predominante en la sociedad vinculada a ser padre difiere significativamente de la imagen de ser madre (H1), estando ella mucho más vinculada a los cuidados y a las tareas rutinarias que él; se cree que predomina el modelo de padre proveedor frente al de padre cuidador en el imaginario colectivo (H2), y existen diferencias significativas en la percepción de la imagen social de ser padre según las características sociales (H3).

Comparando el grado de extensión de este rol proveedor de recursos económicos en diferentes categorías sociales (ver tabla 1), la imagen del padre proveedor ha demostrado estar más extendida entre las mujeres, las personas con estudios superiores, los estudiantes y las personas sin ingresos propios, así como con el tramo de ingresos más altos, ateos y agnósticos. Indudablemente, el motivo para esta prevalencia es diferente en cada una de estas categorías y se requiere de futuros estudios en los que se profundice en los datos mediante análisis multivariados. Aquí se esbozan algunas posibles explicaciones que será necesario comprobar ulteriormente.

En primer lugar, un primer perfil de quien piensa que la imagen extendida en la sociedad del padre es la del proveedor económico puede ser el de una persona que tenga más dificultades para ser ella misma la proveedora de dichos recursos y que, básicamente, muestre un acuerdo personal con dicha expectativa (mujeres frente a hombres, personas sin ingresos propios). En segundo lugar, aquellas personas con más recursos sociales (mayor nivel de estudios y de ingresos) y con ideas menos tradicionales (ateas y agnósticas) perciben con mayor claridad que lo que espera la sociedad de un padre es que consiga ingresos. Estas personas es posible que no estén de acuerdo con dicha expectativa, pero ello no impide que reconozcan su existencia e, incluso, que la resalten más que otras categorías precisamente por no estar de acuerdo. Como señalaban Eicher y sus colegas (2016), ser consciente de un clima normativo no implica que sea asumido sin discusión. Es posible que esta explicación resulte particularmente aplicable a las mujeres, ya que, como se vio en el árbol de segmentación jerárquica, entre ellas se diferencia claramente el grupo de las que obtienen más de 1.800 euros de ingresos propios al mes. En este grupo, el 70% elige como actividad principal asociada la imagen del padre como proveedor de recursos. La hipótesis cobra también mayor plausibilidad si se tiene en cuenta que el tercer factor que más diferencia, tanto para hombres como para mujeres, es el nivel de estudios: cuanto mayor es el nivel de estudios, más se escoge el rol de padre proveedor. Las personas con mayor nivel formativo pueden ser más conscientes de las expectativas sociales que condicionan el comportamiento de los miembros de la sociedad, estén o no de acuerdo con ellas.

Por último, cabe destacar las implicaciones políticas de estos resultados, que a su vez se reflejan en las demandas sociales que han cobrado fuerza en los últimos años. Los datos muestran que la población sigue percibiendo mayoritariamente que los hombres cumplen con su función de padres asegurando los ingresos económicos de la familia, mientras que las mujeres deben encar-

garse de las necesidades básicas de los menores, de sus cuidados cuando están enfermos y de sus horarios y tareas. La interacción entre las políticas sociales y la opinión pública es compleja: por un lado, los políticos tienen en cuenta las demandas sociales a la hora de llevar a cabo sus acciones; por otro, en ciertas ocasiones se apuesta por una política que implique un cambio en la opinión y en los comportamientos de la población hacia una mayor igualdad de género. En la esfera de la conciliación, por ejemplo, el proyecto europeo *The Role of Men in Gender Equality* recoge en sus conclusiones (Scambor et al., 2014) que establecer una cuota exclusiva para que el padre cuide de su hijo o hija facilita que los hombres se impliquen más en los cuidados (Kotsadam y Finseraas, 2011) y se desarrolle una masculinidad más cuidadora (Langvasbråten y Teigen, 2006; Scambor et al., 2013). En el caso español, en los últimos años se han aprobado medidas que facilitan la implicación de los padres en el cuidado de sus hijos menores a través de la ampliación del permiso de paternidad, hasta su equiparación con el permiso de maternidad producida en 2021, momento en el que desaparecieron ambos permisos y se instituyó el «permiso por nacimiento y cuidado del menor». Esta extensión del permiso ya ha producido las primeras modificaciones de comportamientos en los padres, puesto que ha aumentado su implicación (Romero-Balsas, 2022).

Será interesante estudiar en los años venideros hasta qué punto la imagen del padre que tiene la sociedad española, vinculada principalmente al rol de proveedor económico, se modifica e incorpora elementos más vinculados a los cuidados, dejando de ser estos últimos esfera principalmente femenina. Los avances en políticas públicas deben ir encaminados a modificar la división sexual de la crianza, que, de forma latente, ha generado la construcción de desigualdades en torno a la dicotomía entre maternidad y paternidad, y que todavía se sustenta más allá de las diferencias esenciales de nuestra biología (García de Diego y García-Faroldi, 2022).

Financiación

Este trabajo ha sido financiado por el Centro de Estudios Andaluces a través de su XI Convocatoria de Proyectos de Investigación (proyecto PRY121/19), así como por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades a través del Plan Nacional I+D+i, proyecto PID2020-115673RB-I00 (ayuda MCIN/AEI/10.13039/501100011033).

Referencias bibliográficas

- ABRIL MORALES, PACO; CASTELLANOS-SERRANO, Cristina; FERNÁNDEZ-LOZANO, Irina y JURADO GUERRERO, Teresa (2021). *Conciliar también es masculino: Mejores prácticas de empresas en España y Europa*. Madrid: UNED.
- AGIRRE, Amaia (2016). «Negociaciones de pareja: Los trabajos domésticos, la crianza y la construcción de la maternidad y la paternidad». *Papeles del CEIC, International Journal on Collective Identity Research*, 1(152), 1-26.
<<https://doi.org/10.1387/pceic.15209>>

- AGUADO, Empar; AGUADO, Anna y BENLLOCH, Cristina (2020). *Análisis sociológico desde la perspectiva de género de los efectos de la pandemia sobre la (re)conciliación durante el tiempo de confinamiento*. Valencia: Universitat de València.
- AZPIAZU CARBALLO, Jokin (2017). *Masculinidades y feminismo*. Barcelona: Virus Editorial.
- BITTMAN, Michael; ENGLAND, Paula; SAYER, Liana et al. (2003). «When Does Gender Trump Money?: Bargaining and Time in Household Work». *American Journal of Sociology*, 109, 186-214. Recuperado de <<https://www.jstor.org/stable/10.1086/378341>>.
- BORRÀS, Vicent; TORNS, Teresa y MORENO, Sara (2007). «Las políticas de conciliación: Políticas laborales versus políticas de tiempo». *Papers*, 83, 83-96. <<https://doi.org/10.5565/rev/papers/v83n0.1141>>
- BRINES, Julie (1994). «Economic dependency, gender, and the division of labor at home». *American Journal of Sociology*, 100(3), 652-688. Recuperado de <<https://www.jstor.org/stable/2782401>>.
- CARRIGAN, Tim; CONNELL, Bob y LEE, John (1985). «Toward a New Sociology of Masculinity». *Theory and Society*, 14(5), 551-604. Recuperado de <<https://www.jstor.org/stable/657315>>.
- CASTELLANOS-SERRANO, Cristina y PERONDI, Ana Carolina (2022). «Presupuestos y legislación con perspectiva de género: Educación 0 a 3, permisos por nacimiento, jornadas y condiciones laborales». *Papers*, 107(3), 1-22. <<https://doi.org/10.5565/rev/papers.3064>>
- CIS (2014). *Cuidados a dependientes* (estudio 3009). <<https://www.cis.es/es/detalle-ficha-estudio?origen=estudio&idEstudio=14078>>
- CONNELL, Robert W. (1987). *Gender and Power: Society, the Person and Sexual Politics*. Stanford: Stanford University Press.
- (1993). «Masculinities in Recent World History». *Theory and Society*, 22(5), 597-623. Recuperado de <<https://www.jstor.org/stable/657986>>.
- CONNELL, Robert W. y MESSERSCHMIDT, James W. (2005). «Hegemonic Masculinity: Rethinking the Concept». *Gender & Society*, 19(6), 829-859. Recuperado de <<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0891243205278639>>.
- DOMÍNGUEZ AMORÓS, Màrius; MUÑIZ, Leticia y RUBILAR, Gabriela (2019). «El trabajo doméstico y de cuidados en las parejas de doble ingreso: Análisis comparativo entre España, Argentina y Chile». *Papers*, 104(2), 337-374. <<https://doi.org/10.5565/rev/papers.2576>>
- DOUCET, Andrea (2004). «“It’s Almost Like I Have a Job, but I Don’t Get Paid”: Fathers at Home Reconfiguring Work, Care, and Masculinity». *Fathering*, 2(3), 277-303.
- EDLEY, Nigel y WETHERELL, Margaret (1999). «Imagined Futures: Young Men’s Talk about Fatherhood and Domestic Life». *British Journal of Social Psychology*, 38(2), 181-194. <<https://doi.org/10.1348/014466699164112>>
- EICHER, V.; SETTERSTEN, R. A.; PENIC, S.; GLAESER, S.; MARTENOT, A. y SPINI, D. (2016). «Normative climates of parenthood across Europe: Judging voluntary childlessness and working parents». *European Sociological Review*, 32(1), 135-150. <<https://doi.org/10.1093/esr/jcv083>>
- ELLIOTT, Karla (2016). «Caring Masculinities: Theorizing an Emerging Concept». *Men and Masculinities*, 19(3), 240-259. <<https://doi.org/10.1177/1097184X15576203>>

- ESPING-ANDERSEN, Gøsta (2009). *The Incomplete Revolution: Adapting to Women's New Roles*. Cambridge: Polity Press.
- GARCÍA DE DIEGO, José María (2019). «Discursos sociales sobre la maternidad en torno al parto». *Encrucijadas*, 18, e1805. Recuperado de <<https://recyt.fecyt.es/index.php/encrucijadas/article/view/79208>>.
- GARCÍA DE DIEGO, José María y GARCÍA-FAROLDI, Livia (2022). «Sexual Division in Parenting: A Normative Context That Hinders Co-Responsibility». *Journal of Family Issues*, 43(11), 2888-2909.
<<https://doi.org/10.1177/0192513X211038073>>
- GARCÍA-FAROLDI, Livia (2020). «Mothers' Autonomy or Social Constraints?: Coherence and Inconsistency between Attitudes and Employment Trajectories in Different Welfare Regimes». *Social Politics*, 27(1), 97-127.
<<https://doi.org/10.1093/sp/jxy030>>
- (2022). «Estrategias de conciliación y corresponsabilidad de las parejas de mediana edad». En: *La gestión de la intimidad en la sociedad digital: Parejas y rupturas en la España actual*. Edición a cargo de Félix Requena Santos y Luis Ayuso Sánchez. Bilbao: Fundación BBVA. Recuperado de <<https://www.fbbva.es/publicaciones/la-gestion-de-la-intimidad-en-la-sociedad-digital/>>.
- (2023). *Haciendo malabares: Conciliación y corresponsabilidad de las parejas trabajadoras españolas*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- GATRELL, Caroline J.; BURNETT, Simon B.; COOPER, Cary L. y SPARROW, Paul (2015). «The Price of Love: The prioritisation of child care and income earning among UK fathers». *Families, Relationships and Society*, 4(2), 225-238.
<<https://doi.org/10.1332/204674315X14321355649771>>
- GERSON, Kathleen (2010). *The unfinished revolution: Coming of age in a new era of gender, work and family*. Nueva York: Oxford University Press.
- GILL, R. (2003). «Power and the production of subjects: A genealogy of the New Man and the New Lad». *The Sociological Review*, 51, 34-56.
<<https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.2003.tb03602.x>>
- GONZÁLEZ-CALVO, Gustavo (2019). «Being a Father: A Broken Masculinity or a Better One? An Autoethnography from a First-time Father Perspective». *Masculinities and Social Change*, 8(2), 195-217.
<<https://doi.org/10.17583/MCS.2019.3900>>
- GONZÁLEZ HINCAPIÉ, Viviana y LÓPEZ LÓPEZ, María Teresa (2021). «¿Aplazando la llegada del primer hijo?: Un estudio cualitativo sobre las percepciones en torno al retraso de la fecundidad». *Papers*, 106(2), 221-253.
<<https://doi.org/10.5565/rev/papers.2735>>
- GONZÁLEZ RAMOS, Ana M. y GARCÍA DE DIEGO, José María (2022). «Work-Life Balance and Teleworking: Lessons Learned during the Pandemic on Gender Role Transformation and Self-Reported Well-Being». *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19.
<<https://doi.org/10.3390/ijerph19148468>>
- GRANDE, Rafael; REY, Alberto del y STANEK, Mikolaj (2022). «Efectos del desempleo femenino de larga duración en la fecundidad de las parejas españolas, 2005-2019». *Revista Internacional de Sociología*, 80(1), e201.
<<https://doi.org/10.3989/ris.2022.80.1.20.121>>
- GREENSTEIN, Theodore N. (2000). «Economic dependence, gender, and the division of labor in the home: A replication and extension». *Journal of Marriage and the Family*, 62, 322-335.
<<https://doi.org/10.1111/j.1741-3737.2000.00322.x>>

- HANLON, Niall (2012). *Masculinities, Care and Equality: Identity and Nurture in Men's Lives*. Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan.
- HOLTER, Øystein G. (2014). «What's in it for Men?»: Old Question, New Data». *Men and Masculinities*, 17(5), 515-548.
<<https://doi.org/10.1177/1097184X14558237>>
- HORSCHILD, Arlie R. y MACHUNG, Anne (1989). *The second shift*. Nueva York: Avon.
- INE (2018). *Encuesta de Fecundidad*. <https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736177006&menu=ultiDatos&idp=1254735573002>
- JURADO GUERRERO, Teresa; CASTELLANOS SERRANO, Cristina; FERNÁNDEZ LOZANO, Irina y FERNÁNDEZ NOVO, Andrea (2021). *Corresponsabilidad y conciliación de la vida laboral, personal y familiar en España: Desigualdades y transformaciones después de la Covid-19*. Madrid: Unión de Asociaciones Familiares.
- KATZ-WISE, Sabra L.; PREISS, Heather A. y HYDE, Janet S. (2010). «Gender role attitudes and behaviors across the transition to parenthood». *Developmental Psychology*, 46, 18-28.
<<https://doi.org/10.1037/a0017820>>
- KAUFMAN, Gayle y UHLENBERG, Peter (2000). «The Influence of Parenthood on the Work Effort of Married Men and Women». *Social Forces*, 78(3), 931-949.
<<https://doi.org/10.2307/3005936>>
- KOSLOWSKI, Allison S. (2011). «Working Fathers in Europe: Earning and Caring». *European Sociological Review*, 27(2), 230-245.
<<https://doi.org/10.1093/esr/jcq004>>
- KOTILA, Letitia E.; CHOPPE-SULLIVAN, Sarah J. y DUSH, Claire M. Kump (2013). «Time Parenting Activities in Dual Earner Families at the Transition to Parenthood». *Family Relations*, 62(5), 795-807.
<<https://doi.org/10.1111/fare.12037>>
- KOTSADAM, Andreas y FINSERAAS, Henning (2011). «The State Intervenes in the Battle of the Sexes: Causal Effects of Paternity Leave». *Social Science Research*, 40, 1611-1622.
<<https://doi.org/10.1016/j.ssresearch.2011.06.011>>
- LANGVASBRÅTEN, Trude y TEIGEN, Mari (2006). *FOCUS – Fostering Caring Masculinities: The European Dimension*. Oslo: Institute for Social Research.
- LATSHAW, Beth A. y HALE, Stephanie I. (2016). «The domestic handoff: Stay-at-home fathers' time-use in female breadwinner families». *Journal of Family Studies*, 22, 97-120.
<<https://doi.org/10.1080/13229400.2015.1034157>>
- LOCKE, Abigail (2016). «Masculinity, subjectivities and caregiving in the British press: The case of the stay-at home father». En: PODNIEKS, E. (ed.). *Pops in pop culture*. Nueva York: Palgrave Macmillan, 195-212.
- LOCKE, Abigail y YARWOOD, Gemma (2017). «Exploring the depths of gender, parenting and 'work': Critical discursive psychology and the 'missing voices' of involved fatherhood». *Community, Work & Family*, 20(1), 4-18.
<<https://doi.org/10.1080/13668803.2016.1252722>>
- LUQUE, Teodoro (2015). «Segmentación jerárquica». En: LUQUE MARTÍNEZ, T. (coord.). *Técnicas de análisis de datos en investigación de mercados*. Madrid: Ediciones Pirámide, 347-382.
- MC BRIDE, Brent A. y MILLS, Gail (1993). «A comparison of mother and father involvement with their preschool age children». *Early Childhood Research Quarterly*, 8, 457-477.
<[https://doi.org/10.1016/S0885-2006\(05\)80080-8](https://doi.org/10.1016/S0885-2006(05)80080-8)>

- McGILL, Brittany S. (2014). «Navigating New Norms of Involved Fatherhood: Employment, Fathering Attitudes, and Father Involvement». *Journal of Family Issues*, 35(8), 1089-1106.
<<https://doi.org/10.1177/0192513X14522247>>
- MEIL, Gerardo (2017). «Permisos parentales para hombres y corresponsabilidad en el cuidado de los niños». *Revista del Ministerio de Empleo y Seguridad Social*, 131, 15-34.
- (2018). «Spanish fathers benefiting from maternity leave: Experience and policy demands». *Revista del Ministerio de Empleo y Seguridad Social, Economía y Sociología*, 136, 17-37.
- MIGUEL-LUKEN, Verónica de (2019). «Cross-National Comparison on Family Satisfaction: Super-Specialization versus Super-Equality». *Social Indicators Research*, 145(1), 303-327.
<<https://doi.org/10.1007/s11205-019-02089-w>>
- NOCK, Steven L. (1998). «The consequences of Premarital Fatherhood». *American Sociological Review*, 63(2), 250-263.
<<https://doi.org/10.2307/2657326>>
- OCDE (2021). *OECD Family Database*. <https://www.oecd.org/els/soc/LMF_1_2_Maternal_Employment.xlsx>
- REY, Alberto de; GRANDE, Rafael y GARCÍA-GÓMEZ, Jesús (2022). «Transiciones a la maternidad a través de las generaciones: Factores causales del nacimiento del primer hijo en España». *Revista Española de Sociología*, 31(2), a108.
<<https://doi.org/10.22325/fes/res.2022.108>>
- ROMERO-BALSAS, Pedro (2022). «Incremento en la duración del permiso exclusivo para padres y sus consecuencias en el cuidado infantil desde la perspectiva de las madres». *Revista Española de Sociología*, 31(1), a85.
<<https://doi.org/10.22325/fes/res.2022.85>>
- ROMERO-BALSAS, Pedro; MUNTANYOLA-SAURA, Dafne y ROGERO-GARCÍA, Jesús (2013). «Decision-Making Factors within Paternity and Parental Leaves: Why Spanish Fathers Take Time Off from Work». *Gender, Work and Organization*, 20(6), 678-691. Recuperado de <<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/gwao.12004>>.
- SCAMBOR, Elli; BERGMANN, Nadja; WOJNICKA, Katarzyna et al. (2014). «Men and Gender Equality: European Insights». *Men and Masculinities*, 17(5), 552-577.
<<https://doi.org/10.1177/1097184X14558239>>
- SCAMBOR, Elli; WOJNICKA, Katarzyna y BERGMANN, Nadja (eds.) (2013). *The Role of Men in Gender Equality: European Strategies & Insights*. Luxemburgo: Publications Office of the European Union. Recuperado de <<https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/f6f90d59-ac4f-442f-be9b-32c3bd36eaf1>>.
- SEIZ, Marta (2020). «Desigualdades en la división del trabajo en familias con menores durante el confinamiento por Covid-19 en España: ¿Hacia una mayor polarización socioeconómica y de género?». *IgualdadES*, 3, 403-435.
<<https://doi.org/10.18042/cepc/IgdES.3.05>>
- SEIZ, Marta; CASTRO, Teresa; CORDERO, J. y MARTÍN, T. (2022). «La evolución de las normas sociales relativas a las transiciones familiares en España». *Revista Española de Sociología*, 31(2), a106.
<<https://doi.org/10.22325/fes/res.2022.106>>
- STEVENS, Emily (2015). «Understanding discursive barriers to involved fatherhood: The case of Australian stay-at-home fathers». *Journal of Family Studies*, 21, 22-37.
<<https://doi.org/10.1080/13229400.2015.1020989>>

- SULLIVAN, Oriël; BILLARI, Francesco C. y ALTINTAS, Evrim (2014). «Father's Changing Contributions to Child Care and Domestic Work in Very Low-Fertility Countries: The Effect of Education». *Journal of Family Issues*, 35(8), 1048-1065.
<<https://doi.org/10.1177/0192513X14522241>>
- THÉBAUD, Sarah (2010). «Masculinity, Bargaining, and Breadwinning: Understanding Men's Housework in the Cultural Context of Paid Work». *Gender and Society*, 24(3), 330-354. Recuperado de <<https://www.jstor.org/stable/27809280>>.
- THOMAS, Michelle y BAILEY, Nicholas (2006). «Square pegs in round holes?: Leave periods and role displacement in UK-based seafaring families». *Work, Employment and Society*, 20(1), 129-149.
<<https://doi.org/10.1177/0950017006061277>>
- TOWNSEND, Nicholas W. (2002). *The package deal: Marriage, work, and fatherhood in men's lives*. Filadelfia: Temple University Press.
- WALBY, Sylvia (2009). *Globalization and Inequalities: Complexity and Contested Modernities*. Londres: Sage.