

Artículo

VI Coloquio de Investigación en Comunicación
La comunicación en tiempos de incertidumbre

Masculinidades positivas en perfiles mexicanos en Facebook y TikTok

Positive masculinities in Mexican profiles on Facebook and TikTok

Gabriel Pérez Salazar

Universidad Autónoma de Coahuila

gabrielperezsalazar@gmail.com

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

Cita recomendada

Pérez Salazar, G. (2023). Masculinidades positivas en perfiles mexicanos en Facebook y TikTok. *Invortex*, (1), 65-72.

Resumen

Con el objetivo de identificar cómo ocurren manifestaciones desde las masculinidades en Facebook y TikTok, se realizó un análisis de contenido sobre una muestra no probabilística de perfiles mexicanos que publican contenidos en español a partir de publicaciones y comentarios con posturas contrarias a lo que Connell identifica como *masculinidad hegemónica*. Los principales resultados muestran que las interacciones en los sitios observados tienen lugar 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 los rasgos de masculinidad positiva que han sido observados y pueden ser el indicio de una incipiente fractura ante el machismo tradicionalmente presente en el contexto mexicano.

Palabras clave: identidad, masculinidades, medios sociodigitales

Abstract

With the objective of identifying how manifestations from masculinities occur on Facebook and TikTok, a content analysis was carried out on a non-probabilistic sample of Mexican profiles that publish content in Spanish on publications and comments based

on positions contrary to what Connell identifies as hegemonic masculinity. The main results show that the interactions in the observed sites take place around participatory parenting, given in the context of respectful couple relationships, with tolerance for gender-sex diversity, also highlighting free emotional expression as part of mental and physical self-care. Some of the main conclusions suggest that the positive masculinity traits that have been observed may be an indication of an incipient fracture of the traditionally present machism in the Mexican context.

Keywords: *identity, masculinities, social media*

Introducción

En las redes sociodigitales tiene lugar la expresión del ser a partir de muchas de sus dimensiones. Entre ellas, se encuentra la identidad sexo-genérica. La forma en que una persona es identificada por las demás, así como las expresiones que hace de sí misma, se asocia con los roles que son socialmente establecidos en este plano.

El objetivo central del presente trabajo es identificar la manera en que tienen lugar manifestaciones sobre las masculinidades en una selección de cuentas que desde México publican contenidos en español en Facebook (FB) y TikTok (TT), con propuestas que se oponen a la concepción tradicional hegemónica.

Una revisión al estado de la cuestión revela que el cruce entre identidad, masculinidades y espacios virtuales ha sido ampliamente trabajado desde muy diversas aproximaciones. Algunos de los primeros trabajos en este sentido (Light, 2013; Bamman, Eisenstein y Schnoebelen, 2014) sugieren que las plataformas sociodigitales son lugares en los que tiene lugar la representación de lo masculino, tanto en sus dimensiones tradicionales, como en torno a propuestas contrarias a los modelos heteropatriarcales. En relación con las expresiones de lo masculino que parten de la violencia, la misoginia y la homofobia, en el último lustro destacan los trabajos de Pascoe y Diefendorf (2019), García-Gómez (2020), Simões, Amaral y José Santos (2021) y Trott (2022).

Con base en estos abordajes, es posible apuntar que en los espacios virtuales coexisten diversas manifestaciones de lo masculino, que han sido relativamente poco trabajadas particularmente con comunidades virtuales ubicadas dentro

del contexto cultural mexicano. De esta manera, la principal aportación del presente trabajo tiene que ver con profundizar en la comprensión que desde la Comunicación se tiene de las expresiones de la masculinidad positiva, en una selección de perfiles en español en las dos plataformas sociodigitales con mayor número de personas usuarias a nivel mundial: Facebook y TikTok (Statista, 2022).

Marco conceptual

En el contexto de los estudios críticos de género, la masculinidad es definida como el conjunto de prácticas culturales tradicionalmente consideradas apropiadas para los hombres (Hearn, 2007), que dan lugar a diversas estructuras de dominación. En términos generales, son discusiones que proponen que se trata de un aspecto de la identidad que parte de una construcción social, y que han dado lugar a diversas aproximaciones sobre lo que significa ser varón, a partir de variables entre las que destacan: grupos étnicos, rangos de edad, nivel educativo, antecedentes económicos y condición laboral (Hernández, 2013).

En esta aproximación partimos de una concepción de la masculinidad basada en los roles, tradiciones y prácticas que son culturalmente asociadas a lo varonil, ubicados en lugares y épocas específicos (Maltz-Douglas, 2007), los cuales suponen diversos grados de conformidad con una serie de reglas, valores y conductas (Segal, 2004) y que se suelen traducir en un conjunto de desigualdades estructurales hacia grupos no hegemónicos (McGeeney y Harvey, 2015), entre los que destacan las mujeres y personas en la diversidad LGBTQ+.

Desde este último planteamiento, uno de nuestros puntos de partida está dado por la noción de *masculinidad hegemónica* de Connell (1983). Como esta autora sugiere, se trata de un concepto que se asocia simultáneamente con el sistema de relaciones de género y con los dispositivos que pueden ser tanto ideológicos como tecnológicos, entre los que se encuentran los medios de comunicación, los cuales son empleados para reproducir la dominación masculina. Este tipo de masculinidad se caracteriza por manifestaciones homofóbicas, transfóbicas y misóginas que son administradas por instituciones como la iglesia, la familia y el Estado.

Con base en las propuestas de Connell (2020), la masculinidad hegemónica se construye en contraposición a

la feminidad y se basa en la idea de que los hombres son superiores a las mujeres en muchos aspectos, como en la fuerza física, la capacidad de liderazgo, la racionalidad y la independencia. Así, se fomenta la competencia, la agresividad y la dominación como maneras de afirmar la propia masculinidad y de mantener el control sobre los demás. Los varones que construyen sus identidades de género a partir de la masculinidad hegemónica suelen tener dificultades para expresar sus emociones y sentimientos, para cuidar de sí mismos y de los demás, y para establecer relaciones saludables y enriquecedoras con las mujeres o con otras personas en general (Vescio, Schermerhorn, Gallegos y Laubach, 2021).

En la actualidad, existen numerosas líneas de investigación sobre la masculinidad hegemónica y sus efectos en la salud, el bienestar y la igualdad de género. Algunas de las más destacadas son:

- Estudios sobre la socialización de género: se han analizado los procesos mediante los cuales las infancias aprenden y adoptan las normas y valores de género que prevalecen en su entorno social y se ha comprobado que estos procesos suelen ser muy diferentes para hombres y mujeres (Rivera y Scholar, 2020).
- Relación entre masculinidad y violencia: se ha estudiado cómo la idea de la superioridad masculina y la necesidad de afirmarla puede llevar a los hombres a utilizar la violencia como forma de controlar a las mujeres y a otros hombres, y cómo esta violencia tiene graves consecuencias para la salud y el bienestar de todas las personas implicadas (Jewkes y Morrell, 2018).
- Masculinidad hegemónica y salud mental: se ha observado que los hombres que se adhieren a este modelo de masculinidad suelen tener mayores tasas de depresión, ansiedad y otros trastornos mentales debido a la dificultad para expresar sus emociones y para buscar apoyo cuando lo requieren (Smith, Mouzon y Elliott, 2022).
- Construcción de nuevas formas de masculinidad: se han propuesto diversas reflexiones en torno a la promoción de una masculinidad más positiva, basada en valores como la igualdad, el respeto y el cuidado, y se ha planteado que estas iniciativas pueden tener efectos muy beneficiosos tanto para los hombres como para las mujeres y para la sociedad en general (Newman et al, 2022).

Los modelos de masculinidad hegemónica han sido contrastados por propuestas 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); las *nuevas masculinidades* (Fuller, 2018) y las *masculinidades no hegemónicas* (Strier y Perez-Vaisvidovsky, 2021). En síntesis, se trata de posturas que proponen formas de relación alternativas a la reproducción patriarcal y violenta que ha caracterizado a la masculinidad hegemónica.

Como es posible ver en los trabajos de Seager y Barry (2019), Cole y Patterson (2022) y Wilson et al. (2022), la masculinidad positiva es un concepto que se ha vuelto cada vez más relevante en los últimos años. Como ya hemos adelantado, se trata de una forma de entender la masculinidad que promueve valores y actitudes saludables, respetuosas y responsables, que busca fomentar la igualdad de género y el bienestar personal y colectivo.

A diferencia de la masculinidad hegemónica, la masculinidad positiva se enfoca en desarrollar habilidades y rasgos como la empatía, la honestidad, la vulnerabilidad, el cuidado de uno mismo y de los demás, la solidaridad y el respeto a la diversidad (Hatger, 2021). Esto significa que un hombre que se adhiere a la masculinidad positiva no se siente amenazado por las mujeres ni por las personas con identidades de género distintas a la suya, sino que las ve como seres iguales y valiosos, y se esfuerza por establecer relaciones respetuosas y enriquecedoras con ellas (Hoffman y Addis, 2020).

Como plantean McDermott et al. (2019), la masculinidad positiva no limita ni condiciona la expresión de las emociones y sentimientos, sino que alienta a los hombres a reconocer y aceptar sus propias necesidades y debilidades, y a buscar ayuda y apoyo cuando sea necesario. Esto contribuye a prevenir la depresión, la ansiedad y otros trastornos mentales que a menudo afectan a los hombres, pero que suelen ser ignorados o minimizados debido a los estereotipos de género (Seidler, Rice, River, Oliffe y Dhillon, 2018).

Preguntas de investigación

¿De qué manera se manifiestan rasgos de las masculinidades positivas en una muestra de perfiles mexicanos con presencia en Facebook y TikTok?

Metodología

Se realizó un análisis de contenido (Krippendorff, 1997) sobre una muestra no representativa y no probabilística de publicaciones y comentarios hechos en perfiles de origen mexicano con actividad tanto en Facebook como en TikTok durante el mes de junio de 2022. El periodo de observación tuvo lugar a partir de dos efemérides asociadas a los planteamientos de masculinidad positiva: el Día del Padre y el Día Internacional del Orgullo LGBTQ+.

El corpus consistió en un total de 114 publicaciones y 1,554 comentarios. Las unidades de observación estuvieron dadas por las cuentas *De Machos a Hombres* (DMAH) y *Voices of Brotherhood* (VOB). Estos dos perfiles fueron escogidos con base en los siguientes criterios:

- Hacer publicaciones en español y desde algún lugar dentro de la República Mexicana.
- Tratar de 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 tradicionales de masculinidad hegemónica.

Las unidades de registro consistieron en un total de 22 indicadores de masculinidad hegemónica y tradicional agrupados con base en los lineamientos de Lagarde (2005): hombría, virilidad y proveedor (Tabla 1); más ocho indicadores sobre masculinidad positiva.

Los indicadores de masculinidad positiva considerados fueron:

- Paternidad participativa
- Relaciones de pareja respetuosas / amorosas / nutritivas
- Respeto a la diversidad sexo-genérica
- Libre expresión emocional
- Participación en trabajo doméstico
- Autocuidado físico y mental
- Sexualidad sana / respetuosa / nutritiva
- Solidaridad con mujeres / feminismo

Resultados

Los principales resultados señalan que, en el corpus estudiado de publicaciones y comentarios, sólo 10 (0.006%)

se posicionaron desde la interiorización de rasgos de la masculinidad hegemónica (con la misoginia y la hipersexualidad en los dos primeros lugares). El resto de las publicaciones y comentarios hacían referencia a críticas o planteamientos alternos a este encuadre sobre la masculinidad, como se sintetiza en la Tabla 2.

En promedio, las propuestas sobre masculinidad positiva que fueron observadas en la muestra se refieren a los siguientes aspectos: paternidad participativa (36%), libre expresión emocional (12%), autocuidado mental y físico (26%), relaciones de pareja respetuosas (8%), tolerancia a la diversidad sexo-genérica (7%), entre otros aspectos (11% restante). El detalle por cuentas e indicadores se muestra en la Tabla 3.

Conclusión

Como ha sido planteado en aproximaciones previas (Gurrieri y Drenten, 2019; Schroeder, 2021; Kondakciu, Souto y Zayer, 2022), las redes sociodigitales se están consolidando como importantes espacios en los que se expresan, construyen, negocian y transforman constantemente muchos de los rasgos de unicidad y adscripción colectiva que constituyen la identidad.

Ante la multiplicidad de maneras en que es posible asumir y actuar desde las identidades masculinas, en el presente trabajo hemos hecho una exploración inicial sobre posicionamientos que tienen la intención de romper con los esquemas y modelos de violencia, represión emocional y desigualdad tradicionalmente contruidos de forma colectiva en relación con la masculinidad hegemónica, como ha sido definida por Connell (1983). En el contexto mexicano, ancestralmente caracterizado por el machismo (Mirandé, 2018; Rojas y Morales, 2020), esto nos pareció especialmente relevante, sobre todo considerando las ausencias en la revisión del estado de la cuestión.

Los resultados que hemos presentado dan indicios sobre un fragmento de la realidad social, en donde es posible atisbar cómo se manifiestan algunas fracturas en lo virtual en torno a las concepciones tradicionales de masculinidad. Como hemos visto, los perfiles observados se ubican dentro de una zona de resistencia ante el modelo hegemónico. Este es un fenómeno que ya había sido previamente reportado por Haywood y Mac an Ghail (2012) en relación con

la manifestación de las identidades masculinas en línea. Sin embargo, consideramos importante resaltar que lo observado en *Voices of Brotherhood* y *De Machos a Hombres* no puede ser considerado como una nueva tendencia en lo virtual. Trabajos como los de Pedraza (2019), Stuart (2020), Plaza-Del-Arco, Molina-González, Ureña-López y Martín-Valdivia (2020) y Orton y de Andrade (2020), sugieren que en Internet prevalecen expresiones identitarias ancladas en la masculinidad hegemónica.

Metodológicamente hablando, es importante reconocer que los indicadores de masculinidad positiva que presentaron las mayores frecuencias de aparición (paternidad participativa, libre expresión emocional, autocuidado mental y físico, relaciones de pareja respetuosas y tolerancia a la diversidad sexo-genérica) es probable que se encuentren asociados al periodo de observación que, como fue descrito, incluyó el Día del Padre y el Día del Orgullo LGBTQ+. En ambos perfiles fue posible observar publicaciones que hacían referencia explícita a estas conmemoraciones, que dieron

lugar a una intensa participación de las personas usuarias. Consideramos relevante señalar que, ante esta posibilidad, realizaremos nuevos levantamientos de datos sobre los mismos perfiles y plataformas durante los meses de noviembre de 2022 (en relación con el Día del Hombre) y marzo de 2023 (en torno al Día Internacional de la Mujer). Estos resultados serán reportados en publicaciones futuras.

En todo caso, en términos de los indicadores que hemos empleado, tanto sobre masculinidad hegemónica como masculinidad positiva, consideramos importante destacar la necesidad de seguir trabajando en su depuración. Como fue planteado en el apartado conceptual, la masculinidad se asocia con procesos sociales de significación que están en constante transformación. Algunas de las referencias empleadas para su construcción tienen ya más de 20 años, rango de tiempo en el que es posible que algunas valoraciones sobre lo que implica ser hombre puedan haberse transformado.

Tablas

Tabla 1: Indicadores de masculinidad tradicional según los lineamientos de Lagarde (2005)

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

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2. Publicaciones y comentarios, por categorías

Categorías de masculinidad	Publicaciones								Comentarios							
	DMAH				VOB				DMAH				VOB			
	Facebook		TikTok		Facebook		TikTok		Facebook		TikTok		Facebook		TikTok	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Criticas a hombre como proveedor	5	5%	1	4%	2	3%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Criticas a hombría y virilidad	10	10%	4	14%	5	7%	0	0%	1	3%	13	65%	0	0%	0	0%
Críticas a hombría tradicional	31	31%	6	21%	9	13%	3	30%	26	84%	3	15%	49	68%	7	6%
Masculinidad no tradicional	54	54%	17	61%	54	77%	7	70%	4	13%	4	20%	23	32%	119	94%
TOTAL	100	100%	28	100%	70	100%	10	100%	31	100%	20	100%	72	100%	126	100%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3. Indicadores de masculinidad positiva

Masculinidad positiva	Publicaciones								Respuestas / Comentarios							
	DMAH				VOB				DMAH				VOB			
	FB		TT		FB		TT		FB		TT		FB		TT	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Paternidad participativa	1	22%	4	24%	8	15%	0	0%	3	75%	6	100%	6	26%	36	30%
Relaciones de pareja respetuosas / amorosas / nutritivas	7	13%	0	0%	5	9%	1	14%	1	25%	0	0%	1	4%	0	0%
Respeto a la diversidad sexo-genérica	7	13%	5	29%	0	0%	1	14%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Libre expresión emocional	6	11%	1	6%	5	9%	1	14%	0	0%	0	0%	1	57%	2	2%
Trabajo doméstico	6	11%	1	6%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Autocuidado físico y mental	4	7%	3	18%	2	50%	4	57%	0	0%	0	0%	3	13%	79	66%
Sexualidad sana / respetuosa / nutritiva	4	7%	2	12%	2	4%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	2%
Solidaridad con mujeres / feminismo	1	2%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Otros temas	7	13%	1	6%	7	13%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL	5	100%	1	100%	5	100%	7	100%	4	100%	6	100%	2	100%	11	100%

Fuente: Elaboración propia

Referencias

- Anderson, E. (2009). *Inclusive Masculinity: The Changing Nature of Masculinities*. Routledge.
- Bamman, D., Eisenstein, J. y Schnoebelen, T. (2014). Gender identity and lexical variation in social media. *Journal of Sociolinguistics*, 18(2), 135-160.
- Cole, B. P. y Patterson, T. P. (2022). Positive Masculinity and Fatherhood. En S. Molloy, P. Azzam y A. Isacco (Eds.) *Handbook of the Psychology of Fatherhood* (pp. 61-71). Springer International Publishing.
- Connell, R.W. (1983). *Which Way Is Up? Essays on Class, Sex and Culture*. Allen & Unwin.
- Connell, R. (2020). Masculinities: The field of knowledge. En S. Hurlacher (Ed.) *Configuring masculinity in theory and literary practice* (pp. 39-51). Brill. <https://doi.org/10.1111/josl.12080>
- Fuller, N. (2018). *Difícil ser hombre. Nuevas masculinidades latinoamericanas*. Fondo Editorial PUC.
- García-Gómez, A. (2020). Discursive representation of masculinity and femininity in Tinder and Grindr: Hegemonic masculinity, feminine devaluation and femmophobia. *Discourse & Society*, 31(4), 390-410. <https://doi.org/10.1177/0957926520903523>
- Gurrieri, L. y Drenten, J. (2019). The hashtagable body: Negotiating gender performance in social media. En S. Dobscha (Ed.) *Handbook of research on gender and marketing* (pp. 101-116). Edward Elgar Publishing.
- Hatger, N. (2021). *Positive Masculinity in a German Mythopoeic Men's Group: A Reflexive Thematic Analysis* [Tesis de Maestría]. University of Twente. <http://essay.utwente.nl/88795/>
- Haywood, C. y 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.
- 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.
- Haywood, C. y 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>.
- Hoffman, E. y Addis, M. E. (2020). Reconstructing and/or Deconstructing Masculinity: A Commentary on the Case of "Tommy". *Pragmatic Case Studies in Psychotherapy*, 16(3), 312-319. <https://doi.org/10.14713/pcsp.v16i3.2079>
- Jewkes, R. y Morrell, R. (2018). Hegemonic masculinity, violence, and gender equality: Using latent class analysis to investigate the origins and correlates of differences between men. *Men and Masculinities*, 21(4), 547-571. <https://doi.org/10.1177/1097184X17696171>
- 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>
- Kondakci, K., Souto, M. y Zayer, L. T. (2022). Self-presentation and gender on social media: an exploration of the expression of "authentic selves". *Qualitative Market Research: An International Journal*, 25(1), 80-99. <https://doi.org/10.1108/QMR-03-2021-0039>
- 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>
- Malti-Douglas, F. (2007). *Encyclopedia of Sex and Gender*. MacMillan.
- McDermott, R. C., Pietrantonio, K. R., Browning, B. R., McKelvey, D. K., Jones, Z. K., Booth, N. R. y Sevig, T. D. (2019). In search of positive masculine role norms: Testing the positive psychology positive masculinity paradigm. *Psychology of Men & Masculinities*, 20(1), 12. <https://doi.org/10.1037/men0000160>
- 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.

- Mirandé, A. (2018). *Hombres y machos: Masculinity and Latino culture*. Routledge.
- Newman, T. J., McCray, K., Lower-Hoppe, L. M., Rockhill, C., Ingram, D., Ohanasian, J. y Simmons-Horton, S. (2022). Healthy masculinity construction: The influence of race, faith and athletics. *Children & Society*, 1-21. <https://doi.org/10.1111/chso.12634>
- 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>
- Pascoe, C. J. y 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>
- 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/cuestiones-degenero/article/view/5814/4486>
- 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>
- Rivera, A. y 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. y 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*, 243-246. <https://doi.org/10.1002/9781119547181.ch305>
- Schroeder, J. E. (2021). Reinscribing gender: social media, algorithms, bias. *Journal of Marketing Management*, 37(3-4), 376-378. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2020.1832378>
- Seager, M. y Barry, J. A. (2019). Positive masculinity: Including masculinity as a valued aspect of humanity. En J. A. Barry, R. Kinglerlee, M. Seager y L. Sullivan (Eds.) *The Palgrave Handbook of Male Psychology and Mental Health*, (pp. 105-122). Plagrave.
- 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.
- Seidler, Z. E., Rice, S. M., River, J., Oliffe, J. L. y Dhillon, H. M. (2018). Men's mental health services: The case for a masculinities model. *The Journal of Men's Studies*, 26(1), 92-104. <https://doi.org/10.1177/1060826517729406>
- Simões, R. B., Amaral, I., y José Santos, S. (2021). The new feminist frontier on community-based learning. Popular feminism, online misogyny, and toxic masculinities. *European Journal for Research on the Education and Learning of Adults*, 12(2), 165-177. <https://doi.org/10.25656/01:22501>
- Smith, D. T., Mouzon, D. M. y Elliott, M. (2022). Hegemonic Masculinity and Mental Health Among Older White Men in the US: The Role of Health and Wealth Decline. *Sex Roles*, 86(11-12), 605-619. <https://doi.org/10.1007/s11199-022-01291-4>
- Statista (2022). *El meteórico ascenso de TikTok*. Statista. <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/jfr.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>
- 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>
- Vescio, T. K., Schermerhorn, N. E., Gallegos, J. M. y Laubach, M. L. (2021). The affective consequences of threats to masculinity. *Journal of Experimental Social Psychology*, 97, <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2021.104195>
- Wilson, M., Gwyther, K., Swann, R., Casey, K., Featherston, R., Oliffe, J. L., Englar-Carlson, M. y 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>