

Masculinities & Social Change
Volume 13, Issue 1, 21th February, 2024, Pages 42 – 62
© The Author(s) 2024
<http://dx.doi.org/10.17583/msc.12004>

Expressions around Positive Masculinities on Mexican Facebook and TikTok Profiles. A Content Analysis Approach

Gabriel Pérez-Salazar¹

1) *Faculty of Communication Sciences, Universidad Autónoma de Coahuila, México*

Abstract

With the objective of identifying the way in which manifestations around masculinities take place in a selection of Mexican profiles that publish content in Spanish on both Facebook and TikTok, around proposals that oppose what Connell identifies as hegemonic masculinity, a content analysis was carried out on a non-probabilistic sample of publications and comments. Main results indicate that the proposals made in the observed sites revolve around participatory parenthood, given in the context of respectful couple relationships, with tolerance for sex-gender diversity, also highlighting free emotional expression as part of self-care that is both mental and physical. Some of the main conclusions suggest that, despite the resistance to the patriarchal structure that can be observed in the digital spaces studied, other research reveals that there are still many manifestations that shows asymmetric positions of power between different sex-gender identities.

Keywords

Identity, masculinities, social media.

To cite this article: Pérez-Salazar, G. (2024). Expressions around positive masculinities on Mexican Facebook and TikTok profiles. A content analysis approach. *Masculinities & Social Change*, 13(1) pp. 42-62. <http://dx.doi.org/10.17583/msc.12004>

Corresponding author: Gabriel Pérez-Salazar

Contact address: gabriel.perez.salazar@uadec.edu.mx

Masculinities & Social Change
Volumen 13, Número 1, 21 de febrero de 2024, Páginas 42 – 62
© Autor(s) 2024
<http://dx.doi.org/10.17583/mcs.12004>

Expresiones en torno A Masculinidades Positivas en Perfiles Mexicanos en Facebook y TikTok. Una Aproximación desde el Análisis de Contenido

Gabriel Pérez-Salazar¹

1) *Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Autónoma de Coahuila, México*

Resumen

Con el objetivo de identificar la manera en que tienen lugar manifestaciones en torno a las masculinidades en una selección de perfiles mexicanos que publican contenidos en español tanto en Facebook como en TikTok, a partir de propuestas que se oponen a lo que Connell identifica como masculinidad hegemónica, se realizó un análisis de contenido sobre una muestra no probabilística de publicaciones y comentarios. Los principales resultados indican que las propuestas hechas en los sitios observados giran en torno a una paternidad participativa, dada en el contexto de relaciones de pareja respetuosas, con tolerancia a la diversidad sexo-genérica, resaltando además la libre expresión emocional como parte de un autocuidado que es tanto mental como físico. Algunas de las principales conclusiones sugieren que, a pesar de las resistencias a la estructura patriarcal que es posible observar en los espacios digitales estudiados, otras investigaciones revelan que sigue habiendo una gran cantidad de manifestaciones que manifiestan posiciones asimétricas de poder entre distintas identidades sexo-genéricas.

Palabras clave

Identidad, masculinidades, medios sociodigitales.

Cómo citar este artículo: Pérez-Salazar, G. (2024). Expresiones en torno a masculinidades positivas en perfiles mexicanos en facebook y tiktok. Una aproximación desde el análisis de contenido. *Masculinities & Social Change*, 13(1) pp. 42-62
<http://dx.doi.org/10.17583/mcs.12004>

Correspondencia Autor: Gabriel Pérez-Salazar

Dirección de contacto: gabriel.perez.salazar@uadec.edu.mx

Las redes sociodigitales dan lugar a espacios de expresión sobre todo tipo de asuntos y fenómenos sociales. En ellas se da cuenta de nuestra identidad, desde rasgos que son tanto individuales como colectivos, en todas las dimensiones que nos constituyen. Todas las interacciones que establecemos en los entornos en los que nos desenvolvemos, físicos y digitales, parten de ello. Entre la multiplicidad de aspectos que dan lugar a la expresión de nuestro ser (etnia, grupo de edad, religión, nacionalidad, etc.), destaca el género (Nagoshi y Nagoshi, 2013). El ser identificados como mujeres u hombres incide de forma muy importante tanto en nuestras autoconcepciones, como en los roles que nos son socialmente asignados y en las manifestaciones que hacemos en torno a ellos.

El objetivo central de este trabajo es identificar la manera en que tienen lugar expresiones en torno a las masculinidades en una selección de cuentas que desde México publican contenidos en español, tanto en Facebook como en TikTok, alrededor de propuestas que se oponen su concepción tradicional hegemónica. Con base en un análisis de contenido, revisamos tanto los planteamientos de quienes administran dichas cuentas, como una muestra de las respuestas recibidas de parte de las personas usuarias que les siguen; así como la correspondencia entre estos dos elementos.

Nuestra aproximación parte del cruce entre identidad y la expresión de masculinidades en los espacios virtuales. Una revisión del estado de la cuestión revela que algunos trabajos iniciales de corte exploratorio planteaban ya desde inicios de la segunda década del presente siglo, el uso de redes sociodigitales en contextos de interacción mediada por computadora, en función de la expresión de masculinidades y las relaciones de género (Light, 2013; Bamman, Eisenstein y Schnoebelen, 2014). En estas primeras aproximaciones, se destaca el papel que jugaban redes como MySpace, Hi-5 y posteriormente Facebook, como espacios de entonces reciente aparición, que constituyeron una nueva alternativa a la blogósfera y otros entornos de Internet para la representación de la masculinidad y la propuesta de formas de relación distintas a los esquemas heteropatriarcales hegemónicos.

Trabajos posteriores en esta misma intersección destacan la salud como un asunto frecuentemente abordado, en especial, alrededor de su dimensión mental (Brooks, 2001; Gough y Novikova, 2020), en aspectos específicos como el auto cuidado (Robertson, 2007), la expresión de las emociones (Underwood y Olson, 2019) y la prevención del suicidio en varones (Parent, Gobble y Rochlen, 2019).

Otros trabajos que han estudiado la manifestación de la masculinidad como dimensión identitaria, han sido abordados alrededor de movimientos sociales en línea (Cook y Hasmath, 2014), particularmente en torno a las llamadas masculinidades tóxicas (Orton y de Andrade, 2020), así como en la construcción de paternidades participativas (Scheibling, 2020).

Una línea importante en el cruce entre identidad, masculinidades y redes sociales ha sido orientada al estudio en jóvenes. Dentro de este grupo de referencias, destacan dos grandes abordajes: los que se refieren a los procesos generales de construcción y manifestación de esta dimensión en línea (De Ridder y Van Bauwel, 2013; Dinsmore, 2014): y en segundo lugar, aquellos que se enfocan en la relación de estas variables con la violencia (Patton et al., 2013; Stuart, 2020). En este conjunto de trabajos, se hace alusión a diversas manifestaciones de la masculinidad hegemónica, a partir de la representación de comportamientos frecuentemente asociados a la sexualidad activa, el consumo de alcohol y la participación en actos violentos.

En Iberoamérica, más allá de los trabajos iniciales realizados en la década de 1980 sobre el machismo como un rasgo característico regional (Fuller, 2018), en estudios llevados a cabo sobre la expresión de masculinidades en redes sociodigitales durante el último quinquenio, por un lado destacan cuestiones como la deconstrucción del machismo (Mardones, 2019), el cuidado de la salud (Kokab et al., 2020), así como la crítica a los modelos hegemónicos de masculinidad (Vanegas, 2020). Por el otro, se encuentran trabajos que revisan aspectos como la prevalencia de la misoginia (Pedraza, 2019; Plaza-Del-Arco et al., 2020), y el rechazo a lo femenino (Gómez, 2019). En los espacios físicos, esta última línea es revisada a partir del machismo como una categoría que es empleada en trabajos como los de Guerrero, Armstrong, González, Bratz y Sandoval (2020) en Costa Rica y Álvarez (2022) en México.

Con base en esta revisión, planteamos la relevancia del presente trabajo a partir de la comprensión de la forma en que las expresiones sobre las masculinidades están teniendo lugar en las plataformas sociodigitales, en un contexto cultural donde, a pesar de recientes cambios (Walters y Valenzuela, 2020), sigue prevaleciendo su manifestación hegemónica (Messerschmidt, 2019). Los casos que hemos estudiado implican concepciones sobre las masculinidades que se oponen a este tipo de planteamientos, por lo que su estudio brinda una mayor comprensión de las transformaciones que están ocurriendo en México en la concepción y en la manifestación identitaria de lo varonil en lo virtual.

Identidades Masculinas

En términos generales, la masculinidad es definida como el conjunto de características, rasgos o comportamientos tradicionalmente considerados apropiadas para los hombres (Hearn, 2007). Se trata de una serie de concepciones que han sido socialmente construidas, y que han dado lugar a muy diversas aproximaciones conceptuales sobre lo que se asocia con el ser varón, a partir de distintas variables, entre las que destacan grupos étnicos, rangos de edad, nivel educativo, antecedentes económicos y condición laboral (Hernández, 2013).

Lejos de cualquier concepción biologicista, nuestro acercamiento se ubica en el ámbito del género y la identidad sexual como fenómenos socioculturales. Para Connell (1996), el género es una configuración de prácticas en torno a las diferencias que se atribuyen a hombres y mujeres. Se trata de un constructo social que tiene que ver con rasgos culturales que varían en función de lugares y épocas específicos (Malt-Douglas, 2007), que implica la adhesión a una serie de reglas, valores y conductas (Segal, 2004) y cuyo ejercicio da lugar a un conjunto de desigualdades estructurales hacia grupos no hegemónicos (McGeeney y Harvey, 2015)

La identidad sexual resulta de la combinación específica de sexo, género y orientación sexual de una persona y presenta dos dimensiones: la personal y la social. La primera, tiene que ver con la forma particular en que una persona se considera a sí misma, mientras que la segunda se relaciona con las percepciones ajenas y los patrones de comportamiento que son colectivamente asignados y esperados en relación con algún género en específico, y que suelen expresarse en un conjunto de roles. La manifestación de las identidades asociadas a las masculinidades, no se encuentra únicamente en quienes se consideran a sí mismos como hombres. La dimensión socio-relacional de la identidad (que es contrastada en las valoraciones

que son llevadas a cabo desde la otredad), conduce a las proyecciones que sobre lo masculino se hacen desde formas de ser ubicadas en torno a las feminidades y otras identidades no masculinas (Pérez-Salazar, 2021).

Como Connell (1995) plantea, las masculinidades han sido objeto de estudio desde la Psicología desde inicios del S. XX, a partir de los trabajos de Freud, Jung, Erikson y Adler. Desde esta autora, los abordajes contemporáneos se desprenden de la teoría crítica del feminismo y se centran en la organización patriarcal de la cultura transmitida generacionalmente. Se trata de un campo de estudio en el que, además de las relaciones de género entre hombres y mujeres, también se contemplan las que tienen lugar entre hombres con posiciones desiguales de poder, derivadas de aspectos tanto económicos, como físicos, de edad, etnia y orientación sexual (entre otros).

Uno de los planteamientos centrales de Connell (1983) tiene que ver con la noción de la masculinidad hegemónica. En esencia, se refiere tanto a una posición en el sistema de relaciones de género, como al sistema mismo, y a la ideología que es utilizada para reproducir las diversas formas de dominación masculina, que suele manifestarse a través de acciones que incluyen la violencia, misoginia y homofobia.

En este sentido, Connell (1987), destaca el papel que tienen los medios de comunicación, como parte de los dispositivos sociales que son empleados para el establecimiento y consolidación, tanto de la masculinidad hegemónica, como lo que llama feminidad enfatizada, que es la interiorización de esta forma de relación asimétrica en algunas mujeres. Este es un concepto que Trebisacce (2017) define como mujeres alienadas.

A pesar de la relevancia de esa idea, trabajos más recientes han señalado que las relaciones de poder planteadas por Connell pueden adquirir formas mucho más fragmentadas e impredecibles, dando lugar, por ejemplo a hombres que se ubican en zonas de resistencia ante el modelo hegemónico (Haywood y Mac an Ghail, 2012).

Tales posicionamientos han sido objeto de estudio a partir de propuestas como la masculinidad inclusiva de Anderson (2009), la masculinidad positiva de Boscán (2008) y Kiselica y Englar-Carlson (2010), la post-masculinidad de Haywood y Mac an Ghail (2012); las nuevas masculinidades (Carabí, 2000; García, 2015; Fuller, 2018) y las masculinidades no hegemónicas (Smith, 2015; Messerschmidt, 2019; Strier y Perez-Vaisvidovsky, 2021). En síntesis, se trata de posturas que proponen formas de relación alternativas a la reproducción patriarcal, violenta, misógina y homofóbica que ha caracterizado a la masculinidad hegemónica.

Con base en estos planteamientos, en este trabajo entenderemos a las identidades masculinas como todas las formas en que, de manera situada e independientemente de su orientación sexual, un varón se asuma a sí mismo como tal y lo manifieste en sus interacciones; dando con ello lugar a una representación social de sí mismo como hombre, en los espacios físicos y virtuales donde tenga presencia.

Método

Con el propósito de identificar la manera en que tienen lugar expresiones en torno a las masculinidades en una selección de perfiles mexicanos que publican contenidos en español, tanto en Facebook como en TikTok, alrededor de planteamientos que se oponen sus concepciones hegemónicas, se aplicó una aproximación metodológica cuantitativa basada en el análisis de contenido (Krippendorff, 1997). Estas son las dos plataformas sociodigitales con mayor número de personas usuarias a nivel global, según Statista (2022).

En síntesis, el modelo planteado por este autor contempla el establecimiento de unidades de observación, registro y contexto, a partir de una observación preliminar del corpus. El proceso de registro implica el etiquetado sistemático de cada una de las unidades de observación, en relación con las unidades de registro (que están relacionadas con una categoría central, a partir del planteamiento teórico). Este proceso permite la construcción de inferencias sustentadas en las frecuencias de aparición de las unidades de registro.

En este trabajo, las unidades de contexto están dadas por las dos plataformas sociodigitales seleccionadas (Facebook y TikTok). Las unidades de observación son las cuentas: De Machos a Hombres (DMAH) y Voices of Brotherhood (VOB). Los detalles de estas cuentas se muestran en la Tabla 1. Estas cuentas fueron seleccionadas a partir de los siguientes criterios:

- Hacer publicaciones en español y desde algún lugar dentro de la República Mexicana.
- Ser cuentas con publicaciones regulares y de carácter público.
- No ser cuentas personales.
- Tener actividad tanto en Facebook como en TikTok.
- Hacer planteamientos contrarios a las nociones de masculinidad hegemónica.

Tabla 1

Cuentas observadas

Perfil	Lugar de emisión	de	URL en Facebook	URL en TikTok
De Machos a Hombres	Ciudad de México	de	https://www.facebook.com/machosaHOMBRES	https://www.tiktok.com/@de machosahombres
Voices of Brotherhood	Mexicali, Baja California	de	https://www.facebook.com/voicesofbrotherhood/	https://www.tiktok.com/@voicesofbrotherhood

Fuente. Elaboración propia.

El periodo de observación tuvo lugar del 1 al 30 de junio de 2022. El corpus de análisis estuvo dado por dos conjuntos: 1) el 100% de las publicaciones hechas desde las cuentas de Facebook y TikTok de DMAH y VOB durante este periodo (Tabla 2) y 2) una muestra no probabilística de comentarios hechos en respuesta a una parte de esas publicaciones (Tabla 3). Dadas las características encontradas en las definiciones de masculinidades, se consideró que durante este mes podrían ser observadas expresiones relevantes derivadas del Mes de la Diversidad a nivel internacional, así como de la celebración del Día del Padre en la mayor parte

de América Latina. Esta ubicación temporal implica la posibilidad de un sesgo temático que debe ser tomado en cuenta.

Tabla 2*Corpus de análisis (publicaciones)*

	De Machos a Hombres		Voices of Brotherhood		Total:
	Facebook	TikTok	Facebook	TikTok	
Número de publicaciones	50	13	47	4	114

Fuente. Elaboración propia.

El análisis de los comentarios fue realizado a partir de una muestra no probabilística integrada la siguiente manera: a) se hizo un listado de todas las publicaciones mostradas en la Tabla 2, b) dichas publicaciones fueron ordenadas de acuerdo con el número de comentarios, de mayor a menor, c) se seleccionaron las publicaciones ubicadas en las tres primeras posiciones y d) se tomó el 100% de los comentarios de estos tres primeros lugares, por cada cuenta, en cada plataforma. Esta selección permite centrar la atención del estudio precisamente donde es más probable la ocurrencia del fenómeno que está siendo estudiado, es decir, la manifestación de expresiones en torno a las masculinidades.

La Tabla 3 muestra el resultado final de este proceso de selección, donde la primera columna indica el código asignado a cada publicación durante el proceso de análisis, la segunda, el asunto tratado y la tercera, el número de comentarios registrados. En todos los casos, la descarga automatizada de comentarios se hizo a través de la plataforma Export Comments.

Tabla 3*Corpus de análisis (comentarios)*

De Machos a Hombres		
Facebook	Asunto	Comentarios
DMAH-FB-10	Violencia doméstica perpetrada por hombres	56
DMAH-FB-28	Paternidad responsable y abierta	7
DMAH-FB-07	Machismo y su impacto medioambiental	5
Total:		68
TikTok	Asunto	Comentarios
DMAH-TT-01	Presión social sobre hipersexualidad en varones	27
DMAH-TT-07	Ejercicio de una paternidad participativa	8
DMAH-TT-04	Apoyo a la comunidad LGBTQ+	7
Total:		42
Voices of Brotherhood		
Facebook	Asunto	Comentarios
VOB-FB-13	Rodearse de personas que nos cuestionen	370
VOB-FB-43	Represión emocional y consumo de alcohol	265
VOB-FB-09	Adicción a la pornografía	106
Total:		741
TikTok	Asunto	Comentarios
VOB-TT-03	Superación de traumas generacionales	686

De Machos a Hombres		
VOB-TT-02	Violencia en pareja a partir del caso Depp vs Heard	11
VOB-TT-04	Expresiones de emociones y vulnerabilidad	6
Total:		703
Total de comentarios analizados:		1,554

Fuente. Elaboración propia.

Por otro lado, las unidades de registro consistieron en indicadores relativos a rasgos de masculinidad, tanto hegemónica como positiva. Los indicadores de masculinidad hegemónica fueron extraídos a partir de la sistematización y recodificación de las escalas de segunda generación identificadas por Briseño (2011): Multicultural Masculinity Ideology Scale (Doss y Hopkins, 1998), Male Attitude Norms Inventory (Luyt, 2005), Adolescent Masculinity Ideology in Relationships Scale (Chu et al., 2005), Machismo Measure (Arciniega et al., 2008), Macho Scale (Anderson, 2012), Russian Male Norms Inventory (Janey et al 2013), Measure of Men's Perceived Inexpressiveness Norms (Wong et al., 2013). Estos indicadores fueron agrupados de acuerdo con los mandatos de masculinidad propuestos por Lagarde (2005), como se muestra en la Tabla 4.

Tabla 4

Indicadores de masculinidad hegemónica

Hombría tradicional	Hombría y virilidad
Consumo de alcohol, tabaco o drogas ilegales	Iniciativa en el establecimiento de relaciones sexuales
Caballerosidad	Tener múltiples parejas sexuales
Competitividad	Tener relaciones sexuales frecuentemente
Afición / práctica deportiva	Demostrar potencia / destreza sexual
Represión de expresiones emocionales	Capacidad de engendrar descendencia
Fortaleza física o emocional	Tener una pareja sexualmente atractiva
Protector	Hombre como proveedor
Homofobia	Éxito económico / laboral
Misoginia	Soporte familiar / proveedor materia
Liderazgo	Prevalencia de la vida laboral sobre lo familiar / doméstico
Prevalencia del raciocinio / intelectualidad	
Temeridad / valentía / coraje / arrojo	
Violencia	

Fuente. Elaboración propia.

El segundo conjunto de indicadores (relativo a las masculinidades positivas), fue elaborado sobre esta base y a partir de una observación preliminar de las cuentas seleccionadas. El criterio empleado para el establecimiento de indicadores estuvo dado por todas aquellas prácticas contrarias a la masculinidad hegemónica. El resultado es el siguiente: 1) Libre expresión emocional; 2) Autocuidado físico y mental; 3) Sexualidad sana / respetuosa / nutritiva; 4) Trabajo doméstico, 5) Relaciones de pareja respetuosas / amorosas / nutritivas; 6) Paternidad participativa; 7) Respeto a la diversidad sexo-genérica; 8) Solidaridad con mujeres / feminismo.

Con base en estos dos grupos de indicadores, se hizo un análisis no automatizado (es decir, hecho manualmente por el autor de este trabajo) de las 114 publicaciones mostradas en la Tabla 2 y de los 1,554 comentarios de la Tabla 3.

Resultados

A partir de la estrategia metodológica presentada en el apartado anterior, se identificó la frecuencia con la que aparecen rasgos de masculinidad positiva y hegemónica en las dos cuentas observadas. Este análisis fue hecho en las publicaciones realizadas desde los perfiles seleccionados, así como en la ya descrita muestra no probabilística de comentarios. Es importante destacar que, salvo en las excepciones que serán señaladas más adelante, los indicadores sobre masculinidad hegemónica encontrados corresponden a expresiones de crítica sobre estos aspectos específicos de ejercicio de poder, que tradicionalmente ocurren desde las construcciones sociales sobre el ser hombre.

En la Tabla 5 se muestra el condensado de las frecuencias con que aparecen las cuatro categorías generales observadas. Como era de esperar, en el caso de las publicaciones, destacan contenidos que tienen que ver con la masculinidad positiva, tendencia que aunque es reconocible también en los comentarios, en estos últimos sobresalen también críticas a la hombría hegemónica, especialmente en Facebook.

Tabla 5

Publicaciones y respuestas, por categorías

Categorías de masculinidad	Publicaciones				Respuestas / Comentarios			
	de Machos a Hombres	de Machos a Hombres	de Machos a Hombres	de Machos a Hombres				
	Facebook	TikTok	Facebook	TikTok	Facebook	TikTok	Facebook	TikTok
Críticas a hombre como proveedor	5	1	2	0	0	0	0	0
Críticas a hombría y virilidad	10	4	5	0	1	13	0	0
Críticas a hombría tradicional	31	6	9	3	26	3	49	7
Masculinidad positiva	54	17	54	7	4	4	23	119
TOTAL	100	28	70	10	31	20	72	126

Fuente. Elaboración propia.

El detalle por indicadores se presenta enseguida en las Tablas 6, 7 y 8. En la primera, es posible resaltar que los primeros lugares están ocupados por expresiones que tienen que ver con la fortaleza física y emocional, aunque muy de cerca le siguen señalamientos a la violencia y la homofobia.

Tabla 6*Indicadores de hombría tradicional*

Hombría tradicional	Número de publicaciones				Número de respuestas / comentarios			
	De Machos a Hombres		Voices of Brotherhood		De Machos a Hombres		Voices of Brotherhood	
	Faceb ook	TikT ok	Faceb ook	TikT ok	Faceb ook	TikT ok	Faceb ook	TikT ok
Fortaleza física o emocional	6	1	3	0	2	0	3	0
Violencia	6	0	2	2	9	0	3	0
Homofobia	5	0	0	0	1	3	0	1
Misoginia	4	3	0	0	9	0	3	2
Liderazgo	3	1	0	0	1	0	0	0
Represión de expresiones emocionales	2	1	3	1	2	0	10	4
Temeridad / valentía / coraje / arrojo	2	0	0	0	0	0	0	0
Consumo de alcohol, tabaco o drogas ilegales	1	0	1	0	0	0	29	0
Caballerosidad	1	0	0	0	0	0	0	0
Protector	1	0	0	0	0	0	1	0
Competitividad	0	0	0	0	1	0	0	0
Prevalencia del raciocinio / intelectualidad	0	0	0	0	1	0	0	0
TOTAL	31	6	9	3	26	3	49	7

Fuente. Elaboración propia.

En relación con los indicadores de virilidad (Tabla 7), se destacan tanto críticas a la demostración de la potencia sexual, como a la presión por tener relaciones sexuales con frecuencia.

Tabla 7*Indicadores de virilidad*

Virilidad	Publicaciones				Respuestas / Comentarios			
	De Machos a Hombres		Voices of Brotherhood		De Machos a Hombres		Voices of Brotherhood	
	Faceb ook	Tik Tok	Faceb ook	Tik Tok	Faceb ook	Tik Tok	Faceb ook	Tik Tok
Demostrar potencia / destreza sexual	4	1	2	0	1	0	0	0
Iniciativa en el establecimiento de relaciones sexuales	3	1	1	0	0	0	0	0

	Publicaciones				Respuestas / Comentarios					
Tener relaciones sexuales frecuentemente	2	1	1	0	0	13	0	0		
Tener múltiples parejas sexuales	1	1	1	0	0	0	0	0		
TOTAL	10	4	5	0	1	13	0	0		

Fuente. Elaboración propia.

Aunque con una frecuencia menor que en los indicadores anteriores, los señalamientos al mandato de proveeduría (Tabla 8) también estuvieron presentes, destacando lo relativo al soporte de la familia.

Tabla 8

Indicadores de hombre como proveedor

Hombre como proveedor	Publicaciones				Respuestas / Comentarios				
	De Machos a Hombres		Voices of Brotherhood		De Machos a Hombres		Voices of Brotherhood		
	Faceb ook	TikT ok	Faceb ook	TikT ok	Faceb ook	TikT ok	Faceb ook	TikT ok	
Soporte familiar / proveedor material	5	0	0	0	0	0	0	0	0
Éxito económico / laboral	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Prevalencia de la vida laboral sobre lo familiar / doméstico	0	0	2	0	0	0	0	0	0
TOTAL:	5	1	2	0	0	0	0	0	0

Fuente. Elaboración propia.

Es importante señalar que en la categoría de hombría tradicional no se observó ninguna expresión que hiciera referencia al indicador relacionado con la afición o práctica deportiva. En la categoría de virilidad, no se observaron ocurrencias de:

- Capacidad de engendrar descendencia
- Tener una pareja sexualmente atractiva

Consideramos relevante destacar que, más allá de los indicadores ya descritos, en torno a la publicación codificada como VOB-TT-03 (esta publicación en TikTok hablaba sobre la necesidad de superar traumas generacionales.), fue notable el hallazgo de que, de los 686 comentarios ahí analizados, 101 (14.7%) manifestaban la decisión de no tener descendencia. Es importante señalar que este hallazgo manifiesta una valoración contraria al indicador derivado de las escalas de masculinidad que fueron recodificadas. En otras palabras, en este caso, no solo las personas usuarias no expresan que la capacidad de tener hijos sea un aspecto asociado a la masculinidad, sino que asumen una postura que además de contraria, es aún más radical, manifestando el deseo de anular esta posibilidad para sí mismas.

Lo relativo a los indicadores que tienen que ver con la masculinidad positiva se presenta en la Tabla 9. Es importante destacar que, en el caso de Voices of Brotherhood, en torno al primer

indicador (paternidad participativa), aunque no haya habido publicaciones al respecto, las personas usuarias sí hicieron manifestaciones en este sentido, tanto de forma espontánea, así como a partir de las conversaciones entre ellas. No siempre se observó una relación directa y unívoca entre el planteamiento hecho desde las páginas analizadas y los comentarios que se les hacían.

Tabla 9

Indicadores de masculinidad positiva

Masculinidad positiva	Publicaciones				Respuestas / Comentarios			
	De Machos a Hombres		Voices of Brotherhood		De Machos a Hombres		Voices of Brotherhood	
	Faceb ook	Tik Tok	Faceb ook	Tik Tok	Faceb ook	Tik Tok	Faceb ook	Tik Tok
Paternidad participativa	12	4	8	0	3	6	6	36
Relaciones de pareja respetuosas / amorosas / nutritivas	7	0	5	1	1	0	1	0
Respeto a la diversidad sexo-genérica	7	5	0	1	0	0	0	0
Libre expresión emocional	6	1	5	1	0	0	13	2
Trabajo doméstico	6	1	0	0	0	0	0	0
Autocuidado físico y mental	4	3	27	4	0	0	3	79
Sexualidad sana / respetuosa / nutritiva	4	2	2	0	0	0	0	2
Solidaridad con mujeres / feminismo	1	0	0	0	0	0	0	0
Otros temas	7	1	7	0	0	0	0	0
TOTAL	54	17	54	7	4	6	23	119

Fuente. Elaboración propia.

En las publicaciones hechas desde las cuentas observadas, destacan los siguientes aspectos de la masculinidad positiva: En DMAH, sobre paternidad participativa y en VOB, en relación con autocuidado físico y mental. En ambos casos, hay una correspondencia entre esta propuesta temática y los comentarios recibidos. Para precisar aún más dicha relación, se realizó un análisis de correlación de Pearson que, como se puede ver, es particularmente alta cuando se habla de las críticas a la virilidad y de encuadres relativos a la masculinidad positiva (Tabla 10). Este hallazgo nos permitió ampliar los objetivos que habían sido inicialmente establecidos para este trabajo.

Tabla 10

Coefficientes de correlación de Pearson (r) entre número de publicaciones y número de comentarios, por tema

De Machos a Hombres	Facebook	TikTok
General (Tabla 4)	0.312	-0.017
Críticas a hombría tradicional (Tabla 5)	0.594	-0.174
Críticas a hombría y virilidad (Tabla 6)	0.775	--
Críticas a hombre como proveedor (Tabla 7)	--	--
Masculinidad positiva (Tabla 9)	0.781	0.449
Voices of Brotherhood		
General (Tabla 4)	0.247	0.927
Críticas a hombría tradicional (Tabla 5)	0.333	0.265
Críticas a hombría y virilidad (Tabla 6)	--	--
Críticas a hombre como proveedor (Tabla 7)	--	--
Masculinidad positiva (Tabla 9)	0.204	0.792

Fuente: Elaboración propia.

En general, en la inmensa mayoría de los comentarios, su sentido era similar al de las publicaciones correspondientes. De los 1,554 comentarios analizados, sólo se encontraron 10 que se posicionaban desde algún aspecto de la masculinidad hegemónica (0.006%). Consideramos que esta baja ocurrencia puede deberse a varios factores que escapan a nuestro diseño metodológico, entre los que destacan: 1) una coincidencia orgánica entre las publicaciones y sus seguidores, 2) acciones de eliminado de comentarios no coincidentes con el sentido de los perfiles observados 3) la expresión del efecto conocido como cámaras de eco (Grandinetti, 2021), que es una consecuencia de los algoritmos de inteligencia artificial presentes en las plataformas sociodigitales, que tienden a privilegiar contenidos que corresponden con los valores y creencias de las personas usuarias. En todo caso, el detalle de estos pocos comentarios se presenta en la Tabla 11:

Tabla 11

Expresiones de masculinidad hegemónica, por temas

Indicadores observados	f	%
Misoginia	5	50%
Tener relaciones sexuales frecuentemente	2	20%
Represión de expresiones emocionales	1	10%
Homofobia	1	10%
Hombre como protector	1	10%
Total:	10	100%

Fuente. Elaboración propia.

Discusión y Conclusiones

Como fue planteado en la revisión de los antecedentes, la intersección de las masculinidades y su expresión en los espacios virtuales ha sido un objeto de estudio abordado desde hace más de una década. En concordancia con Connell (1987), resulta relevante la observación de los medios (a los que actualmente se suman los sociodigitales) en la medida que se trata de dispositivos a través de los cuales se proponen y representan socialmente las formas en que se entiende lo masculino, contribuyendo con ello a la construcción de posicionamientos identitarios en este sentido.

En términos del estado de la cuestión, los resultados obtenidos en el seguimiento de los dos perfiles seleccionados nos permiten identificar una concordancia temática en relación con los trabajos de Gough y Novikova (2020) en torno al autocuidado físico y mental, Underwood y Olson (2019) alrededor de la libre expresión emocional y Scheibling (2020) sobre paternidad participativa. Dado el periodo de observación establecido, es importante señalar la posibilidad de que la celebración del Día del Padre en México (*tercer domingo de junio, que en el periodo de observación, correspondió al día 17 de junio de 2022*), pudiera haber incidido en relación con este último aspecto, que, por otro lado, era parte de lo esperado. En los indicadores relativos al apoyo a la diversidad sexo-genérica, la celebración del Día Internacional del Orgullo LGBTQ+ el 28 de junio de 2022 también puede haber influido en su posicionamiento en segundo lugar de frecuencia (Tabla 9), tanto en las publicaciones como en los comentarios, particularmente desde el perfil de DMAH.

Durante el levantamiento de datos surgió una inquietud sobre la correspondencia entre los planteamientos hechos desde DMAH y VOB y los comentarios registrados. Desde una perspectiva estrictamente cuantitativa esto se muestra en la Tabla 10, donde se puede apreciar que en los grupos de indicadores donde sí es posible calcular su correlación, esta tiende a ser más bien media ($r < \pm 0.5$) o débil ($r < \pm 0.25$), con excepción de las críticas a la hombría y virilidad en DMAH en Facebook ($r = 0.775$), y, como era esperado por el tipo de perfiles observados, en torno a expresiones de masculinidad positiva ($r = 0.781$ en DMAH en Facebook y $r = 0.792$ en VOB en TikTok). El máximo valor de correlación ($r = 0.927$) se presentó a nivel general en VOB en TikTok. En otras palabras, esto significa que el número de publicaciones sobre hombría y virilidad en DMAH tendía a observar una mayor cantidad de comentarios en este sentido en Facebook; de manera similar a como fue encontrado en torno a manifestaciones sobre formas positivas de la masculinidad, tanto en DMAH en esta misma plataforma, como en VOB en TikTok.

Lo anterior sugiere una resonancia importante entre los contenidos publicados y los comentarios registrados en la muestra, en ambas cuentas, especialmente en torno al replanteamiento de las formas en que se ejerce la masculinidad. Como ya había sido encontrado en los antecedentes (Mardones, 2019; Vanegas, 2020), hay algunos espacios en línea que pueden representar una oportunidad para la propuesta de formas no tradicionales de ser hombre. Así, podemos decir que los perfiles de DMAH y VOB, tanto en Facebook como en TikTok pueden ser ubicados dentro de las zonas de resistencia ante el modelo hegemónico previamente descritas por Haywood y Mac an Ghail, (2012) y García (2015).

Con base en los datos mostrados en la Tabla 9, este encuadre es especialmente notable en torno a reflexiones sobre la paternidad participativa, el establecimiento de relaciones de pareja respetuosas y nutritivas, el respeto a la diversidad sexo-genérica y la importancia de la libre expresión emocional, asociado a un equilibrio mental saludable. Aunque con menor valor en su frecuencia, también es posible mencionar la importancia de la participación en el trabajo doméstico, en particular desde la cuenta DMAH (donde fue posible observar la publicación de consejos prácticos en este sentido, en los que además se recomendaba para la limpieza el uso de productos con bajo impacto ambiental como el vinagre, el bicarbonato y la sal). Autores como Paulson y Boose (2019) han planteado una relación entre los modelos tradicionales de masculinidad y su impacto en el medio ambiente, es por ello que destacamos estas expresiones en particular. Por otro lado, el indicador con menor frecuencia durante el periodo de observación correspondió a expresiones de solidaridad con mujeres y/o el movimiento feminista.

En relación con manifestaciones que corresponden con la masculinidad hegemónica de Connell (1983), como lo señalan Patton, Eschmann y Butler (2013); Pedraza (2019), Stuart (2020), Plaza-Del-Arco, Molina-González, Ureña-López y Martín-Valdivia (2020) y Orton y de Andrade (2020), hay otros entornos en los que siguen prevaleciendo prácticas de misoginia, homofobia e intolerancia a la diversidad sexo-genérica. Más allá de estas pocas incidencias mostradas en la Tabla 11, durante el proceso de selección de los sitios que fueron observados, pudimos identificar (particularmente en TikTok), una gran número de sitios que, bajo la etiqueta de masculinidades, sus contenidos estaban orientados a consejos sobre cómo seducir mujeres y preservar relaciones asimétricas de género. Internet está lejos de ser un espacio homogéneo, antes bien, ahí se tiende a reproducir la diversidad de posturas en torno a las relaciones entre diferentes identidades sexo-genéricas, desde las más reaccionarias hasta las más progresistas.

Desde una perspectiva conceptual consideramos relevante reconocer las varias maneras en que se denomina a las maneras de ejercer la masculinidad que se oponen a su forma hegemónica. Como fue descrito en el apartado conceptual, esta noción alternativa ha sido descrita a partir de términos como la masculinidad inclusiva de Anderson (2009), la masculinidad positiva de Kiselica y Englar-Carlson (2010), la post-masculinidad de Haywood y Mac an Ghail (2012); nuevas masculinidades (Carabí, 2000; García, 2015; Fuller, 2018) y masculinidades no hegemónicas (Smith, 2015; Messerschmidt, 2019; Strier y Perez-Vaisvidovsky, 2021); entre otras fuentes. Si bien estas propuestas no son idénticas entre sí y hacen énfasis en aspectos diferenciados, comparten en su sentido general todas aquellas prácticas que busquen el establecimiento de relaciones sexo-genéricas desde posiciones de poder mucho menos asimétricas, rompiendo esquemas de dominación de lo masculino. Claramente, escapa a los propósitos del presente trabajo una propuesta de conciliación en este sentido. Futuras reflexiones teóricas podrían abordar esta dispersión semántica, con el fin de contribuir a la discusión sobre las masculinidades, por ejemplo, comparando no solo las diferencias y semejanzas entre estos planteamientos, sino rastreando también sus fundamentos epistémicos.

Como fue establecido en el apartado conceptual, la masculinidad está temporal y culturalmente determinada a contextos espaciotemporales específicos. Los indicadores empleados en su abordaje deben estar permanentemente abiertos a los cambios culturales que

estén teniendo lugar en la sociedad, incluso en lugares donde la masculinidad hegemónica pueda ser percibida como aparentemente inamovible. Como Connell (1995) plantea, no hay una masculinidad, sino que se trata de un constructo sumamente complejo y de ahí su enunciación en plural cuando se habla de las formas en que se manifiesta en la sociedad.

Como describimos en el apartado metodológico, los indicadores que empleamos fueron el resultado de una recodificación de los índices ahí señalados. Se trata de propuestas hechas entre 1998 y 2015 que, además de que pueden haber dejado de ser del todo representativas por el paso del tiempo, la mayor parte han sido planteadas desde contextos distintos al latinoamericano. La escala más cercana en términos culturales que trabajamos fue la Escala de Machismo -Macho Scale- (Anderson, 2012), que fue propuesta con base en migrantes cubanos y de otras regiones de América Latina, en el sur de los Estados Unidos. Hasta donde nos fue posible buscar, no encontramos ninguna escala para la medición de rasgos de masculinidad para México. Este es un pendiente metodológico que podría ser abordado en futuros trabajos.

En todo caso, la no ocurrencia de los indicadores mencionados en la sección de resultados (que tienen que ver tanto con la afición como con la práctica deportiva, así como la capacidad de engendrar descendencia o tener una pareja sexualmente atractiva), nos llevan a considerar la posibilidad que pudo haberse tratado de un sesgo de muestreo. Es probable que en otros perfiles y otros conjuntos de comentarios, estos aspectos sí puedan estar presentes. Recordemos que nuestra muestra, tanto de cuentas como de plataformas sociodigitales y comentarios es de tipo no probabilístico. Nuestros resultados no pueden ser de ninguna manera generalizables. Se trata de un estudio de caso. Sin embargo, el hallazgo de investigación referido en torno a las expresiones contrarias a la procreación, nos llevan a considerar cómo factores contextuales, como las tendencias demográficas descendentes, la precarización laboral, y un escenario postpandémico de conflictos e incertidumbre pueden estar incidiendo en la reelaboración de este aspecto de lo masculino. ¿Es posible que la figura tradicional del macho que demostraba su hombría teniendo muchos hijos (con tantas parejas como le era posible), y a los que dedicaba poca o nula atención, empiece a dejar de corresponder con los modelos actuales? Como sugieren Guerrero, Armstrong, González, Bratz y Sandoval (2020) y Álvarez (2022), este quizás sea un planteamiento aún demasiado idealista para la región latinoamericana.

A partir de lo encontrado en los casos estudiados, es importante decir que, dada la estructura rizomática y descentralizada de los flujos discursivos que tienen lugar en las plataformas sociodigitales, su papel es más complejo que el originalmente considerado por Connell (1987) para los medios en general. Es decir, al mismo tiempo que en algunos espacios se refuerzan los esquemas hegemónicos dados por el patriarcado, hay otros en los que el sentido de lo planteado es totalmente lo opuesto. Aunque dentro de la ecología mediática elementos como el cine, la radio, la televisión y la prensa sigan concentrando una parte importante de las narrativas sobre el género y la identidad sexual, una perspectiva sistémica propondría que los medios sociodigitales en un momento dado tendrían la posibilidad de reconfigurar una parte de estos discursos, sobre todo ante el impacto y visibilidad de movimientos sociales articulados alrededor de etiquetas como #MeToo y #NiUnaMás. Al menos en algunas posturas institucionales, los modelos de masculinidad hegemónica parecen empezar a convivir y a enfrentarse abiertamente a propuestas como las observadas en los casos que hemos analizado en este estudio.

Finalmente, y a modo de síntesis de lo que hemos planteado en este último apartado, en relación con nuestro objetivo central, podemos decir que, en la muestra estudiada en línea, las propuestas que se oponen a la concepción hegemónica de la masculinidad giran concretamente en torno a una paternidad participativa, dada en el contexto de relaciones de pareja respetuosas, con tolerancia a la diversidad sexo-genérica, promoviendo la libre expresión emocional como parte de un autocuidado que es tanto mental como físico (e incluso, en equilibrio con el medio ambiente). Estos son los rasgos de identidad que sobre lo masculino se proponen en los perfiles observados y que encuentran una notable resonancia en sus públicos.

Referencias

- Álvarez A. (2022). Marcos y representaciones de la masculinidad en los medios de comunicación en México: dos medios informativos y una telenovela. *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 21(41), 1-24. <https://doi.org/10.22395/angr.v21n41a7>
- Anderson, E. (2009). *Inclusive Masculinity: The Changing Nature of Masculinities*. Routledge.
- Anderson, P. (2012). Measuring masculinity in an Afro-Caribbean context. *Social and Economic Studies*, 61(1), 49-93. <https://www.jstor.org/stable/41803739>
- Arciniega, G. M., Anderson, T. C., Tovar-Blank, Z. G. y Tracey, T. J. (2008). Toward a fuller conception of Machismo: Development of a traditional Machismo and Caballerismo Scale. *Journal of Counseling Psychology*, 55(1), 19. <https://doi.org/10.1037/0022-0167.55.1.19>
- Bamman, D., Eisenstein, J. y Schnoebelen, T. (2014). Gender identity and lexical variation in social media. *Journal of Sociolinguistics*, 18(2), 135-160. <https://doi.org/10.1111/josl.12080>
- Boscán, A. (2008). Las nuevas masculinidades positivas. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 13(41), 93-106. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/utopia/article/view/2811>
- Briseño, M. L. (2011). *La construcción de la sexualidad y el género en estudiantes de la Escuela Normal Bilingüe e Intercultural de Oaxaca (ENBIO)* [Tesis de Doctorado]. Universidad Nacional Autónoma de México. http://132.248.9.195/ptd2012/enero/0676160/0676160_A1.pdf
- Brooks, G. R. (2001). Masculinity and men's mental health. *Journal of American College Health*, 49(6), 285-297. <https://doi.org/10.1080/07448480109596315>
- Carabí, A. (2000). Construyendo nuevas masculinidades: una introducción. En Segarra, M. y Carabí, A. (Eds.) *Nuevas masculinidades*, (pp. 15-28). Icaria Editorial.
- Chu, J. Y., Porche, M. V. y Tolman, D. L. (2005). The adolescent masculinity ideology in relationships scale: Development and validation of a new measure for boys. *Men and Masculinities*, 8(1), 93-115. <https://doi.org/10.1177/1097184X03257453>
- Connell, R.W. (1983). *Which Way Is Up? Essays on Class, Sex and Culture*. Allen & Unwin.
- Connell, R.W. (1987). *Gender and Power. Society, the Person and Sexual Politics*. Polity Press; Blackwell.
- Connell, R.W. (1995). *Masculinities*. Polity Press.
- Connell, R. W. (1996). Politics of changing men. *Arena Journal*, (6), 53-72. <https://search.informit.org/doi/abs/10.3316/ielapa.970302705>
- Cook, J., y Hasmath, R. (2014). The discursive construction and performance of gendered identity on social media. *Current Sociology*, 62(7), 975-993. <https://doi.org/10.1177/00113921145500>
- De Ridder, S. y Van Bauwel, S. (2013). Commenting on pictures: Teens negotiating gender and sexualities on social networking sites. *Sexualities*, 16(5-6), 565-586. <https://biblio.ugent.be/publication/3010058/file/6779026>
- Dinsmore, B. (2014). “Chicks Be Like”: Masculinity, Femininity, and Gendered Double Standards in Youth Peer Cultures on Social Media. *Sociology Honors Papers*. 3. <https://digitalcommons.conncoll.edu/sociologyhp/3>

- Doss, B. D. y Hopkins, J. R. (1998). The multicultural masculinity ideology scale: Validation from three cultural perspectives. *Sex Roles*, 38(9), 719-741. <https://doi.org/10.1023/A:1018816929544>
- Fuller, N. (2018). *Difícil ser hombre: Nuevas masculinidades latinoamericanas*. Fondo Editorial de la PUCP.
- García, L. F. (2015). *Nuevas masculinidades: discursos y prácticas de resistencia al patriarcado* [Tesis de Maestría]. FLACSO Ecuador.
- Gómez, I. (2019). Grindr y la masculinidad hegemónica: aproximación comparativa al rechazo de la femineidad. *Estudios Sociológicos*, 37(109), 39-68. <https://doi.org/10.24201/es.2019v37n109.1644>
- Gough, B. y Novikova, I. (2020). *Mental health, men and culture: how do sociocultural constructions of masculinities relate to men's mental health help-seeking behaviour in the WHO European Region?* World Health Organization.
- Grandinetti, J. (2021). Examining embedded apparatuses of AI in Facebook and TikTok. *AI & Society*, 1-14. <https://doi.org/10.1007/s00146-021-01270-5>
- Guerrero, C. I., Armstrong, L., González, F., Bratz, J. y Sandoval, M. (2020). Paternidad activa y cuidado en la niñez: reflexiones desde las desigualdades de género y la masculinidad. *Enfermería Actual de Costa Rica*, (38), 282-291. <https://doi.org/10.15517/REVENF.V0I38.34163>
- Haywood, C. y Mac an Ghail, M. (2012). 'What's next for masculinity?' Reflexive directions for theory and research on masculinity and education. *Gender and Education*, 24(6), 577-592. <https://doi.org/10.1080/09540253.2012.685701>
- Hearn, J. (2007). Masculinity / Masculinities. En Flood, M., Gardiner, J. K., Pease, B. y Pringle, K. (Eds.) *International Encyclopedia of Men and Masculinities* (pp. 390-394). Routledge.
- Hernández, M. D. L. (2013). *Varones con y sin empleo. La construcción de las masculinidades en Chihuahua* [Tesis de Doctorado]. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.
- Janey, B. A., Kim, T., Jampolskaja, T., Khuda, A., Larionov, A., Maksimenko, A., Sharapov, D y Shipilova, A. (2013). Development of the Russian Male Norms Inventory. *Psychology of Men & Masculinity*, 14(2), 138. <https://doi.org/10.1037/a0028159>
- Kiselica, M. S. y Englar-Carlson, M. (2010). Identifying, affirming, and building upon male strengths: The positive psychology/ positive masculinity model of psychotherapy with boys and men. *Psychotherapy. Theory, Research, Practice, Training*, 47(3), 276-287. <https://doi.org/10.1037/a0021159>
- Kokab, F., Greenfield, S., Lindenmeyer, A., Sidhu, M., Tait, L. y Gill, P. (2020). Social networks, health and identity: exploring culturally embedded masculinity with the Pakistani community, West Midlands, UK. *BMC Public Health*, 20(1), 1-13. <https://doi.org/10.1186/s12889-020-09504-9>
- Krippendorff, K. (1997). *Metodología del análisis de contenido. Teoría y práctica*. Paidós.
- Lagarde, M. (2005). *Los cautiverios de las mujeres. Madresposas, monjas, putas, presas y locas*. UNAM.
- Light, B. (2013). Networked Masculinities and Social Networking Sites: A Call for the Analysis of Men and Contemporary Digital Media. *Masculinidades y Cambio Social*, 2(3), 245-265. <https://doi.org/10.4471/mcs.2013.34>

- Luyt, R. (2005). The male attitude norms inventory-II: A measure of masculinity ideology in South Africa. *Men and Masculinities*, 8(2), 208-229. <https://doi.org/10.1177/1097184X04264631>
- Malti-Douglas, F. (2007). *Encyclopedia of Sex and Gender*. MacMillan.
- Mardones, K. (2019). ¿Deconstrucción o destrucción de los hombres y la masculinidad? Discursos de reordenamientos de género. *Debate Feminista*, 58, 98-122. <https://doi.org/10.22201/cieg.2594066xe.2019.58.05>
- McGeeney, E. y Harvey, L. (2015). Cisgender. Living in the Gender Assigned at Birth. En Richards, C. y Barker, M. G. (Eds.). *The Palgrave Handbook of Psychology of Sexuality and Gender*, (pp. 149-165). Palgrave.
- Messerschmidt, J. W. (2019). Hidden in plain sight: On the omnipresence of hegemonic masculinities. *Masculinities: A Journal of Identity and Culture*, (12), 14-29. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1206082>
- Nagoshi, J. L. y Nagoshi, C. T. (2013). *Gender and sexual identity: Transcending feminist and queer theory*. Springer.
- Orton, N. y de Andrade, L. (2020). Horizontality and gender in contemporary social movements: Narrative practice as a means of resistance. *Narrative Inquiry*, 30(2), 236-270. <https://doi.org/10.1075/ni.19045.ort>
- Parent, M. C., Gobble, T. D. y Rochlen, A. (2019). Social media behavior, toxic masculinity, and depression. *Psychology of Men & Masculinities*, 20(3), 277. <https://doi.org/10.1037/men0000156>
- Patton, D. U., Eschmann, R. D. y Butler, D. A. (2013). Internet banging: New trends in social media, gang violence, masculinity and hip hop. *Computers in Human Behavior*, 29(5), A54-A59. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.12.035>
- Paulson, S. y Boose, M. (2019). Masculinities and environment. *CABI Reviews*, 14(030), 1-12. <https://doi.org/10.1079/PAVSNNR201914030>
- Pedraza, C. (2019). Cibermisoginia en las redes sociodigitales: claves para el análisis desde la masculinidad. *Cuestiones de género: de la igualdad y la diferencia*, 14, 51-66. <http://revistas.unileon.es/index.php/cuestionesdegenero/article/view/5814/4486>
- Pérez-Salazar, G. (2021). *Identidad y virtualidad. Aproximaciones desde la Comunicación*. Tintable.
- Plaza-Del-Arco, F. M., Molina-González, M. D., Ureña-López, L. A. y Martín-Valdivia, M. T. (2020). Detecting misogyny and xenophobia in Spanish tweets using language technologies. *ACM Transactions on Internet Technology (TOIT)*, 20(2), 1-19. <https://doi.org/10.1145/3369869>
- Robertson, S. (2007). *Understanding Men and Health. Masculinities, Identity and Well-being*. Open University Press.
- Scheibling, C. (2020). “Real heroes care”: How dad bloggers are reconstructing fatherhood and masculinities. *Men and Masculinities*, 23(1), 3-19. <https://doi.org/10.1177/1097184X18816506>
- Segal, E. S. (2004). Cultural Constructions of Gender. En Ember, C. R. y Ember, M. (Eds.). *Encyclopedia of Sex and Gender Men and Women in the World's Cultures*, (pp. 3-23). Plenum Publishers.

- Smith, T. (2015). *Phallacies: Constructing a Critical Space and Pedagogy for College Men to Engage Across Non-Hegemonic Masculinities* [Tesis de Doctorado]. University of Massachusetts Amherst. https://scholarworks.umass.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1381&context=dissertations_2
- Statista (2022). El meteórico ascenso de TikTok. <https://es.statista.com/grafico/28454/numero-de-usuarios-activos-de-redes-sociales-seleccionadas-a-nivel-mundial/>
- Strier, R. y Perez-Vaisvidovsky, N. (2021). Intersectionality and fatherhood: theorizing non-hegemonic fatherhoods. *Journal of Family Theory & Review*, 13(3), 334-346. <https://doi.org/10.1111/jftr.12412>
- Stuart, F. (2020). Code of the tweet: Urban gang violence in the social media age. *Social Problems*, 67(2), 191-207. <https://doi.org/10.1093/socpro/spz010>
- Trebisacce, C. (2017). Aporte desde una reflexividad antropológica para una epistemología de la (co) construcción de los testimonios históricos: El caso de las historias del feminismo argentino de la década del setenta. *Cuadernos de Antropología Social*, (46), 7-27. <https://doi.org/10.34096/cas.i46.3563>
- Underwood, M. y Olson, R. (2019). ‘Manly tears exploded from my eyes, lets feel together brahs’: Emotion and masculinity within an online body building community. *Journal of Sociology*, 55(1), 90-107. <https://doi.org/10.1177/1440783318766610>
- Vanegas, J. D. (2020). *Masculinidad y ciberespacio: Un estudio de las nuevas masculinidades* [Tesis de pregrado]. Universidad de Cundinamarca. <https://repositorio.ucundinamarca.edu.co/handle/20.500.12558/3242>
- Walters, A. S. y Valenzuela, I. (2020). More than muscles, money, or machismo: Latino men and the stewardship of masculinity. *Sexuality & Culture*, 24(3), 967-1003. <https://doi.org/10.1007/s12119-019-09674-8>
- Wong, Y. J., Horn, A. J., Gomory, A. M., & Ramos, E. (2013). Measure of Men’s Perceived Inexpressiveness Norms (M2PIN): Scale development and psychometric properties. *Psychology of Men & Masculinity*, 14(3), 288. <https://doi.org/10.1037/a0029244>