

Expresión de identidades masculinas en Facebook y TikTok: El caso de De Machos a Hombres y *Voices of Brotherhood*¹

Expression of masculine identities on Facebook and TikTok: The case of De Machos a Hombres and Voices of Brotherhood

Expressão de identidades masculinas no Facebook e no TikTok: o caso de O caso de De Machos a Hombres e Voices of Brotherhood

DOI: <https://doi.org/10.32870/cys.v2024.8627>

GABRIEL PÉREZ SALAZAR²

<https://orcid.org/0000-0003-0083-4083>

El objetivo central del presente trabajo es identificar, a través de un análisis de contenido, la manera en que se expresan rasgos de identidad masculina en las publicaciones de dos perfiles mexicanos en Facebook y en TikTok. Los principales resultados muestran que en el caso de las masculinidades positivas, esto ocurre principalmente a partir de manifestaciones sobre el autocuidado físico y mental y la paternidad participativa. En las conclusiones destaca que existe una necesidad de proponer nuevas escalas de medición de las masculinidades, que se ajusten a las condiciones culturales cambiantes.

PALABRAS CLAVE: Facebook, identidad, masculinidades, medios sociodigitales, TikTok.

The central objective of this paper is to identify, through a content analysis, the way in which male identity traits are expressed in the publications of two Mexican profiles on Facebook and on TikTok. The main results show that, in the case of positive masculinities, this occurs mainly from statements about physical and mental self-care and participatory paternity. In the conclusions, it stands out that there is a need to propose new measurement scales of masculinities that adjust to changing cultural conditions.

KEYWORDS: Facebook, identity, masculinities, social media, TikTok.

O principal objetivo deste artigo é identificar, por meio de uma análise de conteúdo, a maneira pela qual os traços de identidade masculina são expressos nas publicações de dois perfis mexicanos no Facebook e no TikTok. Os principais resultados mostram que, no caso das masculinidades positivas, isso ocorre principalmente por meio de declarações sobre autocuidado físico e mental e paternidade participativa. As conclusões destacam a necessidade de propor novas escalas para medir masculinidades que sejam ajustadas às condições culturais em constante mudança.

PALAVRAS-CHAVE: Facebook, identidade, masculinidades, mídia sociodigital, TikTok.

Cómo citar:

Pérez Salazar, G. (2024). Expresión de identidades masculinas en Facebook y TikTok: El caso de De Machos a Hombres y Voices of Brotherhood. *Comunicación y Sociedad*, e8627. <https://doi.org/10.32870/cys.v2024.8627>

¹ Este trabajo se deriva del proyecto *Expresiones identitarias de masculinidades en redes sociodigitales*, que es parte de los trabajos del Cuerpo Académico *Cultura e Identidad* (UACOAHC-CA-165).

² Universidad Autónoma de Coahuila, México.

gabriel.perez.salazar@uadec.edu.mx

Fecha de recepción: 03/05/2023. Aceptación: 28/08/2023. Publicación: 20/03/2024.

INTRODUCCIÓN

La identidad se manifiesta a través de una extensa variedad de atributos que abarcan tanto dimensiones de pertenencia colectiva como aspectos de la individualidad. Entre estos elementos, el género se destaca como un factor de alta relevancia en las dinámicas de interacción social (Nagoshi & Nagoshi, 2013). Esta dimensión constituye un plano fundamental a partir de la cual se configuran diversas modalidades de relaciones interpersonales entre individuos, abarcando tanto a hombres como mujeres, así como a personas que se identifican dentro de la diversidad LGBTQ+.

Con base en lo anterior, es relevante reconocer que, como ha sido señalado por el feminismo (Butler, 2011), el género no se manifiesta de forma equitativa en la sociedad. En prácticamente todas las regiones del mundo, se han establecido patrones de dominación que a menudo son ejercidos desde posiciones hegemónicas asociadas a lo masculino.

En este contexto, el entorno mediático (que en la actualidad engloba tanto a los medios tradicionales como a las plataformas sociodigitales), representa un espacio en el cual se promueven y replican diversas construcciones sociales sobre la masculinidad (Connell, 1987), abarcando tanto las concepciones tradicionales de masculinidad como las perspectivas que se contraponen a estas.

Así, el objetivo primordial del presente trabajo consiste en identificar y describir las expresiones relacionadas con las identidades masculinas presentes en una selección de cuentas de Facebook y TikTok que operan desde México y que plantean discursos en oposición a los patrones hegemónicos prevalecientes. Para alcanzar este objetivo, se han elaborado dos preguntas de investigación: ¿Cómo se manifiestan las identidades hegemónicas en las cuentas observadas en Facebook y TikTok, tomando como referencia los mandatos hegemónicos de masculinidad propuestos por Lagarde (2005)? ¿Cuáles son los aspectos particulares de las masculinidades positivas que emergen con mayor frecuencia en la muestra analizada?

MASCULINIDADES

El actual estudio de las masculinidades se desprende de las discusiones originadas en el movimiento de liberación femenina, entre las décadas de 1960 y 1970. En este contexto, Connell (1987) plantea que se trata de un constructo complejo de naturaleza social, asociado a la internalización de los roles de género, y, desde una perspectiva crítica sustentada en Gramsci, desarrolla una teoría sobre la organización patriarcal de la cultura transmitida generacionalmente a partir de su reproducción social.

Existe una gran cantidad de definiciones y tipos de masculinidad que se han planteado desde entonces y que, por cuestiones de espacio, solo nos limitaremos a mencionar, en virtud además de que nuestro trabajo de campo ha sido realizado únicamente alrededor de las masculinidades hegemónicas y positivas. En todo caso, otros planteamientos sobre masculinidad hechos por Connell (1995) incluyen las masculinidades subordinadas, cómplices y marginadas. Desde Flood et al. (2007) se habla de más de veinte formas específicas de ejercer las masculinidades, entre las que es posible mencionar la androginia, *berdaches*,³ *queer*, metrosexuales, travestis, transexuales y transgénero.

Dentro de la dimensión cultural que implica el género, conviene detallar que, para Maltz-Douglas (2007), este se asocia a rasgos culturales que varían en función de épocas y lugares específicos, lo cual sugiere que se trata de un asunto flexible y contextualmente situado, que no es absoluto, ni sus expresiones son universalmente homogéneas. Además de las normas, valores y patrones de conducta que este plano supone (Segal, 2004), también se señala que da lugar a un conjunto de desigualdades estructurales hacia las minorías (McGeeney & Harvey, 2015), aspecto en el que abundaremos enseguida en relación con la noción de la masculinidad hegemónica.

Para Connell (1995), las masculinidades hegemónicas están dadas por una serie de comportamientos que buscan reproducir y establecer relaciones desiguales a partir de lo tradicionalmente considerado como

³ Término original de los grupos nativos americanos que actualmente se usa para referirse a la no conformidad binaria.

varonil. Lo anterior 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 hegemonía masculina, que suele manifestarse a través de acciones que incluyen la violencia, misoginia y homofobia.⁴ Como Messerschmidt y Messner (2018) plantean, esta noción fue desarrollada progresivamente por Connell entre 1987 y 2005, y en su versión final destaca un enfoque interseccional de variables incidentes en el ejercicio desigual del poder, como la nacionalidad, clase, raza y edad.

Consideramos importante señalar que la idea alrededor de la masculinidad hegemónica ha sido planteada en otras fuentes a partir de términos como *masculinidad tóxica* (De Dauw & Connell, 2020; Harrington, 2021), *masculinidad patriarcal* (Lerner, 1986), *masculinidad tradicional* (Rivera & Scholar, 2020; Salvati et al., 2021) y en el contexto iberoamericano, se le asocia frecuentemente al *machismo* (Segrest et al., 2003; Rojas & Morales, 2020).

En esencia, todas estas nociones giran en torno a las posiciones inequitativas de poder y dominación que los hombres ejercen hacia cualquier otro actor social con quien se tenga alguna interacción, a partir de dispositivos institucionalizados que lo reproducen y que Lagarde (2005) agrupa en tres mandatos: hombría tradicional, virilidad y proveeduría.

Ante estas formas culturalmente establecidas de ser hombre, han surgido diversas propuestas alternativas cuyo sentido es romper con dichas desigualdades y violencias estructurales. Con antecedentes que pueden ser rastreados hasta finales del siglo XIX (Kimmel, 1998), se trata de posturas articuladas alrededor de términos como nuevas masculinidades (Carabí, 2000; Fuller, 2018), masculinidad inclusiva (Anderson, 2009), postmasculinidad (Haywood & Mac an Ghail, 2012), masculinidades no hegemónicas (Strier & Perez-Vaisvidovsky, 2021), masculinidades protectoras (Elliott, 2016) y masculinidades positivas (Boscán, 2006, 2008; Ojeda et al., 2007; Bascán, 2007; Kiselica & Englar-Carlson, 2010; Messerschmidt & Messner, 2018).

⁴ Aspectos que han guiado nuestra estrategia metodológica en la selección del periodo de observación.

Es importante destacar que estos términos no necesariamente son manejados como mutuamente excluyentes y a veces se utilizan en combinación para describir enfoques más inclusivos y progresistas hacia las identidades masculinas y la igualdad de género. Aunque el asunto central de todos estos planteamientos tiene que ver con el reconocimiento de formas de ser varón que trasciendan las estructuras patriarcales y puedan llevar a prácticas más equilibradas y saludables en el plano socio-relacional, consideramos oportuno presentar una discusión un poco más detallada sobre algunos de sus principales enfoques.

Fuller (2018) plantea que en las nuevas masculinidades se reconoce que la hombría no determina un conjunto fijo de características, sino que su ejercicio puede trascender expectativas tradicionales, especialmente en la forma en que se establecen relaciones con la alteridad. Esto se vincula al concepto de masculinidades inclusivas (Anderson, 2009) y las postmasculinidades (Haywood & Mac an Ghail 2012), en términos de la experiencia de la masculinidad que manifiestan también hombres gay, trans, personas queer y de género fluido. Estos últimos autores plantean que es posible tener una amplia gama de vivencias masculinas válidas desde algunos posicionamientos en la diversidad sexo-genérica.

En relación con las masculinidades no hegemónicas (Strier & Perez-Vaisvidovsky, 2021) y las masculinidades protectoras (Elliott, 2016), ambos términos están asociados a una tradición crítica con raíces feministas que, en el segundo caso específicamente, parte de la teoría ética del cuidado (*care*, en el original). Se trata de una visión que se asocia con relaciones interpersonales empáticas y compasivas, así como con movimientos ambientalistas.

Para Wilson et al. (2022), algunos de los aspectos más relevantes de las masculinidades positivas están dados por el cuidado de sí mismo como hombre y de las demás personas, a partir del establecimiento de relaciones interpersonales basadas en el respeto, la comunicación abierta y la no violencia, superando presiones sociales y centrándose en el compromiso con los valores propios.

Consideramos importante señalar que algunas caracterizaciones de las masculinidades positivas, como la planteada por Kiselica y Englar-Carlson (2010), además de los aspectos anteriormente señalados,

plantean revalorar algunas cuestiones socialmente benéficas tradicionalmente asociadas a lo masculino, como el sentido de protección y cuidado, la fraternidad y la abnegación, pero sin caer en prácticas que puedan ser autolesivas.

Resulta relevante apuntar que las masculinidades positivas forman parte de un complejo mosaico en relación a cómo se entiende y se ejerce el ser varón en el siglo XXI. Como Kimmel (2010) señala, a la par de posturas emergentes de genuina solidaridad con el feminismo y la diversidad, también se manifiestan expresiones que oscilan entre la añoranza de añejas estructuras de dominación masculina de los grupos de ultra-derecha, así como posibles imposturas de algunos hombres que declaran posiciones progresistas sin que haya detrás una auténtica deconstrucción de sus privilegios de género.

Como es posible observar, se trata de muy diversas posturas ante las que es probable establecer posicionamientos de resistencia frente a las formas tradicionalmente establecidas de ser hombre. En este trabajo emplearemos el término de masculinidades positivas (Messerschmidt & Messner, 2018; Boscán, 2008) como una síntesis de todo lo anterior, para entender aquellas prácticas que contribuyan a la legitimidad de relaciones igualitarias y respetuosas entre hombres y mujeres así como de personas de otras identidades sexuales (nivel intergenérico), al igual que al interior de las mismas masculinidades (intra-genérico).

Por otro lado, de cualquier forma en que se expresen las masculinidades, como se adelantaba en los primeros apartados, la relación entre esta dimensión y la identidad tiene que ver con la manera en que el ser se presenta ante la alteridad. Como hemos planteado en trabajos previos (Pérez, 2021), esta identidad es una operación de distinción que desde el plano social se manifiesta a partir de cualquier acto que revela lo que se es, en todas sus dimensiones. Así, la identidad masculina puede ser definida como la manera particular en que una persona interioriza las creencias y valores que son asociadas al ser varón, así como las acciones y expresiones que parten de ello y que le caracterizan de forma particular. Se trata de una fuente de sentido que se revela a partir de una amplia variedad de fenómenos comunicativos del ser. En términos de Sartre (2002), nuestro planteamiento conceptual parte de una ontología fenomenológica que, en relación con la masculinidad, permite

identificar cómo es que se concibe y se ejerce esta dimensión en toda interacción social.

ESTADO DEL ARTE

El asunto dado por el estudio de las masculinidades cuenta con una gran cantidad de antecedentes. Con base en la aproximación empírica que hemos realizado, en este recuento sintético presentaremos algunos de los trabajos más representativos, a partir de la siguiente estructura: Primero, hablaremos del estudio general de las masculinidades en lo digital. Más adelante, hablaremos de algunas investigaciones en torno a las masculinidades positivas; primero en términos generales, así como en lo mediático y luego en sus manifestaciones en los espacios digitales. Siempre que ha sido pertinente, en cada caso mencionaremos primero estudios hechos a nivel internacional y luego trabajos realizados en Iberoamérica.

Las formas en que se expresa la masculinidad en relación con lo virtual son iniciadas para su estudio por autores como Hunt (1986) y McLean y Schubert (1995). En estos primeros abordajes en torno a los espacios digitales, se destaca el papel que jugaba esta, entonces nueva, tecnología como una fuente de sentido adicional en la construcción social de lo varonil.

En este mismo entorno, algunas de las líneas trabajadas de forma más recurrente en torno a las masculinidades, tienen que ver con el estudio de expresiones violentas de misoginia (Martínez-Valerio, 2023; Pedraza, 2019; Versiani, 2022) y homofobia (Pascoe & Diefendorf, 2019). La mayor parte de estos trabajos proponen la prevalencia de normas culturales asociadas a lo masculino que, en su concepción tradicional, suelen dar lugar a diversas manifestaciones de agresión en los espacios digitales.

En investigaciones más recientes desde este campo de interacción, destaca el estudio de las estructuras de relación en lo virtual que surgen a partir del ejercicio hegemónico de lo masculino (Trott, 2022; Venäläinen & Virkki, 2019) y las construcciones discursivas en torno al ser hombre que tienen lugar en medios sociodigitales (García-Gómez, 2020; White, 2019).

En relación con las masculinidades positivas, en el plano internacional, aunque el término se había comenzado a usar durante la década de 1990 en autores como MacInnes (1994) y Ray (1998), los primeros trabajos de campo que abordan explícitamente el estudio de las masculinidades desde este encuadre pertenecen a la primera década del siglo XXI, como es posible encontrar en Gore (2001) y Monaghan (2005).

En medios tradicionales, el concepto de las masculinidades positivas ha sido el objeto de estudio en trabajos como los de Dyer (2018) y Morrell (2011), en torno al concepto de los *nuevos hombres* y su representación en la literatura entre los siglos XVIII y XIX. En aproximaciones más recientes sobre medios tradicionales emprendidos desde esta misma línea, destacan los trabajos de Mustonen (2020) y Godfrey (2021) en el cine, así como los de Lackey (2021) y Martín (2022) en la televisión.

En Iberoamérica, esta es una línea que comienza a ser estudiada al menos desde comienzos del presente siglo por autores como Carabí (2000) y Fraguas (2000). En estos primeros abordajes se estudian casos específicos en los que las manifestaciones de identidad de lo masculino comienzan a revelar aspectos que no empatan del todo con algunas concepciones tradicionales sobre el ser hombre, especialmente en torno al ejercicio de la paternidad y una mayor expresión emocional.

En México, los trabajos de Gutmann (2000) y Gutmann y Viveros (2005), son particularmente esclarecedores al revelar que, desde finales del siglo XX, el ejercicio de las masculinidades comenzaba a mostrar algunas transformaciones, en relación con aspectos como una mayor preocupación por el autocuidado de la salud y el cuestionamiento de valores como el estoicismo y la represión emocional; además de la reiteración de nuevas formas de paternidad participativas anteriormente encontradas en estudios internacionales.

En relación con nuestra aproximación, algunos de los antecedentes más próximos están dados por trabajos que han indagado la expresión de masculinidades positivas en plataformas sociodigitales como Instagram (Marshall, et al., 2020), Facebook (Salam, 2021) y TikTok (Beyer, 2022; Foster & Baker, 2022). En resumen, en estas investigaciones se encuentra que la manifestación de las masculinidades ocurre a partir de rasgos que, aunque en ocasiones pueden oponerse a las formas patriar-

cales (como la ya mencionada libre expresión emocional y la práctica de actividades tradicionalmente consideradas como *poco masculinas*), en otras se refuerzan aspectos de lo tradicionalmente considerado como varonil.

A nivel internacional, otras aproximaciones recientes a las masculinidades positivas han sido emprendidas alrededor de ejes como el autocuidado físico y mental (Gough & Novikova, 2020; Wilson, 2022), la libre expresión emocional (Underwood & Olson, 2019; Lackey, 2021) y el ejercicio de una paternidad responsable y participativa (Scheibling, 2020; Hytti et al., 2023).

Consideramos oportuno destacar que no fue posible encontrar ningún trabajo hecho sobre masculinidades positivas en espacios de interacción digital en contextos mexicanos. Dentro de los pocos antecedentes localizados en Iberoamérica realizados en torno a lo virtual y este tipo de manifestaciones positivas, destacan los trabajos de Ocampo (2015) y Espinar-Ruiz y Ocampo (2017) en España, Cruzalegui (2021) en Perú, y Vásquez (2020) en Ecuador. De forma sintética, en estas investigaciones se encuentra que a la par de las expresiones hegemónicas mayoritarias, es posible empezar a reconocer otras formas alternativas de ejercer las masculinidades en la región desde las ya mencionadas dimensiones de lo parental y emotivo; así como sobre las autorrepresentaciones del ser.

Este vacío representa una de las premisas más destacadas en torno a la relevancia académica del presente trabajo. Se trata de una mirada a las transformaciones culturales sobre el género y las masculinidades que es posible empezar a reconocer en el ciberespacio mexicano, que como fenómeno comunicativo en la virtualidad, se visibilizan en discursos contrarios a los valores tradicionales del machismo y la masculinidad hegemónica.

MÉTODO

Con el fin de identificar la manera en que se expresan rasgos de la identidad masculina en cuentas de origen mexicano en redes sociodigitales, se llevó a cabo un análisis de contenido con base en el modelo de Krippendorff (1990), de acuerdo con el siguiente procedimiento:

Selección de casos

Según Statista (2022), las dos redes sociodigitales con mayor cantidad de personas usuarias a nivel global son Facebook y TikTok, con un estimado de 2 606 y 1 719 millones, respectivamente. Se buscaron perfiles públicos no personales que tuvieran una presencia activa en estas dos plataformas, y que además cumplieran con el requisito de hacer publicaciones que correspondieran con las características de las masculinidades positivas, en español, y cuyos administradores estuvieran dentro de la República Mexicana. Las cuentas que cumplieron con lo anterior fueron *De Machos a Hombres*⁵ (DMAH) y *Voices of Brotherhood* (VOB).⁶

Periodo de observación

Con base en lo revisado sobre el concepto de masculinidad hegemónica de Connell (1995), se determinó establecer el periodo de observación alrededor de cuatro efemérides que fueron consideradas fenomenológicamente relevantes: el Día del Padre, el Día del Orgullo LGBTQ+, el Día del Hombre y el Día de la Mujer; es decir, los meses de junio y noviembre de 2022 y marzo de 2023 (lo que representó un total de 91 días de observación). El supuesto del que partimos fue que durante estos periodos era más probable encontrar expresiones que hicieran referencia a las unidades que describiremos enseguida.

Unidades de análisis

Las unidades de contexto estuvieron dadas por las cuatro cuentas ya mencionadas para los dos perfiles, dos en Facebook y dos en TikTok. Se tuvieron dos unidades de observación: 1) el 100% de las publicaciones hechas por los administradores de las cuatro cuentas durante el periodo de estudio; y 2) una selección no probabilística y no represen-

⁵ Cuenta basada en Ciudad de México que opera desde: <https://www.facebook.com/demachosaHOMBRES/> y <https://www.tiktok.com/@demachosahombres>

⁶ Cuenta basada en Mexicali, Baja California, que opera desde: <https://www.facebook.com/voicesofbrotherhood/> y <https://www.tiktok.com/@voicesofbrotherhood>

tativa de comentarios. Esta segunda muestra estuvo dada por el 100% de los comentarios,⁷ hechos a partir de las tres publicaciones con el mayor número de respuestas expresadas por las personas usuarias, en las cuatro cuentas, por cada uno de los tres periodos de observación. En lo relativo a las unidades de registro, estas fueron establecidas de la siguiente manera:

- a. Indicadores de masculinidad hegemónica: Se construyeron a partir de una recodificación de las escalas de segunda generación⁸ identificadas por Briseño (2011), y se agruparon de acuerdo con los mandatos de masculinidad de Lagarde (2005): *Hombria* (consumo de sustancias tóxicas; caballerosidad; competitividad; afición o destreza deportiva; represión de expresiones emocionales; fortaleza física; protector; homofobia; misoginia; liderazgo; prevalencia del raciocinio; temeridad, valentía, coraje o arrojo y violencia); *Virilidad* (iniciativa en el establecimiento de relaciones sexuales; tener múltiples parejas sexuales; tener relaciones sexuales frecuentemente; demostrar potencia o destreza sexual; capacidad de engendrar descendencia; tener una pareja sexualmente atractiva); y *Proveedor* (éxito económico o laboral; soporte familiar o pro-

⁷ Debido a las restricciones en la API de Facebook (que solo permite el acceso libre a los primeros 100 comentarios de cualquier publicación), fue necesario contratar el servicio ExportComments.com para poder descargar de forma automatizada el total de los comentarios hechos en las unidades de observación. Esta plataforma advierte que, dependiendo de las configuraciones de privacidad de las personas usuarias, es posible que haya algunos comentarios que no haya sido posible descargar, lo cual constituye un probable sesgo de medición que debe ser tomado en consideración.

⁸ Las escalas de masculinidad que recodificamos para este trabajo fueron: *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).

- veedor material y prevalencia de la vida laboral sobre lo familiar o doméstico).
- b. Indicadores de masculinidad positiva: Para el registro de este tipo de expresiones se realizó una observación preliminar sobre el corpus de análisis que permitió una identificación inicial de indicadores ad hoc en este sentido. Al ser comparados con la escala GEM (*Gender Equitable Men*), se encontró que aunque eran mayoritariamente coincidentes, nuestros indicadores originalmente encontrados eran más amplios. Es importante señalar que la escala GEM fue construida en Brasil (país con condiciones similares a México) desde la perspectiva de la identidad de género (Barker, 2000; Pulerwitz & Barker, 2008), por lo que tiene una alta relación epistémica y cultural con nuestra propia aproximación. De esta manera, los indicadores que utilizamos fueron: libre expresión emocional; autocuidado físico y mental; sexualidad sana / respetuosa / nutritiva; participación en el trabajo doméstico; relaciones de pareja respetuosas / amorosas / nutritivas; paternidad participativa; respeto a la diversidad sexo-genérica; y solidaridad con mujeres / feminismo.

RESULTADOS

En las 298 publicaciones y 1 962 comentarios observados en total, fue posible observar 377 referencias sobre diversos aspectos de la masculinidad hegemónica (Tabla 1). Salvo en 54 comentarios (2.8% del total), el resto de estas alusiones (97.2%) fueron en oposición o crítica a este tipo de masculinidad.

En lo relativo a la masculinidad positiva (Tabla 2), a partir del mismo corpus se registró un total de 546 ocurrencias. El 100% de ellas fueron expresiones a favor de los indicadores observados.

TABLA 1
MASCULINIDAD HEGEMÓNICA

	Junio de 2022				Noviembre de 2022				Marzo de 2023			
	Publicaciones		Comentarios		Publicaciones		Comentarios		Publicaciones		Comentarios	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
<i>Hombria tradicional</i>												
Violencia	6	13%	12	13%	27	25%	27	31%	15	38%	0	0%
Misoginia	4	9%	14	15%	20	18%	20	23%	3	8%	0	0%
Consumo de alcohol, tabaco o drogas ilegales	1	2%	24	26%	6	6%	6	7%	0	0%	0	0%
Represión de expresiones emocionales	2	4%	16	17%	8	7%	8	9%	2	5%	0	0%
Fortaleza física o emocional	6	13%	5	5%	7	6%	7	8%	1	3%	0	0%
Homofobia	5	11%	5	5%	6	6%	6	7%	3	8%	0	0%
Protector	1	2%	1	1%	2	2%	2	2%	1	3%	0	0%
Afición / práctica deportiva	0	0%	0	0%	3	3%	3	3%	0	0%	0	0%
Liderazgo	3	7%	1	1%	1	1%	1	1%	0	0%	0	0%
Temeridad / valentía / coraje / arrojo	2	4%	0	0%	2	2%	2	2%	0	0%	0	0%

	Junio de 2022				Noviembre de 2022				Marzo de 2023			
	Publicaciones		Comentarios		Publicaciones		Comentarios		Publicaciones		Comentarios	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
Prevalencia del raciocinio / intelectualidad	0	0%	1	1%	2	2%	2	2%	0	0%	0	0%
Caballerosidad	1	2%	0	0%	1	1%	1	1%	1	3%	0	0%
Competitividad	0	0%	1	1%	1	1%	1	1%	1	3%	0	0%
<i>Hombría y virilidad</i>												
Tener relaciones sexuales frecuentemente	2	4%	13	14%	1	1%	0	0%	2	5%	0	0%
Iniciativa en el establecimiento de relaciones sexuales	3	7%	0	0%	11	10%	0	0%	3	8%	0	0%
Demstrar potencia / destreza sexual	4	9%	1	1%	4	4%	0	0%	1	3%	0	0%
Tener múltiples parejas sexuales	1	2%	0	0%	3	3%	0	0%	1	3%	0	0%
Capacidad de engendrar descendencia	0	0%	0	0%	1	1%	0	0%	0	0%	0	0%

	Junio de 2022				Noviembre de 2022				Marzo de 2023			
	Publicaciones		Comentarios		Publicaciones		Comentarios		Publicaciones		Comentarios	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
Tener una pareja sexualmente atractiva	0	0%	0	0%	1	1%	0	0%	0	0%	0	0%
<i>Hombre como proveedor</i>												
Soporte familiar / proveedor material	5	11%	0	0%	1	1%	1	1%	4	10%	2	100%
Éxito económico / laboral	0	0%	0	0%	1	1%	0	0%	0	0%	0	0%
Prevalencia de la vida laboral sobre lo familiar / doméstico	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	3%	0	0%
Total	46	100%	94	100%	109	100%	87	100%	39	100%	2	100%

Fuente: Elaboración propia.

TABLA 2
MASCULINIDAD POSITIVA

Indicadores	Junio de 2022				Noviembre de 2022				Marzo de 2023			
	Publicaciones		Comentarios		Publicaciones		Comentarios		Publicaciones		Comentarios	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
Autocuidado físico y mental	38	32%	82	54%	25	27%	25	27%	38	43%	2	29%
Paternidad responsable / amorosa / nutritiva / participativa	24	21%	51	34%	5	5%	5	5%	11	13%	0	0%
Libre expresión emocional	13	11%	15	10%	25	27%	25	27%	10	11%	0	0%
Relaciones de pareja respetuosas / amorosas / nutritivas	13	11%	2	1%	18	20%	18	20%	5	6%	0	0%
Solidaridad con mujeres / feminismo	1	1%	0	0%	7	8%	7	8%	15	17%	4	57%
Sexualidad sana / respetuosa / nutritiva	8	7%	2	1%	5	5%	5	5%	4	5%	1	14%
Respeto a la diversidad sexo-genérica	13	11%	0	0%	4	4%	4	4%	2	2%	0	0%
Trabajo doméstico	7	6%	0	0%	2	2%	2	2%	3	3%	0	0%
Total	117	100%	152	100%	91	100%	91	100%	88	100%	7	100%

Fuente: Elaboración propia.

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Los resultados obtenidos sobre los dos perfiles estudiados en sus cuatro cuentas nos indican que la construcción de las masculinidades, durante el periodo de observación, se encuentra fuertemente relacionada a las efemérides establecidas como parte de los criterios de encuadre de nuestro diseño metodológico. Como era esperado, los indicadores de masculinidad positiva que en promedio aparecieron con mayor frecuencia (autocuidado físico y mental, paternidad participativa, libre expresión emocional, establecimiento de relaciones de pareja respetuosas, así como la solidaridad con las mujeres y el feminismo), fueron encontrados alrededor del Día del Hombre, el Día del Orgullo LGBTQ+, el Día del Padre y el Día de la Mujer. En ambos perfiles fue posible observar publicaciones que explícitamente hacían alusión a estas conmemoraciones, y en las que se enfatizaban los aspectos ya señalados.

Sobre lo obtenido en los indicadores de masculinidad hegemónica, como ya fue señalado, en la mayoría de los casos su aparición ocurrió como una crítica a este tipo de comportamientos que, en orden de frecuencia de aparición, están dados principalmente por la violencia, la misoginia, el consumo de sustancias tóxicas y la represión de expresiones emocionales. En el conjunto de datos observados, estos son los aspectos más reiterados en contra de las formas tradicionales de masculinidad, donde los dos primeros coinciden con lo señalado por Connell (1987) en relación con su propuesta de masculinidad hegemónica. En términos de García (2015), lo encontrado en nuestros resultados puede ser ubicado como una zona de resistencia contra este tipo de masculinidad.

En relación con los indicadores de masculinidad positiva observados, nuestros resultados coinciden con lo anteriormente encontrado en los espacios digitales por Gough y Novikova (2020) sobre el autocuidado físico y mental, Underwood y Olson (2019) alrededor de la libre expresión emocional y Scheibling (2020) sobre el ejercicio de una paternidad responsable y participativa. A estos tres aspectos se suman en nuestros hallazgos las relaciones de pareja y la solidaridad con el feminismo, este último aspecto asociado al 8 de marzo.

Con base en los contenidos y comentarios observados, podemos decir que los planteamientos relativos a la masculinidad positiva sugieren dar paso a una forma de hombría más respetuosa de las mujeres y personas en la diversidad sexo-genérica y de los hombres consigo mismos, en términos de su salud física y mental; en correspondencia con lo encontrado tanto en los antecedentes conceptuales, como en los trabajos empíricos de Gutmann y Viveros (2005).

Por otro lado, durante el proceso de análisis llevado a cabo, fue posible identificar dos hallazgos que no eran parte de los indicadores directamente propuestos y que, sin embargo, consideramos relevante destacar. El primero está asociado con uno de los indicadores de virilidad: la capacidad para engendrar hijos. Aunque en el análisis este indicador solo tuvo una ocurrencia en total, en respuesta a una reflexión sobre la necesidad de romper con patrones aprendidos de generaciones anteriores hecha en TikTok por *Voices of Brotherhood* el 20 de junio de 2022, de los 609 comentarios hechos en respuesta, 101 (14.7%) expresaron la determinación de no engendrar descendencia. No pudimos localizar ningún antecedente que hiciera referencia a este tipo de expresiones en el contexto del estudio de las masculinidades, lo que abre una posible línea de indagación para el futuro.

El segundo hallazgo tuvo lugar en relación con las expresiones hechas en la cuenta de DMAH en Facebook, sobre la importancia de la participación en el trabajo doméstico. En las 11 publicaciones hechas en torno a este asunto, se enfatizó la importancia de emplear productos de bajo impacto ambiental, como el vinagre y el bicarbonato. Destacamos esto porque, según Paulson y Boose (2019), existe una relación entre los modelos de masculinidad hegemónica y el deterioro medioambiental. En este mismo sentido, desde Elliott (2016), esto puede ser ubicado dentro del abanico dado por la teoría del cuidado mencionada en el apartado teórico.

Estos dos hallazgos nos permiten hacer una reflexión sobre la construcción de indicadores de masculinidad hegemónica descrita en el apartado metodológico. Como fue señalado en los antecedentes conceptuales en torno a los planteamientos de Maltz-Douglas (2007), las construcciones sociales sobre el género en general y en torno a la masculinidad en particular, están sujetas a contextos culturales, geográficos

y temporales específicos. Las valoraciones sobre lo que se considera masculino pueden sufrir modificaciones. Ninguna de las escalas de masculinidad recodificadas estuvo ubicada en el entorno mexicano; los referentes más cercanos fueron la *Machismo Scale* (Arciniega et al., 2008) y la *Macho Scale* (Anderson, 2012), ambas aplicadas en comunidades de migrantes latinoamericanos en Estados Unidos. De igual forma, se trata de propuestas de medición sugeridas entre 1998 y 2013; es decir, la más reciente con más de una década de antigüedad. A pesar de la escala brasileña GEM (Barker, 2000; Pulerwitz & Barker, 2008) que revisamos, el desarrollo de instrumentos de medición de las masculinidades para personas en el contexto cultural mexicano sigue siendo un importante pendiente en esta línea de trabajo.

CONCLUSIONES

Las masculinidades, en tanto dispositivos culturales, se reproducen a través de una amplia variedad de mecanismos sociales. Como ha sido planteado por Connell (1987), uno de ellos tiene lugar a través de los medios de comunicación. A las representaciones mediáticas tradicionales de la masculinidad se suman las presentes en las plataformas sociodigitales. Estas plataformas son espacios en los que, como parte del ecosistema mediático, se proponen, critican, discuten y construyen las formas en que se concibe cómo ser varón.

En términos metodológicos, plataformas como Facebook y TikTok representan entornos de interacción en los que las expresiones identitarias que dan cuenta del ser hombre, quedan registradas de forma pública, a partir de cada publicación, reacción y comentario. Cada persona usuaria revela su identidad desde esta dimensión a partir de sus acciones en lo digital. Las prescripciones sobre cómo debe verse, sentir, pensar y actuar un hombre, son la esencia del fenómeno de comunicación que hemos abordado en este trabajo.

Como fue planteado a partir de la revisión de antecedentes, a pesar de los numerosos abordajes previos sobre las masculinidades en lo digital, no pudimos ubicar fuentes que nos dieran indicios sobre cómo dicha dimensión identitaria está siendo expresada en algún espacio virtual ubicado en el contexto mexicano; en particular desde la perspectiva

dada por las masculinidades positivas. Una parte importante de los trabajos empíricos hechos en los espacios virtuales (Pascoe & Diefendorf, 2019; Pedraza, 2019; Versiani, 2022; Martínez-Valerio, 2023) se han centrado en el estudio de las manifestaciones de la masculinidades hegemónicas.

Esta línea de trabajos nos permite ubicar en un contexto más amplio y complejo los dos casos estudiados. Como hemos señalado, las propuestas discursivas de masculinidad positiva que observamos coexisten con discursos de odio, misoginia y homofobia; así como con formas violentas de relación entre los mismos hombres; como ya había sido sugerido por Marshall et al. (2020), Salam (2021), Beyer (2022) y Foster y Baker (2022).

Más allá de las consideraciones teóricas que fueron revisadas en torno a la masculinidad positiva, nuestro trabajo da cuenta de una muy acotada porción de la praxis con que esto ocurre hoy en día en el contexto mexicano digital. Los resultados que hemos mostrado revelan específicamente cómo se proponen otras formas de ser varón, contrarias a las formas hegemónicas tradicionales. Los ocho indicadores que fueron trabajados son un indicio de una parte de la actual reconfiguración de las identidades masculinas en dicho entorno.

En relación con esta discusión en el entorno virtual que observamos, a diferencia de lo que suele ocurrir en los discursos sobre las masculinidades que se encuentran en los medios tradicionales, en las redes sociodigitales se construyen interacciones mucho más participativas en las que se negocia el sentido de lo que hoy representa ser varón.

Así, en un contexto social caracterizado por movimientos sociales como #MeToo y #NiUnaMás, resulta de la mayor relevancia el estudio de la forma en que, al menos en una parte del ciberespacio, está ocurriendo un replanteamiento de lo masculino que pueda coadyuvar a la construcción de formas de relación más equitativas.

Referencias bibliográficas

- 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. & 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>
- Barker, G. (2000). Gender equitable boys in a gender inequitable world: Reflections from qualitative research and program development with young men in Rio de Janeiro, Brazil. *Sexual and Relationship Therapy*, 15(3), 263-82. <https://doi.org/10.1080/14681990050109854>
- Bascán, A. (2007). Algunas consideraciones críticas sobre la aplicación de la metodología de género al estudio de las masculinidades. *Revista Venezolana de Estudios de la Mujer*, 12(28), 143-158.
- Beyer, J. (2022). Knitting masculinities: How men are challenging masculinity and needlework in a post-pandemic age. *Fashion, Style & Popular Culture*, 10. https://doi.org/10.1386/fspc_00121_1
- Boscán, A. S. (2006). Propuestas críticas para una concepción no tradicional de la masculinidad. *Opción*, 22(51), 26-49.
- Boscán, A. S. (2008). Las nuevas masculinidades positivas. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 13(41), 93-106. <https://philpapers.org/rec/LEALNM>
- 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
- Butler, J. (2011). *Gender trouble: Feminism and the subversion of identity*. Routledge.
- Carabí, Á. (2000). Construyendo nuevas masculinidades: una introducción. En M. Segarra & Á. Carabí (Eds.), *Nuevas masculinidades* (pp. 15-28). Icaria.
- Chu, J. Y., Porche, M. V. & 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. (1987). *Gender and Power. Society, the Person and Sexual Politics*. Polity Press, Blackwell.

- Connell, R.W. (1995). *Masculinities*. University of California Press.
- Cruzalegui, G. F. (2021). *Masculinidad y violencia de género en universitarios de la región de Lima* [Tesis de Licenciatura]. Universidad César Vallejo. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/90015>
- De Dauw, E. & Connell, D. J. (Eds.). (2020). *Toxic Masculinity: Mapping the Monstrous in Our Heroes*. University Press of Mississippi.
- Doss, B. D. & 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>
- Dyer, S. (2018). Masculinities, Wallpaper, and Crafting Domestic Space within the University, 1795–1914. *Nineteenth Century Gender Studies*, 14.2. <https://uhra.herts.ac.uk/bitstream/handle/2299/22514/dyer.pdf>
- Elliott, K. (2016). Caring masculinities: Theorizing an emerging concept. *Men and Masculinities*, 19(3), 240-259. <https://doi.org/10.1177/1097184X15576203>
- Espinar-Ruiz, E. & Ocampo, I. (2017). La representación de masculinidades en las páginas web de citas. Un análisis cualitativo. *Prisma*, 18, 561-570. <http://revistaprismasocial.es/articulo/view/1422>
- Flood, M., Gardiner, J. K., Pease, B. & Pringle, K. (2007). *International Encyclopedia of Men and Masculinities*. Routledge.
- Foster, J. & Baker, J. (2022). Muscles, makeup, and femboys: Analyzing TikTok's "radical" masculinities. *Social Media + Society*, 8(3). <https://doi.org/10.1177/20563051221126040>
- Fraguas, R. (2000). Por una masculinidad positiva. *Razón y Fe*, 242(1222-1221), 99-104. <https://revistas.comillas.edu/index.php/razonyfe/articulo/view/19222>
- 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.
- García-Gómez, A. (2020). Discursive representation of masculinity and femininity in Tinder and Grindr: Hegemonic masculinity, feminine devaluation and femmephobia. *Discourse & Society*, 31(4), 390-410. <https://doi.org/10.1177/0957926520903523>

- Godfrey, S. (2021). *Masculinity in British Cinema, 1990-2010*. Edinburgh University Press.
- Gore, A. (2001). Making student men at the University of Zimbabwe: politics, masculinity and democracy. En R. B. Gaidzanwa (Ed.), *Speaking for ourself: masculinities and femininities amongst students at the University of Zimbabwe* (pp. 29-48). UZ Publications.
- Gough, B. & 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.
- Gutmann, M. C. (2000). *Ser hombre de verdad en la ciudad de México: ni macho ni mandilón*. El Colegio de México.
- Gutmann, M. C. & Viveros, M. (2005). Masculinities in Latin America. En M. S. Kimmel, J. Hearn & R. W. Connell (Eds.), *Handbook of studies on men and masculinities* (pp. 114-128). SAGE.
- Harrington, C. (2021). What is “toxic masculinity” and why does it matter? *Men and Masculinities*, 24(2), 345-352. <https://doi.org/10.1177/1097184X20943254>
- Haywood, C. & Mac an Ghaill, 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>
- Hunt, P. (1986). What Would Daddy Have Done? Overt and Covert Constructions of Masculinity in Twentieth Century Children’s Literature. *Kunapipi*, 8(1). <https://ro.uow.edu.au/kunapipi/vol8/iss1/22/>
- Hytti, U., Karhunen, P. & Radu-Lefebvre, M. (2023). Entrepreneurial Masculinity: A Fatherhood Perspective. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1-28. <https://doi.org/10.1177/10422587231155863>
- Janey, B. A., Kim, T., Jampolskaja, T., Khuda, A., Larionov, A., Maksimenko, A., Sharapov, D & 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. & 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>

- Kimmel, M. S. (1998). From 'Conscience and Common Sense' to 'Feminism for Men: Profeminist Men's Rhetorics of Support for Women's Equality. En S. P. Schacht & D. W. Ewing (Eds.), *Feminism and Men: Reconstructing Gender Relations* (pp. 21–42). New York University Press.
- Kimmel, M. S. (2010). *Misframing men: The politics of contemporary masculinities*. Rutgers University Press.
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Paidós.
- Lackey, R. (2021). Men Playing Together: New Masculinities, Sport, and Contemporary Fiction. En L. R. Cooper (Ed.), *The Routledge Companion to Masculinity in American Literature and Culture* (pp. 220-236). Routledge.
- Lagarde, M. (2005). *Los cautiverios de las mujeres. Madresposas, monjas, putas, presas y locas*. UNAM.
- Lerner, G. (1986). *La Creación del Patriarcado*. Crítica.
- 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>
- MacInnes, J. (1994). Men in the Public Eye. *Sociology*, 28(1), 342-344.
- Malti-Douglas, F. (2007). *Encyclopedia of Sex and Gender*. MacMillan.
- Marshall, K., Chamberlain, K. & Hodgetts, D. (2020). Male bodybuilders on Instagram: Negotiating inclusive masculinities through hegemonic masculine bodies. *Journal of Gender Studies*, 29(5), 570-589. <https://doi.org/10.1080/09589236.2020.1722620>
- Martín, A. (2022). *Not Into Bad Guys Anyways: Scott McCall, or Positive Representations of Masculine Identities in US Supernatural Teen Drama* [Tesis de pregrado]. Universitat de les Illes Balears. <https://dspace.uib.es/xmlui/handle/11201/161283>
- Martínez-Valerio, L. (2023). Mensajes misóginos en los perfiles de TikTok de la prensa española: estudio y percepción por parte de los jóvenes. *Ámbitos: Revista Internacional de Comunicación*, 59, 110-127. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2023.i59.08>
- McGeeney, E. & Harvey, L. (2015). Cisgender. Living in the Gender Assigned at Birth. En C. Richards & M. G. Barker (Eds.), *The Palgrave Handbook of Psychology of Sexuality and Gender* (pp. 149-165). Palgrave.

- McLean, R. & Schubert, R. (1995). Queers and the Internet. *Media International Australia*, 78(1), 48-52. <https://doi.org/10.1177/1329878X9507800108>
- Messerschmidt, J. W & Messner, M. A. (2018). Hegemonic, nonhegemonic and “new” masculinities. En J. W. Messerschmidt, P. Y. Martin, M. A. Messner & R. Connell (Eds.), *Gender reckonings. New Social Theory and Research* (pp. 35-56). New York University Press.
- Mirandé, A. (2018). *Hombres y machos: Masculinity and Latino culture*. Routledge.
- Monaghan, L. F. (2005). Big handsome men, bears and others: Virtual constructions of ‘fat male embodiment’. *Body & Society*, 11(2), 81-111. <https://doi.org/10.1177/1357034X05052463>
- Morrell, R. (1998) The new man? *Agenda: Empowering women for gender equity*, 14(37), 7-12. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10130950.1998.9675683>
- Mustonen, V. (2020). *Men and masculinities in Nordic cinema and its American remakes: A comparative analysis* [Tesis de maestría]. University of Jyväskylä. <https://jyx.jyu.fi/handle/123456789/71632>
- Nagoshi, J. L. & Nagoshi, C. T. (2013). *Gender and sexual identity: Transcending feminist and queer theory*. Springer.
- Ocampo, I. G. (2015). *Un acercamiento a las identidades masculinas desde las online dating* [Tesis de licenciatura]. Universidad de Alicante. <http://hdl.handle.net/10045/47991>
- Ojeda, A., Melby, L., Sánchez, V. & Rodarte de Lara, M. (2007). Correlación entre rasgos de masculinidad-feminidad y satisfacción marital en migrantes mexicanos. *Migración y Desarrollo*, 8, 48-65.
- Pascoe, C. J. & Diefendorf, S. (2019). No homo: Gendered dimensions of homophobic epithets online. *Sex roles*, 80(3-4), 123-136. <https://doi.org/10.1007/s11199-018-0926-4>
- Paulson, S. & Boose, M. (2019). Masculinities and environment. *CABI Reviews*, 14(030), 1-12. <https://doi.org/10.1079/PAVS-NNR201914030>
- 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. <https://doi.org/10.18002/cg.v0i14.5814>

- Pérez, G. (2021). *Identidad y virtualidad. Aproximaciones desde la Comunicación*. Tintable.
- Pulerwitz, J. & Barker, G. (2008). Measuring attitudes toward gender norms among young men in Brazil: development and psychometric evaluation of the GEM scale. *Men and Masculinities*, 10(3), 322-338. <https://doi.org/10.1177/1097184X06298778>
- Ray, C. (1998). Let's hear it for the boys! *Health Education*, 98(1), 8-14.
- Rivera, A. & Scholar, J. (2020). Traditional masculinity: a review of toxicity rooted in social norms and gender socialization. *Advances in Nursing Science*, 43(1), E1-E10. <https://doi.org/10.1097/ANS.0000000000000284>
- Rojas, O. F. & Morales, A. (2020). Machismo. En B. J. Carducci, C. S. Nave, J. S. Mio & R. E. Riggio (Eds.), *The Wiley Encyclopedia of Personality and Individual Differences: Clinical, Applied, and Cross Cultural Research* (pp. 243-246). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781119547181.ch305>
- Salvati, M., Passarelli, M., Chiorri, C., Baiocco, R. & Giacomantonio, M. (2021). Masculinity threat and implicit associations with feminine gay men: Sexual orientation, sexual stigma, and traditional masculinity. *Psychology of Men & Masculinities*, 22(4), 649. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/men0000338>
- Salam, R. (2021). Men will be Men?: Masculinities on display in the Facebook communication practices of Pakistani men. *Norma*, 16(1), 38-56. <https://doi.org/10.1080/18902138.2021.1875640>
- Sartre, J. P. (2002). *El ser y la nada. Ensayo de ontología fenomenológica*. Iberoamericana.
- Scheibling, C. (2020). "Real heroes care": How dad bloggers are re-constructing 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 C. R. Ember & M. Ember, (Eds.), *Encyclopedia of Sex and Gender Men and Women in the World's Cultures* (pp. 3-23). Kluwer Academic, Plenum Publishers.
- Segrest, S. L., Romero, E. J. & Domke-Damonte, D. J. (2003). Exploring the role of machismo in gender discrimination: A comparison

- of Mexico and the US. *Equal Opportunities International*, 22(1), 13-31. <https://doi.org/10.1108/02610150310787298>
- 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. & 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>
- Trott, V. A. (2022). ‘Gillette: The best a beta can get’: Networking hegemonic masculinity in the digital sphere. *New Media & Society*, 24(6), 1417-1434. <https://doi.org/10.1177/1461444820978293>
- Underwood, M. & 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>
- Vásquez, M. A. (2020). *Plan de comunicación digital para el proyecto: campaña educ comunicativa multimedia sobre la construcción social de masculinidades para la erradicación de la violencia y discriminación de género* [Tesis de Licenciatura]. Universidad Politécnica Salesiana Ecuador. <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/17652>
- Venäläinen, S. & Virkki, T. (2019). Struggles for moral value and the reproduction of gendered and racialised hierarchies in online discussions of violence. *The Sociological Review*, 67(6), 1367-1382. <https://doi.org/10.1177/0038026119866635>
- Versiani, J. C. (2022). “The claws of feminism”: anti-feminist hate speech on Facebook and the sense of controlled urgency. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 45. <https://doi.org/10.1590/1809-58442022119en>
- White, M. (2019). *Producing masculinity: The internet, gender, and sexuality*. Routledge.
- Wilson, M. J. (2022). Cultivating positive masculinity is mental health promotion for boys and men. *Health Promotion International*, 37(4), 1-2. <https://doi.org/10.1093/heapro/daac121>
- Wilson, M., Gwyther, K., Swann, R., Casey, K., Featherston, R., Oliffe, J. L., Matt Englar-Carlson, M. & Rice, S. M. (2022). Operationalizing positive masculinity: a theoretical synthesis and school-based

framework to engage boys and young men. *Health Promotion International*, 37(1), <https://doi.org/10.1093/heapro/daab031>

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>

SEMBLANZA

Gabriel Pérez Salazar, Universidad Autónoma de Coahuila
Doctor en Ciencias políticas y Sociales (UNAM) y profesor-investigador de tiempo completo en la Universidad Autónoma de Coahuila desde 2010. Su principal línea de investigación gira en torno a la identidad y la cultura en los espacios digitales, desde aspectos como la ciudadanía, las masculinidades, los memes y la inteligencia artificial.