UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

UNIDAD XOCHIMILCO

División de Ciencias Sociales y Humanidades

La normalización de discursos de odio en la Manosfera: cámaras de eco, memes y violencia de género en grupos de Facebook

Trabajo Terminal para obtener

el título de Licenciatura en Comunicación Social

PRESENTAN

Becerra Aquino Daniela

Islas Sánchez Juan Carlos

Román Loeza Luis Felipe

Asesoras responsables:

Ortega Ramírez Carmen Patricia

Vilchis Díaz Rebeca

Asesor externo: Salgado Bautista Diego Augusto

Lectora/es externa:

Diana Juárez Torres

INDÍCE

Introducción 7

Marco socio histórico contextual 10

El inicio de las redes sociales y el auge de Facebook 10

El algoritmo y su función en los grupos públicos de Facebook 17

Discursos de odio y desprecio por las mujeres 21

El fenómeno de la Manosfera y los grupos masculinistas en Facebook 23

El meme como contenido recurrente en Facebook y su uso en la Manosfera 33

Breviario del desarrollo normativo sobre la violencia digital en México 35

Marco teórico 36

Introducción 36

Bases conceptuales de la Economía Política de la comunicación y la Cultura 38

Carácter crítico y normativo (derechos, democracia y justicia) 41

Industrias culturales, concentración mediática y convergencia entre telecomunicaciones, medios y plataformas 41

Redes sociodigitales 44

La Manosfera y su impacto en las industrias culturales y el ecosistema digital 47

Metodología de la investigación 50

Enfoque o tipo de investigación 50

Diseño de la investigación 53

Diseño del campo de investigación y corpus discursivo 56

Análisis de los memes provenientes de grupos masculinistas en Facebook: una aproximación semiológica y discursiva 63

Hechos de lengua y habla en el sistema semiológico de los memes de la Manosfera 88

Denotación y connotación en el meme 93

Planos de la expresión y del contenido en el meme 94

Análisis semiológico de los memes recopilados de grupos masculinistas de Facebook 96

Conclusiones: 122

Declaración de transparencia en el uso de herramientas de IA 128

Referencias bibliográficas. 13129

Agradecimientos de Daniela Becerra Aquino.

Llegar hasta este momento significa mirar hacia atrás y reconocer que ningún logro se construye completamente en soledad. Esta investigación representa años de esfuerzo, aprendizajes, dudas, sueños y momentos en los que fue necesario seguir adelante incluso cuando el camino parecía difícil. Pero, sobre todo, representa la presencia de todas aquellas personas que caminaron conmigo y que, de una u otra manera, hicieron posible que hoy pueda cerrar esta etapa.

A mis padres, Laura Aquino de Jesús y Miguel Becerra Mejía, les agradezco profundamente por ser el origen de todo lo que soy. Gracias por su amor incondicional, por sostenerme en cada etapa de mi vida y por brindarme siempre las herramientas para perseguir mis sueños. Gracias por confiar en mí, por acompañarme en cada decisión y por enseñarme con su ejemplo que la perseverancia y el esfuerzo siempre encuentran su recompensa. Cada logro que alcance llevará siempre una parte de ustedes.

A mi hermana Ana Guadalupe Becerra Aquino, no existen palabras suficientes para agradecer todo lo que has hecho por mí. Gracias por ser mucho más que una hermana; gracias por ser mi compañera, mi cómplice y una de las personas que más ha creído en mis capacidades. Gracias por estar presente en cada idea, en cada proyecto y en cada sueño que alguna vez imaginé. Muchas veces mis ocurrencias parecían imposibles, pero tú encontraste la manera de hacerlas realidad. Gracias por ayudarme, por impulsarme, por escucharme y por hacer hasta lo imposible para verme cumplir mis metas. Gran parte de este camino no habría sido igual sin ti.

A Abraham Cervantes Medina, gracias por ser parte fundamental de este proceso y de muchos otros momentos importantes de mi vida. Gracias por tu disposición, tu apoyo y por acompañarme en cada proyecto que parecía complicado. Gracias por convertir ideas en realidades, por poner tu tiempo, esfuerzo y talento a mi lado, y por demostrarme que el apoyo verdadero también se encuentra en quienes deciden caminar contigo. Tu ayuda dejó una huella profunda en este camino.

A mi hermana Laura Angélica Becerra Aquino, gracias por tu cariño, tu compañía y por formar parte de mi vida de una manera tan especial. Gracias por estar presente y por ser parte de esta familia que siempre ha sido mi mayor fortaleza. A mi cuñado Gerardo Carrillo, gracias por tu apoyo, tu cariño y por acompañar este proceso.

A Luis Antonio Martínez Gómez, mi agradecimiento más sincero por haber estado presente en tantos momentos de mi trayectoria. Gracias por creer en mis ideas, por ayudarme a construirlas y por acompañarme en proyectos que significaban mucho para mí. Gracias por escucharme, por compartir conmigo tus conocimientos, por impulsarme cuando lo necesitaba y por demostrarme que la amistad también puede convertirse en una forma de apoyo y crecimiento.

A mis amigos Merari Meza y Jorge Carreño, así como a todas las personas que formaron parte de mi camino durante la carrera, gracias por cada conversación, cada consejo, cada palabra de ánimo y cada momento compartido. Gracias por estar presentes en una etapa que me transformó tanto personal como profesionalmente.

A mis profesores, gracias por haber sido parte de mi formación académica y por compartir conmigo conocimientos que hoy forman parte de mi manera de comprender el mundo. Especialmente agradezco a Rebeca Vilchis y Patricia Ortega, quienes acompañaron de manera cercana el desarrollo de esta investigación. Gracias por sus enseñanzas, su paciencia, sus observaciones y por guiarme durante este proceso. Su acompañamiento fue fundamental para que esta investigación pudiera convertirse en una realidad.

A Gustavo Abel Huerta Barrientos, gracias por caminar a mi lado durante este proceso y por creer en mí incluso en aquellos momentos en los que mis propias dudas me hacían olvidar todo lo que era capaz de lograr. Gracias por tu paciencia, por escuchar mis ideas, mis preocupaciones y mis cansancios; por acompañarme en cada etapa de este camino y por brindarme tu apoyo.

Gracias por recordarme que podía terminar aquello que había comenzado y por ser una presencia constante en medio de los retos. Compartir esta etapa contigo significó encontrar compañía, confianza y tranquilidad durante un proceso lleno de aprendizajes. Este logro

también guarda un poco de tu apoyo, de tus palabras y de la confianza que siempre depositaste en mí.

A Gato, mi compañero silencioso durante tantas noches de trabajo, también quiero dedicarle unas palabras. Aunque para muchos solo seas una mascota, para mí has sido mucho más que eso: has sido compañía, calma y un pequeño refugio en los momentos de mayor incertidumbre. Gracias por estar a mi lado mientras escribía, por acompañarme en las largas jornadas de tareas, por brindarme tranquilidad cuando el cansancio y las dudas aparecían, y por recordarme, con tu simple presencia, que nunca estaba completamente sola. Tu compañía hizo más llevadero este camino y formaste parte de una etapa de mi vida que siempre recordaré con cariño.

Finalmente, quiero agradecer a mi equipo de investigación, Felipe y Carlos, por compartir conmigo este último tramo de la carrera. Gracias por su compromiso, por el trabajo realizado en conjunto y por formar parte de la construcción de este proyecto. Cada esfuerzo compartido, cada conversación y cada desafío superado hicieron que este proceso fuera una experiencia de aprendizaje y crecimiento.

A todas las personas que han dejado una marca en mi vida, gracias. Esta tesis lleva mi nombre, pero también lleva un poco de cada persona que me sostuvo, me inspiró y creyó en mí. Este logro es también una forma de agradecerles por haber sido parte de mi historia.

Agradecimientos de Juan Carlos Islas Sánchez

Por todos los días y las noches en los que he contado con el apoyo de mi familia. Gracias a mi padre, Vicente Islas Olmedo, por enseñarme el valor del esfuerzo constante para alcanzar mis objetivos; a mi madre, Brígida Sánchez Morales, por su franqueza y cariño en los momentos en que me he sentido perdido; y a mi hermano, Miguel Ángel Islas Sánchez, por ser esa persona a quien siempre puedo recurrir en busca de un consejo.

Ustedes son el motor que me impulsa a superarme y la razón por la que todo esto vale la pena.

Gracias a mi equipo de trabajo, Daniela Becerra Aquino y Luis Felipe Román Loeza, por su esfuerzo y compromiso en la realización de esta investigación, así como por su compañía a lo largo de este trayecto, que no ha sido nada fácil.

Finalmente, agradezco a mis profesoras, Patricia Ortega y Rebeca Vilchis, por ser los guías que orientaron el desarrollo y la estructura de la presente investigación.

Agradecimientos de Luis Felipe Román Loeza

La presente investigación no solo es resultado de un arduo trabajo, sino que también de un gran apoyo que me han dado las personas que me rodean día a día y me hacen que mejore tanto académica como personalmente.

A Raymundo Román y María del Rayo Loeza por no dejar de creer en mí, encaminarme hacia el mejor resultado posible y no dejar que perdiera el rumbo cuando las cosas fueron difíciles.

A José Daniel Román y Miguel Ángel Román por apoyarme a su manera, estar presentes y ser parte fundamental en mi crecimiento académico enriqueciéndome con conocimientos y debates en diferentes disciplinas.

A Laura Isabel Román por ser mi pilar fundamental de apoyo emocional en toda mi carrera. Agradecer también sus buenos consejos y críticas constructivas hacia mi trabajo y ser la principal interesada en mi desarrollo académico.

A todos mis amigos y familiares que aportaron de diferentes maneras este proceso desde que comenzó hace cuatro años y no termina con esto.

A los que se quedaron, los que se fueron y los que ya no están.

Introducción

Los memes se han convertido en un elemento fundamental para la distribución, expansión y posicionamiento de ideologías. Asimismo, han servido como un medio para normalizar discursos de odio y de radicalización en distintos ámbitos políticos y socioculturales, al presentarlos bajo la apariencia del humor. Como señala la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales (2016), "el humor discriminador permea nuestras relaciones sociales, creando un clima de tolerancia a ciertos comportamientos que socialmente consideramos aceptables o inaceptables".

En este contexto, la Manosfera se ha fortalecido y expandido mediante las redes sociales y el discurso de las denominadas nuevas masculinidades, motivo por el cual se decidió abordar este fenómeno como objeto de estudio. Estas comunidades representan un ejemplo claro de cómo los memes pueden convertirse en herramientas para la difusión y legitimación de determinadas ideologías. Al respecto, Lacalle et al. (2023) señalan que "la Manosfera está integrada por una extensa y difusa red de subreddits, blogs, redes sociales y foros. Su heterogeneidad deriva de su complejidad y de su extremada fragmentación; pero también de su constante evolución".

La relevancia de esta investigación radica en visibilizar la manera en que los memes producidos al interior de las comunidades de la Manosfera funcionan como vehículos discursivos para normalizar la discriminación y la misoginia en el ecosistema digital. En este sentido, Pérez Salazar et al. (2014) sostienen que "los memes hacen guiños en relación con significados compartidos al interior de dichas comunidades, y quienes son ajenos a estas son incapaces de participar plenamente en la semiosis que tiene lugar a partir de su uso".

El presente estudio se justifica por el impacto social que estas dinámicas tienen, principalmente, en las personas jóvenes que consumen este tipo de contenido. A ello se suma

la escasez de investigaciones, tanto en México como en Latinoamérica, que analicen la relación entre el humor digital y la violencia de género, situación que limita la comprensión de estos mecanismos y dificulta el fortalecimiento de la perspectiva de género y de los derechos humanos en los entornos digitales.

La investigación parte de la premisa de que el ecosistema digital contemporáneo está dominado por plataformas y algoritmos que priorizan la viralidad y la personalización de los contenidos. Como señalan Van Dijck et al. (2018), "La selección algorítmica de noticias en plataformas como Facebook tiende a priorizar la viralidad y la personalización, en lugar de la precisión o la diversidad informativa; principios que están profundamente integrados en las arquitecturas de las plataformas incitan a los usuarios a compartir contenido con sus amigos y seguidores, lo que, a su vez, provoca una respuesta emocional".

Como consecuencia, se ha configurado un entorno propicio para la desinformación y la posverdad, favoreciendo la circulación de discursos de odio. En este escenario, la Manosfera recurre a estrategias como la manipulación de la información, la victimización masculina y el uso del humor mediante memes para reforzar narrativas misóginas y antifeministas. La difusión de estos contenidos, amplificada por las cámaras de eco y favorecida por el algoritmo de Facebook, contribuye a legitimar la violencia digital de género al normalizar la discriminación y la misoginia en los espacios digitales. En este sentido, la Fundación Telefónica España (2023) afirma que "Nuestro cerebro tiende a buscar y aceptar con facilidad aquella información que confirma nuestras creencias preexistentes y a rechazar la que las contradice (sesgo de confirmación)".

Bajo este panorama, la investigación se orientó a responder la siguiente pregunta:

¿De qué manera los memes provenientes de la Manosfera generan retroalimentación en los comentarios de Facebook, propiciando cámaras de eco que legitiman discursos de odio, machismo y antifeminismo?

A partir de esta pregunta se estableció como objetivo general analizar la representación y circulación de los discursos de odio, machismo y antifeminismo a partir de los memes provenientes de la Manosfera y de las interacciones que estos generan en comunidades

masculinistas de Facebook, con el propósito de comprender los mecanismos que favorecen la conformación de cámaras de eco, la polarización y la violencia digital de género en el entorno digital.

De manera complementaria, se plantearon los siguientes objetivos específicos: identificar las emociones predominantes que estructuran los discursos de la Manosfera y su relación con la lógica de la posverdad; describir las dinámicas de interacción social que generan los memes en las comunidades masculinistas, identificando procesos de cámara de eco y de legitimación colectiva de los discursos de odio; y explorar la manera en que los memes y las interacciones asociadas contribuyen a la reproducción de estereotipos sexistas y a la violencia digital de género.

Para alcanzar dichos objetivos, se adoptó un enfoque cualitativo sustentado en el análisis de contenido, herramienta que permitió identificar, sistematizar y clasificar los discursos presentes en las interacciones generadas por los memes. De manera complementaria, se recurrió al análisis semiológico propuesto por Roland Barthes en *La aventura semiológica* (1993), con el fin de interpretar los elementos visuales y discursivos que conforman estos productos comunicativos.

Ambas herramientas metodológicas se articularon con la perspectiva de la Economía Política de la Comunicación y la Cultura, lo que hizo posible situar el análisis de los memes en un marco más amplio sobre el funcionamiento de las plataformas digitales y su papel en la circulación, amplificación y legitimación de los discursos de odio dentro de comunidades masculinistas en Facebook.

El primer capítulo presenta los fundamentos de la Economía Política de la Comunicación y la Cultura, perspectiva desde la cual se analiza el papel de las plataformas digitales como actores económicos y sociales que estructuran la circulación de contenidos mediante algoritmos y modelos de negocio basados en la recopilación y monetización de datos.

El segundo capítulo sitúa la investigación en el ecosistema digital contemporáneo, explicando el desarrollo y la consolidación de las plataformas digitales, con especial énfasis en Facebook. Asimismo, aborda la conformación de la Manosfera y de los grupos

masculinistas en los entornos digitales, la influencia de los memes en la comunicación contemporánea y el marco normativo relacionado con la violencia de género en redes sociales.

El tercer capítulo describe el diseño metodológico de la investigación, la construcción del campo de estudio y los criterios empleados para la selección del corpus de memes masculinistas. De igual manera, explica la articulación entre el enfoque metodológico y la Economía Política de la Comunicación y la Cultura para comprender el funcionamiento de las plataformas sociodigitales como actores económicos, políticos y culturales, así como su relación con la Manosfera.

El cuarto capítulo desarrolla las herramientas metodológicas empleadas para el análisis del corpus. En primer lugar, se presenta el análisis de contenido y, posteriormente, el análisis semiológico de los memes seleccionados, con el propósito de interpretar sus significados, identificar los recursos visuales y discursivos que los conforman y examinar las dinámicas de interacción que generan entre los integrantes de las comunidades masculinistas estudiadas.

El quinto capítulo expone los principales resultados y hallazgos de la investigación. A partir del análisis realizado, se explica cómo los memes provenientes de la Manosfera y las interacciones que generan contribuyen a la construcción de cámaras de eco que legitiman discursos de odio, misoginia y antifeminismo. Asimismo, se analiza el papel del anonimato, la lógica algorítmica de Facebook y el modelo económico de las plataformas digitales en la reproducción y normalización de estas narrativas.

Finalmente, se presentan las conclusiones del estudio, la comprobación de la hipótesis y las principales aportaciones de la investigación para comprender la relación entre las plataformas digitales, las comunidades masculinistas y la violencia digital de género.

Marco socio histórico contextual

El inicio de las redes sociales y el auge de Facebook

El ecosistema digital es, para este proyecto, un espacio de suma importancia para identificar memes provenientes de la Manosfera, así como las comunidades que la integran y las interacciones que suelen tener en estos espacios. Por esta razón, para el desarrollo del marco sociohistórico contextual resulta primordial mencionar el origen de la web, con el fin de establecer una conexión clara con los antecedentes del espacio en el cual se desarrolla esta investigación.

Los inicios de la World Wide Web nos remontan a la década de 1990, de la mano de Tim Berners-Lee y Robert Cailliau, quienes son los principales responsables de su desarrollo y evolución, así como de la creación de nuevas estructuras y lenguajes que han permitido facilitar la comunicación y ampliar las posibilidades de la web.

> La Web fue creada alrededor de 1989 por el inglés Tim Berners-Lee y el belga Robert Cailliau mientras trabajaban en el CERN en Ginebra, Suiza, y publicada en 1992. Desde entonces, Berners-Lee ha jugado un papel activo guiando el desarrollo de estándares Web (como los lenguajes de marcado con los que se crean las páginas web), y en los últimos años ha abogado por su visión de una Web Semántica" (Cruz, P. 2018).

Sin embargo, este no ha sido un proceso que surgiera de la noche a la mañana, pues la web ha cambiado constantemente con el transcurso de los años. Podemos identificar que la primera concepción de la web se remonta al periodo comprendido entre la década de 1990 y los primeros años del siglo XXI. "La Web 1.0 (1991-2003) es la forma más básica que existe, con navegadores de solo texto bastante rápidos" (Cruz, P. 2018).

En la actualidad, esta primera concepción de la web podría parecer limitada; sin embargo, en aquellos años la transmisión de mensajes mediante correos electrónicos constituyó una forma eficaz de facilitar la comunicación entre personas que se encontraban en distintos espacios físicos. "Parecida a una biblioteca. Se puede mirar, leer, pero no se puede generar un vínculo con la fuente de información, a excepción del intercambio de mensajes mediante el correo electrónico" (Cruz, P. 2018). Podría decirse que uno de los principales aportes de la Web 1.0 fue la apropiación de conocimiento basada en la lectura y no en la manipulación o incorporación de nuevos contenidos, pues dependía exclusivamente de la información que el administrador o propietario de la página decidiera compartir. "La Web 1.0 es de solo lectura.

El usuario no puede interactuar con el contenido de la página (nada de comentarios, respuestas, citas, etc.), estando totalmente limitado a lo que el webmaster sube a esta". (Cruz, P. 2018).

Con el paso del tiempo, la Web 1.0 experimentó cambios que la transformaron en un espacio de interacción entre usuarios, donde estos podían aportar nuevos contenidos a las páginas que visitaban. Es decir, en la Web 2.0 el cambio es constante y el conocimiento permanece en circulación.

> Es una evolución de la Web 1.0. Es un 'ecosistema' de la información: Google, Wikipedia, Ebay, YouTube, Skype, Writely, Blogger, RSS, Flickr, Emule. Todas estas aplicaciones y sitios tienen en común que su principal activo es el usuario. A mayor número de usuarios aumenta el valor del sitio y su contenido. No hay versiones, siempre está cambiando (Castells, 2009).

Por ende, el usuario puede investigar información sobre algún tema y apropiarse de ella para posteriormente añadir nuevas perspectivas dentro del mismo ecosistema. De esta manera, otros usuarios pueden acceder a esos contenidos y repetir el mismo proceso. En otras palabras, el conocimiento y el contenido dentro de la Web 2.0 evolucionan de manera constante. "Si la Web 2.0 fuera una biblioteca, cualquiera podría incorporar un texto propio a un estante y escoger uno ajeno" (Castells, 2009).

Siguiendo esta línea, el desarrollo de la Web 3.0 está orientado a la personalización de la información. Esto significa que el software se vuelve útil para ofrecer recomendaciones específicas según los intereses y búsquedas de cada usuario, sustentadas en los datos recopilados a partir de sus actividades previas.

> Añade a los elementos anteriormente descritos la presencia de un consejero (que no es una persona, sino un software), que interpreta cuáles son las obras o autores preferidos, por lo que puede recomendar un nuevo título o sugerir un escritor; ya que la interconexión de las aplicaciones hace posible la existencia de herramientas altamente intuitivas (Cruz Palomino, 2018).

Por lo tanto, la interconexión entre aplicaciones y redes se vuelve fundamental para la personalización de la información, haciendo que la experiencia en línea sea diferente para

cada persona en función de sus intereses y necesidades de información. “Esta tercera generación permite que las aplicaciones web se conecten entre sí, personalizando la navegación de cada persona” (Telefónica, 2023).

Si bien la Web 3.0 ya planteaba una personalización centrada en el usuario, la Web 4.0 es aún más ambiciosa, pues propone que la experiencia de navegación sea completamente diferente en términos de interacción. “La Web 4.0 propone un nuevo modelo de interacción con el usuario más completo y personalizado, no limitándose simplemente a mostrar información, sino comportándose como un espejo mágico que dé soluciones concretas a las necesidades del usuario” (Cruz, P. 2018). Con ello se plantea una experiencia inmersiva, donde el espacio físico y el ecosistema digital lleguen a integrarse para adaptarse a las necesidades de búsqueda, comunicación e interacción de los usuarios. “Se considera que la Web 4.0 integrará completamente la realidad física y la digital (realidad phygital) en un espacio unificado y coherente, a menudo referido como el metaverso” (Novatierra, 2024).

Retomando la idea de la Web 2.0, uno de sus aportes más significativos fue la incorporación de las redes sociales como espacios donde los usuarios podían interactuar entre sí y generar sus propios contenidos. De esta manera, desapareció la limitación característica de la Web 1.0, basada únicamente en la lectura.

> Si en la Web 1.0 la información era entregada como un paquete cerrado para su simple lectura y el feedback con el autor apenas se remitía al correo electrónico, la Web 2.0 marcó el quiebre de esa tendencia y ese punto de inflexión estuvo dado por la aparición de las llamadas redes sociales. Con la puesta en línea de servicios como YouTube, Flickr o SlideShare, los usuarios comenzaron a generar contenidos” (Crucianelli, 2009).

Fue en este contexto cuando apareció el concepto de red social, con el propósito de conectar a las personas y permitir la socialización sin necesidad de compartir un mismo espacio físico. “Esto cambió en 1997, cuando se creó SixDegrees, la primera red social del mundo; una red que permitía localizar a otros miembros de la red y crear listas de amigos, y que se basaba en la teoría de los seis grados de separación, que afirma que es posible conectar con cualquier otra persona del mundo en tan solo seis pasos” (Fraguela, 2025).

Bajo la premisa de poder comunicarse con personas desconocidas y establecer vínculos de manera transnacional, SixDegrees convirtió la teoría de los seis grados de separación en uno de sus principales atractivos. “Esta teoría se basa en que cualquier habitante del planeta está conectado con otro mediante cinco únicos intermediarios, por lo que de ahí surgen los seis enlaces. Se trata de un concepto que nace de que los conocidos de cada persona se multiplican exponencialmente según se avanza en el número de enlaces de la cadena” (Telefónica, 2025).

Sin embargo, tras su auge llegó un periodo de declive que condujo a su desaparición, principalmente debido a la aparición de nuevas redes sociales que ofrecían posibilidades similares para conocer personas de diferentes partes del mundo. En consecuencia, SixDegrees fue perdiendo progresivamente el interés de los usuarios. En palabras de Fraguela (2025):

> En 2001, como decíamos, SixDegrees desapareció, pero fueron solamente necesarios unos meses más para que los entonces afortunados usuarios digitales pudieran empezar a disfrutar de nuevas redes sociales, como Friendster, que se creó en 2002 como una red social para amantes de los videojuegos, o MySpace y LinkedIn, que aparecieron en 2003, considerándose redes mucho más profesionales y orientadas a empresas.

Este contexto permite comprender el origen y desarrollo del espacio digital. Como se ha señalado a lo largo de la investigación, este proyecto tiene un interés particular en Facebook, por lo que resulta pertinente revisar sus antecedentes. Como menciona Fraguela (2025), en el año 2004 un joven universitario procedente de la Universidad de Harvard colocó la guinda del pastel y creó la red social más importante, en la actualidad, del mundo: Facebook. Aquel joven estudiante desconocido por aquel entonces es el popular Mark Zuckerberg.

Podría decirse que Facebook tuvo éxito desde sus inicios, ya que en sus primeros años el acceso a la plataforma estaba restringido a esta comunidad universitaria. Como señala Mateu (2025), “El sitio fue un éxito inmediato y en 24 horas, TheFacebook tenía ya 1.200 usuarios registrados. Un mes después, la mitad de estudiantes de Harvard había creado sus perfiles”.

Tras el rápido crecimiento de usuarios, Zuckerberg y su equipo incorporaron nuevas funciones a la plataforma con el propósito de ampliar sus posibilidades de interacción. Entre las innovaciones más relevantes se encontró la incorporación del muro, herramienta que

permitió a los usuarios publicar mensajes y fotografías en sus perfiles, así como interactuar con las publicaciones de otros usuarios. Al respecto, Mateu (2025) menciona que "el éxito hizo que los fundadores continuaran trabajando en la plataforma, y en septiembre de ese mismo año lanzaron el muro, que permite a los usuarios publicar mensajes y fotografías en su propia página, así como recibir mensajes de otros".

Dos años después de su creación, Facebook dejó de estar limitado al ámbito universitario y abrió su acceso al público en general. Esta expansión favoreció el crecimiento acelerado de la plataforma y atrajo el interés de empresas que comenzaron a utilizarla como un espacio para la promoción de productos y servicios. Como señala Mateu (2025), "habría que esperar hasta abril de 2006 para que la red fuera móvil, y hasta septiembre para que se abriera al público general. Fue un triunfo: incluso las empresas comenzaron a utilizar la red social para marketing y publicidad. En diciembre de ese año, los usuarios habían aumentado hasta los doce millones".

Otro cambio significativo en la historia de Facebook fue la incorporación del botón "Me gusta" en 2009. Esta herramienta permitió cuantificar las reacciones de los usuarios ante los contenidos publicados y sentó las bases para nuevas formas de interacción digital. Como señala Molina (2021), "el famoso botón Me gusta aterriza en la red social en febrero del año 2009, una fecha en la que Facebook se convierte en la primera red social en Estados Unidos, por encima de MySpace". Este mecanismo resulta particularmente relevante para la presente investigación, ya que constituye una de las formas mediante las cuales los usuarios legitiman y validan contenidos como los memes.

La evolución de la plataforma continuó durante los años siguientes. En 2011 Facebook incorporó la fotografía de portada y el sistema Timeline, herramientas que reorganizaron la experiencia de navegación y otorgaron una mayor relevancia a los contenidos visuales. Según Naveira (2020), "es en 2011 cuando Facebook empieza a darle mayor importancia a las imágenes en la plataforma, incluyendo en su interfaz la foto de portada. También se implanta el Timeline para organizar los posts en orden cronológico".

En 2012 la plataforma alcanzó una posición dominante dentro del ecosistema digital. Ese mismo año, Facebook adquirió Instagram y logró superar los mil millones de usuarios activos

mensuales. Como señala Naveira (2020), “la plataforma social de Zuckerberg adquiere Instagram por unos mil millones de euros y también sale a bolsa. Por otra parte, alcanza la cifra de mil millones de usuarios activos al mes”.

Posteriormente, durante las elecciones presidenciales de Estados Unidos en 2016, Facebook fue objeto de fuertes cuestionamientos debido a la posible influencia de la circulación de contenidos y noticias falsas en los procesos políticos. Como respuesta, la empresa anunció medidas dirigidas a restringir la monetización de contenidos considerados engañosos o falsos (Molina, 2021).

Estas preocupaciones se intensificaron en 2018 con el caso Cambridge Analytica, cuando diversas investigaciones revelaron el uso indebido de datos personales de millones de usuarios para fines políticos. De acuerdo con Molina (2021), “una investigación del New York Times y The Observer determinó que la consultora británica Cambridge Analytica obtuvo datos personales de 87 millones de usuarios de Facebook para crear campañas publicitarias con fines políticos sin el consentimiento de estos usuarios”. Este acontecimiento evidenció el alcance de los modelos de negocio basados en la recopilación y explotación de datos personales.

Años más tarde, en 2021, Zuckerberg anunció el cambio de nombre corporativo de Facebook a Meta, con el propósito de integrar bajo una misma estructura empresarial las distintas plataformas de la compañía, entre ellas Instagram, WhatsApp y Messenger. Sin embargo, las aplicaciones conservaron sus nombres originales (Molina, 2024).

Ese mismo año, Facebook volvió a ser objeto de críticas tras los acontecimientos relacionados con el asalto al Capitolio de los Estados Unidos. Diversos actores señalaron el papel de las redes sociales en la circulación de discursos polarizantes y desinformación política. Entre ellos, Elon Musk afirmó que los disturbios registrados eran resultado de un efecto dominó impulsado por las dinámicas de difusión presentes en las plataformas digitales (Islas et al., 2022).

A pesar de las controversias que han acompañado su desarrollo, Facebook continúa siendo una de las plataformas sociodigitales con mayor presencia a nivel mundial, con

aproximadamente 3070 millones de usuarios por mes según un estudio realizado por Naveed Kumar en 2026. Así mismo, como señala Naveira (2020), "a día de hoy, a pesar de los altibajos, Facebook sigue siendo la red social más importante y junto a Instagram domina el espectro de los medios sociales". Por esta razón, Facebook constituye el espacio central de la presente investigación, ya que concentra una gran cantidad de grupos vinculados a la Manosfera y permite observar la circulación de memes, las dinámicas de interacción y los procesos de legitimación discursiva que se producen en estas comunidades digitales.

El algoritmo y su función en los grupos públicos de Facebook

Una de las características que han contribuido al crecimiento y consolidación de Facebook como una de las principales plataformas sociodigitales es la implementación de sistemas algorítmicos encargados de organizar, seleccionar y distribuir los contenidos que circulan dentro de la red. A través de indicadores como los "likes", comentarios, compartidos y otras formas de interacción, estos algoritmos determinan qué publicaciones adquieren mayor visibilidad y cuáles permanecen con un alcance más limitado.

En términos generales, un algoritmo puede definirse como un conjunto de instrucciones ordenadas destinadas a resolver un problema o ejecutar una tarea específica. Como señala Maluenda (2026), "un algoritmo informático es un conjunto de instrucciones definidas, ordenadas y acotadas para resolver un problema, realizar un cálculo o desarrollar una tarea". En el caso de Facebook, estos sistemas analizan continuamente el comportamiento de los usuarios con el objetivo de ofrecer contenidos que generen mayores probabilidades de interacción.

Desde la perspectiva de la economía de las plataformas, los algoritmos cumplen una función central dentro del modelo de negocio de Facebook. La plataforma obtiene beneficios económicos a partir de la permanencia y participación de los usuarios, por lo que privilegia aquellos contenidos capaces de captar atención y generar *engagement*. En consecuencia, la visibilidad de una publicación no depende únicamente de su contenido, sino también de su capacidad para producir reacciones, comentarios, compartidos y otras formas de interacción.

Esta dinámica resulta especialmente relevante para comprender la circulación de contenidos provenientes de la Manosfera. Los memes, publicaciones y discursos asociados a estas comunidades suelen apelar a emociones intensas como el enojo, la frustración, el resentimiento o la indignación, elementos que favorecen la participación de los usuarios y aumentan las posibilidades de difusión dentro de la plataforma. Cuando un contenido genera altos niveles de interacción, los sistemas algorítmicos tienden a incrementar su visibilidad, permitiendo que alcance a un número mayor de usuarios.

Los grupos públicos de Facebook constituyen espacios particularmente importantes para este proceso, ya que facilitan la interacción entre personas que comparten intereses, opiniones o experiencias similares. Dentro de estos espacios, los usuarios pueden expresar sus puntos de vista mediante publicaciones, comentarios y reacciones, generando dinámicas de intercambio que contribuyen a la circulación y legitimación de determinados discursos.

Asimismo, diversos autores han señalado que la interacción en entornos digitales suele estar acompañada por procesos de desinhibición en línea. López (2022) señala que las personas frecuentemente se comportan de manera diferente en internet que en las interacciones cara a cara, expresando opiniones o emociones con mayor libertad. Esta situación puede verse reforzada por el uso de perfiles con escasa información personal o por la percepción de anonimato relativa que ofrecen ciertos espacios digitales.

En este contexto, los memes adquieren una relevancia particular debido a su capacidad para sintetizar ideas complejas mediante recursos visuales y textuales de fácil comprensión. Su formato favorece la circulación rápida entre usuarios y facilita la apropiación de mensajes por parte de las comunidades que los consumen. Como señala Rivera (2025), un contenido viral es aquel que se difunde rápidamente gracias a que numerosos usuarios lo comparten de manera reiterada.

La viralización de contenidos se encuentra estrechamente relacionada con el funcionamiento de los algoritmos de Facebook. Las publicaciones que generan mayores niveles de interacción suelen ser priorizadas por la plataforma, aumentando sus posibilidades de aparecer en los feeds de otros usuarios. De acuerdo con The Social Media Family (2021), la

visibilidad de una publicación funciona como un efecto en cadena que se incrementa conforme aumenta la participación de los usuarios.

En el caso de los memes provenientes de la Manosfera, esta lógica resulta particularmente significativa. Los contenidos que contienen mensajes misóginos, antifeministas o discriminatorios pueden alcanzar una amplia difusión cuando generan altos niveles de interacción dentro de sus comunidades de origen. De esta manera, la circulación de estos discursos no depende únicamente de la intención de quienes los producen, sino también de las dinámicas algorítmicas que favorecen aquellos contenidos capaces de mantener la atención y participación de los usuarios.

Por otra parte, la viralidad permite que estos contenidos trasciendan las fronteras de los grupos donde fueron publicados originalmente, alcanzando nuevos espacios dentro del ecosistema digital. Como señala Gómez-Zorrilla (2015), las redes sociales posibilitan que un contenido sea compartido por miles o incluso millones de personas en distintos contextos geográficos y culturales.

Finalmente, la capacidad de los memes para condensar mensajes complejos en formatos breves y visuales favorece su rápida comprensión y circulación. Bayón (2022) señala que la viralidad de los memes digitales se relaciona con su capacidad para resumir ideas en espacios reducidos y fácilmente compartibles. En el caso de la Manosfera, esta característica facilita la difusión de narrativas vinculadas con la victimización masculina, el antifeminismo y la misoginia, contribuyendo a su reproducción dentro de comunidades digitales que validan y refuerzan estos discursos mediante la interacción constante.

La circulación de contenidos en Facebook también plantea desafíos relacionados con la capacidad de los usuarios para evaluar críticamente la información que consumen e interactúan dentro de la plataforma. En el caso de los memes provenientes de la Manosfera, esta cuestión resulta particularmente relevante debido a que muchos de estos contenidos utilizan recursos como el humor, la ironía o el sarcasmo para transmitir discursos misóginos, antifeministas o discriminatorios. Como señala Gómez-Zorrilla (2015), la viralización de los contenidos depende en gran medida de la participación activa de los usuarios, quienes,

mediante sus interacciones y compartidos, contribuyen a ampliar el alcance de las publicaciones.

Asimismo, la desinformación constituye un elemento recurrente en las comunidades asociadas a la Manosfera. Diversos contenidos recurren a narrativas que presentan interpretaciones simplificadas o distorsionadas de las relaciones de género, utilizando anécdotas, experiencias personales o afirmaciones generalizadas para reforzar sentimientos de resentimiento, victimización masculina o rechazo hacia las mujeres y los movimientos feministas. Las cuales suelen provenir de narrativas de ciencia ficción que incentivan la construcción de identidades en línea (*La red pill y la blue pill*) o legitimando teorías de conspiración como el caso del *Gamergate*. En este sentido, Soares Matheus (2025) señala que la producción de contenido desinformativo suele responder a objetivos específicos orientados a influir en la opinión pública o a promover determinadas narrativas ideológicas.

Las características propias de Facebook favorecen la circulación de este tipo de contenidos. La estructura de la plataforma permite que publicaciones en distintos formatos —imágenes, videos, textos o enlaces— sean compartidas rápidamente entre usuarios y comunidades. Como advierte Soares Matheus (2025), las dinámicas de las plataformas digitales facilitan la propagación de la desinformación, dificultando su identificación y limitando la eficacia de los mecanismos destinados a contenerla.

En este contexto, los memes ocupan un lugar relevante debido a su capacidad para condensar mensajes complejos en formatos breves y visualmente atractivos. Sin embargo, la circulación de discursos provenientes de la Manosfera no se limita a este formato, ya que también se manifiesta mediante videos, publicaciones textuales, transmisiones en vivo y otros recursos que permiten reforzar y reproducir narrativas similares dentro de las comunidades digitales.

Por otra parte, diversos estudios han señalado que los discursos polarizantes suelen generar altos niveles de interacción en las plataformas sociodigitales. Como menciona Garay (2025), el conflicto y las redes sociales mantienen una relación estrecha, ya que los contenidos que apelan a la confrontación suelen captar la atención de los usuarios y estimular la participación. En consecuencia, ciertos discursos asociados a la Manosfera pueden provocar procesos de polarización en los que distintos grupos de usuarios defienden o rechazan estas

narrativas, generando debates altamente confrontativos. Un ejemplo de estas conductas de hostigamiento y acoso es el caso conocido como el *Gamergate* que consistió en una campaña de acoso debido al videojuego *Depression Quest* de Zoë Quinn. “En agosto de 2014, Depression Quest debutó ante una audiencia mucho mayor con su lanzamiento en Steam, una de las plataformas de distribución de juegos para PC más grandes del mundo. Días después, un exnovio de Quinn publicó un extenso mensaje en los foros de Penny Arcade y Something Awful acusándola de comportamiento engañoso y manipulador durante su relación. Aunque ambos sitios eliminaron rápidamente las publicaciones, el contenido fue copiado por usuarios del foro anónimo 4chan. Los usuarios de 4chan crearon una narrativa que acusaba a Quinn de haber mantenido una relación física con un periodista para obtener una reseña positiva de su juego y así impulsar su carrera. Si bien las acusaciones resultaron ser falsas, Quinn se convirtió en el blanco de una campaña de acoso sexual en línea, que incluía amenazas de violación y muerte, en sitios como Reddit y 4chan (Greengard, S. 2026).

Estas dinámicas se relacionan directamente con la formación de cámaras de eco, entendidas como espacios donde las personas se exponen de manera recurrente a opiniones y discursos afines a sus propias creencias. La interacción constante entre usuarios que comparten perspectivas similares favorece la validación colectiva de determinadas ideas y limita la exposición a puntos de vista alternativos. Como señala Garay (2025), los usuarios suelen permanecer en entornos donde sus posiciones son reforzadas y donde la diferencia es cuestionada o rechazada.

En el caso de la Manosfera, la reiteración de contenidos que presentan a las mujeres desde perspectivas negativas, la difusión de discursos antifeministas y la constante validación de estas narrativas mediante comentarios, reacciones y compartidos contribuyen a la consolidación de espacios de interacción donde determinadas visiones del mundo se normalizan y legitiman colectivamente. Estas dinámicas resultan fundamentales para comprender la reproducción de discursos de odio y los procesos de polarización observables dentro de algunas comunidades masculinistas en Facebook

Discursos de odio y desprecio por las mujeres

Una característica recurrente en diversos espacios vinculados a la Manosfera es la presencia de discursos de odio dirigidos hacia las mujeres. La conceptualización de este fenómeno se consolidó después de la Segunda Guerra Mundial, particularmente en el marco de los derechos humanos y de los esfuerzos por comprender las formas de discriminación y violencia simbólica que pueden contribuir a la exclusión de determinados grupos sociales. Como señalan Sánchez-Manzano, Sánchez-Holgado y Arcila-Calderón (2024), "después de la Segunda Guerra Mundial, la conceptualización del discurso de odio se ha desarrollado en el contexto de los derechos humanos y la lucha contra la discriminación".

Aunque no existe una definición única de discurso de odio, este suele entenderse como un conjunto de expresiones que promueven, justifican o incitan sentimientos de hostilidad, rechazo o discriminación hacia personas o grupos identificados por determinadas características. En palabras de Félix (2022), se trata de formas discursivas que buscan "agitar, incitar o promover sentimientos de odio y hostilidad hacia o entre grupos o clases de personas identificadas con ciertas características asignadas".

Estas narrativas encuentran en los espacios digitales un entorno favorable para su circulación y reproducción. Facebook, además de funcionar como una plataforma de interacción social, permite la creación de grupos donde los usuarios comparten intereses, opiniones y contenidos relacionados con temáticas específicas. Como señala Alcaraz (2020), "los grupos de Facebook sirven para compartir intereses comunes entre los usuarios", convirtiéndose en espacios de interacción colectiva alrededor de determinados temas.

A través de publicaciones, comentarios, imágenes y especialmente memes, los usuarios participan en dinámicas de interacción donde determinadas representaciones sobre las mujeres son compartidas, reforzadas y legitimadas colectivamente. El uso del humor, la ironía y el sarcasmo permite que estos mensajes circulen de manera más efectiva, disminuyendo en ocasiones la percepción de agresividad explícita y favoreciendo su aceptación dentro de la comunidad.

Asimismo, la interacción constante entre usuarios que comparten visiones similares contribuye a la consolidación de espacios donde ciertas narrativas son reafirmadas de manera reiterada. Como señala Alcaraz (2020), los grupos permiten la interacción entre personas con

intereses comunes sin necesidad de establecer vínculos personales directos, lo que favorece la conformación de comunidades en torno a creencias y discursos compartidos.

Desde esta perspectiva, los discursos de odio dirigidos hacia las mujeres no deben entenderse únicamente como expresiones individuales, sino como fenómenos que se construyen y reproducen colectivamente mediante dinámicas de interacción digital. En el caso de la Manosfera, los memes adquieren un papel relevante dentro de este proceso, ya que funcionan como vehículos de transmisión de ideas, emociones y valores que contribuyen a reforzar determinadas representaciones sobre las mujeres y las relaciones de género dentro de estas comunidades.

El fenómeno de la Manosfera y los grupos masculinistas en Facebook

Los grupos masculinistas, al estar dentro de la plataforma de Facebook, reúnen en un mismo espacio a personas con el mismo odio y resentimiento hacia las mujeres, con lo cual la reiteración de este tipo de discursos en estos lugares se vuelve una conducta habitual, retroalimentándose una y otra vez.

> El entorno digital permite entrar en grupos cuya opinión es igual que la tuya, sin que nadie te rechiste, te confronte. La retroalimentación del victimismo, de la frustración (sexual, principalmente), de la soledad, de la ira contra las mujeres se acaba convirtiendo en un terrible mundo misógino, sombrío y lleno de odio (Gago, M. R., 2024).

Es aquí cuando la Manosfera, al ser un fenómeno que se desarrolla en el entorno digital, el cual es un espacio donde usuarios de todas partes del mundo convergen y donde las conductas misóginas, machistas y opresoras contra las mujeres borran las fronteras entre países, se convierte en un problema transnacional que crea una identidad digital compartida. "La Manosfera se puede componer de diferentes tipos de subculturas que se gestan en todo el mundo y que consideran que el avance de las mujeres está centrado en el odio hacia los hombres, desde donde se colocan como víctimas del feminismo y de la mal llamada ideología de género" (Beristán, E., 2025).

Tal es el impacto de la Manosfera a nivel mundial que la terminología usada en estos grupos se ha vuelto una jerga compartida en línea. Un ejemplo de esto es la palabra *simp*. "Son

personas que muestran una gran desesperación por la atención de alguna mujer. Por lo tanto, hay veces que se puede utilizar como un insulto en internet" (Gutiérrez, E., 2023). Si bien el término simp es una palabra perteneciente a la lengua inglesa, su significado se ha traducido y adaptado a los lenguajes de los usuarios que integran los grupos de la Manosfera, lo mismo ocurre con otros conceptos de hallados en estas narrativas.

Más ejemplos de estos términos recurrentes en los grupos masculinistas son los *chads* y las *stacys.* El primero se atribuye a los hombres hegemónicos dentro de la concepción de la Manosfera "Los Chads son el alfa supremo: el hombre ultra masculino, viril, poderoso y sexualmente atractivo al que acuden Stacys y otras mujeres" (Lawson, R. 2023). Ahora bien, el término *stacy* es usado para el estereotipo de mujeres que son consideradas atractivas dentro de los grupos masculinistas. "Las Stacys representan una idealización de la feminidad: una mujer hiperatractiva, sexualmente deseable, promiscua pero superficial. En última instancia, es inalcanzable, especialmente para los hombres que no son Chads" (Lawson, R. 2023).

De esta misma forma otro concepto ampliamente usado dentro de la Manosfera es el término de *alfa* para referirse a aquellos hombres percibidos como grandes seductores. "Desarrollada originalmente por el biólogo David Mech en sus primeros trabajos sobre manadas de lobos, se argumentaba que el alfa era el macho socialmente dominante. Desde entonces, Mech ha refutado esta explicación por considerarla demasiado simplista. El concepto fue adoptado por la comunidad de la seducción, una comunidad organizada en torno al intercambio de consejos y orientación para atraer y seducir mujeres, antes de extenderse a otras partes de la manósfera." (Lawson, R. 2023). En contraparte el término *beta* funciona para hacer alusión a los hombres poco atractivos y físicamente débiles." Los betas son el polo opuesto: física y psicológicamente débiles, sexualmente poco atractivos, tímidos, sumisos, mansos y, en general, carecen de las cualidades necesarias para alcanzar la verdadera masculinidad." (Lawson, R. 2023).

Finalmente, otro término que, de igual manera, suele ser usado de manera constante en estos grupos es **MAV**. "Una mujer de alto valor es aquella que ha aprendido a priorizarse, a respetarse y a trabajar constantemente en su crecimiento personal y emocional. Su valor no está definido por su aspecto físico, su nivel socioeconómico o su estatus social, sino por la

forma en que se percibe a sí misma y en cómo impacta a su entorno" (Ayala, L., & Granados, L., 2025).

Los algoritmos de Facebook hacen que los memes masculinistas circulen por la plataforma y dentro de estos grupos, con base en los gustos de los usuarios que integran estas comunidades, llenándose así de contenido contra las mujeres. "Seleccionan qué nos gusta ver y qué no, así como con qué y con quiénes interactuamos más tiempo. Se alimentan de nuestros usos y, automáticamente, hacen un repertorio o selección de contenidos que nos presentan para que naveguemos más tiempo por una u otra red social" (Guzmán Aguilar, F., 2021).

En Facebook podemos encontrar un gran número de grupos de este tipo, a los cuales se les suele denominar, en conjunto, con el nombre de Manosfera, debido a los discursos de odio y a la violencia de género que se hallan en estos espacios contra las mujeres. "La Manosfera (que proviene de las palabras en inglés *man* —hombre— y *sphere* —esfera—). Una multitud heterogénea de hombres en redes, chats, blogs y canales de internet, a los que solo les unen dos cosas: su profundo antifeminismo y una sensación común de ser víctimas de las mujeres en un nuevo mundo que las beneficia a ellas" (Gago, M. R., 2024).

En la Manosfera se hallan diferentes tipos de masculinidades que conforman maneras específicas en las que se perciben sus integrantes, aunque, en general, todas tienen que ver con frustraciones y resentimiento hacia las mujeres.

> Uno de los grandes nexos comunes entre subculturas tiene que ver con las relaciones sexuales, con la frustración sexual. Esto es así porque si la cuarta ola feminista es la denuncia de la violencia sexual contra las mujeres y se está comenzando a denunciar (como hizo el movimiento MeToo) y a atender desde las políticas públicas, la contra ola, la resistencia patriarcal, el antifeminismo, está respondiendo a esa demanda" (Gago, M. R., 2024).

A continuación, pasaremos a hacer una descripción de las masculinidades centrales que conforman la Manosfera (PUA, MGTOW, incels y MRA), así como una revisión contextual de sus orígenes y antecedentes en los que se basan. Comencemos con los activistas por los derechos de los hombres (MRA), quienes se identifican por estar en contra de los privilegios que, según ellos, tienen las mujeres en materia jurídica. “El politólogo estadounidense

Warren Farrell es considerado el padre intelectual de esta subcultura. Son activistas que luchan por lo que ellos consideran ser los derechos legales de los hombres, como el derecho de los padres a renunciar a su paternidad u oponerse a las cuotas alimentarias" (Tufano, S., 2025).

Son la masculinidad más longeva de todas, por lo cual sus antecedentes se remontan al año de 1886. "Estas quejas que impulsan los movimientos por los derechos de los hombres se remontan a 1886, cuando *Putnam's Monthly*, una revista sobre arte, literatura y política, publicó un artículo titulado *Una palabra sobre los derechos de los hombres*" (Villegas, G., 2022).

Esta revista señalaba que los derechos de las mujeres eran superiores a los de los hombres y que se estaban convirtiendo en una brecha social. "El artículo de *Putnam's Monthly* fue fundamental porque puso nombre a los sentimientos de algunos hombres, un sentimiento que perdura hasta hoy. Es decir, que la reivindicación de derechos por parte de las mujeres era buena, pero que había ido demasiado lejos" (Villegas, G., 2022).

En específico, el artículo abordaba los siguientes temas: "El artículo de *Putnam's Monthly* sentó las bases de las quejas generales de los activistas por los derechos de los hombres durante las décadas siguientes: las obligaciones injustas del marido, la inaccesibilidad al divorcio y la llamada misandria (prejuicios contra los hombres)" (Villegas, G., 2022).

El movimiento, en la actualidad, está basado en las nociones del activista Warren Farrell, quien formaba parte del movimiento feminista, sin embargo, después de un tiempo dejo de apoyar al movimiento y decidido publicar el libro titulado *El mito del poder masculino*, en el cual hablaba de una supuesta falta de derechos para los hombres en comparación con los de las mujeres. "*El mito del poder masculino*, es considerado la biblia del movimiento por los derechos de los hombres, ya que inspiró a miles de hombres a unirse a esta causa a raíz de una disputa sobre la custodia de los hijos. Una causa que incluso los primeros activistas por los derechos de los hombres se sintieron motivados" (Villegas, G., 2022).

La segunda comunidad son los PUA, a quienes podría denominarse como artistas del ligue, debido a sus conductas basadas en la manipulación y el chantaje para acosar a mujeres con

la intención de acostarse con ellas. "Los PUA (*pick up artists* o gurús de la seducción) son la subcultura manosférica que promueve, a partir de sus vídeos en YouTube y en blogs, consejos, tips o hábitos para seducir y ligar con mujeres. *A priori* parece inofensivo, pero sus consejos se sustentan, básicamente, en la manipulación, el chantaje y minar la autoestima de las mujeres para conseguir tener sexo con ellas" (Gago, M. R., 2024).

Sus orígenes, fuera del entorno digital, se remontan a la década de 1980, de la mano del gurú de la seducción Ross Jeffries. "Como Laura Bates describe en su libro *Hombres que odian a las mujeres*, la industria moderna de la seducción surgió en la década de 1980, en gran medida, gracias al trabajo de Paul Ross, también conocido como Ross Jeffries. Jeffries comenzó impartiendo talleres de seducción y publicó sus consejos en su libro de 1992, *Cómo llevar a la mujer que deseas a la cama*" (Southern Poverty Law Center, 2025).

Jeffries fue la figura que inició este movimiento; sin embargo, el representante principal de este tipo de masculinidad es Neil Strauss, un periodista que, a inicios de los años 2000, publicó su libro titulado *The Game*:

> Sin embargo, no fue hasta 2005, con la publicación de *The Game*, de Neil Strauss, que el arte de la seducción alcanzó gran popularidad. Con su cubierta de cuero negro, marcapáginas de satén rojo y páginas con bordes dorados, el libro se comercializó deliberadamente para que se pareciera a la Biblia. Se convirtió en un éxito de ventas internacional, permaneciendo en la lista de los más vendidos del *New York Times* durante dos meses tras su lanzamiento y vendiendo más de 5 millones de copias (Southern Poverty Law Center, 2025).

Este libro fue tomado por los hombres seguidores de este movimiento como la guía definitiva para seducir a las mujeres, en el cual se narraban experiencias propias de Strauss al acercarse a ellas. "Strauss era un periodista de investigación y, con el subtítulo *Adentrándose en la sociedad secreta de los seductores*, promocionó su libro como una revelación. En realidad, el libro es un relato autobiográfico de su trayectoria hasta convertirse en uno de los seductores más destacados de la comunidad. En lugar de ofrecer un reportaje encubierto, *El Juego* funciona más bien como una guía práctica para el arte de la seducción, prometiendo a sus lectores el plan secreto para interactuar con las mujeres y seducirlas con éxito" (Southern Poverty Law Center, 2025).

Siguiendo con esta línea, tenemos al movimiento MGTOW, el cual se distingue por estar integrado por hombres que siguen su propio camino debido a las injusticias que, según ellos, existen contra los hombres, apartándose así de las mujeres por el resentimiento que sienten hacia ellas, al considerar que tienen más beneficios en la sociedad.

> Otra de las subculturas son los MGTOW (las siglas de Hombres Que Siguen Su Propio Camino, en inglés). Estos hombres consideran injusto el sistema, como los anteriores, pero responden de otra manera. Responden alejándose del mismo. Jugar al juego, como hacen los PUA, para ellos, es participar, de alguna manera, de la injusticia de género, por lo que su misión es seguir su camino solos, dejando de tener relaciones con mujeres e, incluso, en algunos casos, apartándose de la -corrompida- sociedad en general para contribuir a la misma lo menos posible" (Gago, M. R., 2024).

Los primeros antecedentes de los MGTOW datan de la década de 1990 y su mayor auge comenzó a inicios del siglo XXI. "El movimiento MGTOW (Men Going Their Own Way) surgió en la década de 1990 dentro del movimiento por los derechos de los hombres y comenzó a consolidarse en una ideología supremacista masculina propia a mediados de la década de 2000" (Southern Poverty Law Center, 2025).

Podría decirse que, a diferencia del movimiento MRA, ellos no se consideran defensores de los derechos de los hombres; más bien, solo se centran en odiar a las mujeres de forma aislada. De acuerdo con el texto de Southern Poverty Law Center (2025) a diferencia de los defensores de los derechos de los hombres anteriores a ellos, los MGTOW dejaron de lado cualquier presunción de activismo y se concentraron en el rechazo hacia las mujeres y el feminismo. Este colectivo surgió en un foro llamado *Nice Guy*, creado por dos usuarios bajo los seudónimos de Solaris y Ragnar.

Este grupo tiene una labor activista con un discurso que gira en torno al odio por las mujeres, con lo cual crean comunidades basadas en el resentimiento por ellas, al ser una comunidad masculinista esta presenta sus propias reglas y códigos. Sin embargo, no buscan incidir en las leyes, ganaron varios seguidores que, en un inicio, pertenecían a los defensores de los derechos de los hombres. "La ideología resultó atractiva para muchos hombres resentidos que ya participaban en el movimiento por los derechos de los hombres, y MGTOW pronto

se extendió rápidamente en línea a través de diversos sitios web, foros, subreddits y canales de YouTube" (Southern Poverty Law Center, 2025).

En los últimos años, una de las masculinidades que ha ganado más notoriedad son los incels, debido a la serie *Adolescence*, estrenada por Netflix en 2025, y, sobre todo, por los casos violentos que se han registrado en la sociedad. "Los Incels (célibes involuntarios) son el grupo más conocido de la Manosfera y se trata de la subcultura más violenta. Los Incels se consideran incapaces de tener relaciones sexuales, aunque las deseen. Consideran que las mujeres no quieren tener sexo con ellos por hipergamia (De la cual se hablará de forma más detallada en el desarrollo de la investigación) y responden a esto con frustración, miedo, ira, soledad y, en ocasiones, con violencia" (Gago, M. R., 2024).

Casos recientes de integrantes de esta comunidad nos remiten al homicidio perpetrado contra un joven en el CCH Sur a manos de Lex Ashton en 2025. "Aunque pueda parecer un fenómeno marginal o limitado al mundo digital, el movimiento incel ha trascendido las pantallas para convertirse en una amenaza real" (Cidón, M., 2026).

El origen de este movimiento se remonta a la década de 1990, en los foros de internet, con el fin de hablar de la soledad que sentían los usuarios que no encontraban pareja:

> El término fue acuñado a mediados de los años noventa por una joven canadiense, Alana, quien creó un foro en internet para hablar de la soledad sexual sin estigmas, en un tono empático e inclusivo. Con el paso del tiempo, sin embargo, esos espacios fueron ocupados mayoritariamente por hombres heterosexuales que comenzaron a alimentar discursos de odio hacia las mujeres, a quienes culpaban de su frustración sexual y social (Cidón, M., 2026).

Una cuestión que debe quedar clara es que, en el ecosistema digital, sobre todo en Facebook, estas comunidades llegan a ganar integrantes debido a la circulación de contenidos que generan por medio de los algoritmos y del fenómeno de la viralidad, como ocurre con los memes masculinistas. "No llegan ahí por accidente. Llegan por hambre. Por lo que los algoritmos ponen a su alcance en medio del silencio en que se hallan. Muchos adolescentes no entran a esos foros buscando violencia, entran buscando respuestas, explica Héctor Eduardo Robledo Mejía, psicólogo social y profesor de Estudios de las Masculinidades en el ITESO" (Vilches., 2025).

Con el paso del tiempo, la misoginia se ha ido adaptando a los cambios de la sociedad, pues incorpora cargas políticas y religiosas para ser utilizada como un arma bajo concepciones tradicionalistas. "Aunque la misoginia es uno de los prejuicios más antiguos, ha cambiado y evolucionado en el tiempo y se ha expresado, de acuerdo con la época, de manera moderada o exacerbada por las corrientes de índole política y, especialmente, religiosa, predominantes en un determinado momento histórico" (Delgado, 2011).

La misoginia está cargada de odio hacia las mujeres, derivado de un resentimiento contra ellas, el cual suele ser expresado por los memes masculinistas de manera explícita u oculta, según la forma en que se enuncia el mensaje.

> La Real Academia de la Lengua Española define a la misoginia como aversión u odio hacia las mujeres. Aversión significa rechazo o repugnancia y odio significa antipatía hacia alguien cuyo mal se desea. Ante la contundencia de la definición pueden explicarse, pero no comprenderse, los siglos de brutalidades a las cuales hemos estado sometidas las mujeres (Delgado. 2011).

Otro fenómeno que va de la mano con la misoginia es el machismo, el cual tiene un interés tradicional por mantener las conductas que debe tener un hombre. "El machismo se refiere a los roles de género tradicionales dentro de una sociedad, a menudo transmitidos de generación en generación y considerados normales" (Kristýna. 2023). Estas costumbres también pueden encontrarse en los roles de género impuestos por la sociedad.

Los memes masculinistas suelen retomar estos roles de género para enunciarlos humorísticamente, como ocurre con la frase: "Vete a la cocina", la cual carga consigo un peso histórico en el que la mujer queda relegada a ese espacio para servir a su marido. Lamentablemente, estas costumbres se transmiten de generación en generación, junto con la concepción de cómo debe ser un hombre. "Los orígenes del machismo latinoamericano se remontan a la época de la conquista española, cuando diversas normas culturales y mitos presentaban a los hombres como seres que debían imponer su poder y dominio sobre los demás para demostrar su masculinidad" (Kristýna. 2023).

Los memes masculinistas hacen uso de la dominación del patriarcado para normalizar sus discursos de odio a través del humor en redes sociales. "El patriarcado se refiere al sistema de dominio político e institucionalizado de los hombres sobre las mujeres, que mantiene a estas últimas en subordinación y condicionadas a ciertos roles que las limitan e impiden su liberación. Se manifiesta en muchos ámbitos y lo hace mediante prejuicios, hábitos, leyes, creencias y costumbres arraigadas en nuestra sociedad" (Guillen. 2023).

Al igual que el machismo, el patriarcado es un sistema adquirido socialmente, normalizado al punto de transmitirse a niños y niñas como algo natural, permeando así el hogar, la escuela y los espacios digitales, como los grupos masculinistas en Facebook.

> Las raíces del patriarcado se encuentran en la educación y el conocimiento y, por supuesto, en la historiografía y la historia que, en su mayoría, han sido escritas por hombres sobre hombres; de igual forma, la educación, tanto la del hogar como la de la escuela, ha sido impuesta por la visión masculina desde sus inicios, condicionando a los niños y niñas a seguir ciertos roles" (Guillen. 2023).

Los antecedentes de esta estructura se encuentran tan arraigados en la sociedad que incluso afectan la forma de contar la historia y de reconocer la importancia de las mujeres. Guillen (2023) también menciona que la narrativa históricamente dominante suele invisibilizarlas voces femeninas, pues le otorga el protagonismo a los personajes masculinos que aparecen como héroes mientras las mujeres quedan relegadas a papeles secundarios. Cuando se les llega a reconocer, sus representaciones suelen estar atravesadas por sesgos que minimizan sus aportaciones o distorsionan su trayectoria, reforzando estereotipos que las perjudican.

Otro fenómeno encontrado en los memes masculinistas y en los grupos pertenecientes a la Manosfera es el antifeminismo, debido a que constituye una contra narrativa del feminismo. "El antifeminismo se desarrolla como un dispositivo del biopoder patriarcal. Tal y como señala Christine Bard, cuando en el mundo occidental emerge la oleada feminista de finales del siglo XIX, el relato antifeminista comienza a manifestarse como un fiel reflejo de los miedos sociales que atenazan a los conservadores y de los prejuicios estéticos de una época" (García. 2025).

La noción de antifeminismo está relacionada con discursos sexistas, machistas y misóginos, los cuales están presentes en discursos de odio y en el mundo digital, memes. De manera implícita o explícita. "El antifeminismo se compone de una serie de discursos y de prácticas patriarcales como el sexismo —entendido como la legitimación de la discriminación por razón de sexo—, el machismo —como la ideología defensora de la supremacía del varón— y la misoginia explícita o implícita que vemos aparecer a modo de reacción" (García. 2025).

Una conducta común que los integrantes de estos grupos suelen admirar de este movimiento es la conservación de las tradiciones machistas y el mantenimiento de una fuerte influencia católica respecto a cómo debería comportarse una buena mujer. "En el caso de América Latina, se ha basado en una alianza entre el conservadurismo católico y la nueva derecha cristiana evangélica, con el fin de bloquear la aprobación de políticas de igualdad y el reconocimiento de los derechos sexuales y reproductivos" (Boneti, 2022).

Finalmente, todas estas conductas desembocan en lo que se conoce como violencia de género, la cual está presente en todos los memes masculinistas, sin importar el tipo de subgrupo:

> La definición más aceptada de violencia de género es la propuesta por la ONU en 1995: Todo acto de violencia sexista que tiene como resultado posible o real un daño físico, sexual o psíquico, incluidas las amenazas, la coerción o la privación arbitraria de libertad, ya sea que ocurra en la vida pública o en la privada (Expósito, 2011).

La violencia de género se ha normalizado en nuestra sociedad, pues representa una forma de denigración y desigualdad contra las mujeres, social y políticamente hablando, debido a su uso instrumental para hacerlas menos como personas:

> La violencia de género ha ido impregnándose con el tiempo de significado social, adulterando de esa manera su definición original basada en el binomio inseparable de violencia y género. Así, de satisfacer una necesidad de supervivencia se ha convertido en una conducta instrumental que introduce desigualdad en una relación interpersonal o mantiene una desigualdad subyacente y estructural (Expósito, 2011).

En la actualidad, los memes provenientes de la Manosfera hacen uso de la dominación masculina para ejercer violencia de género de manera digital, generando así daños psicológicos y emocionales en las personas víctimas de estos discursos de odio basados en el

resentimiento y el odio hacia las mujeres. "La violencia de género se ha caracterizado como un problema social en el marco de un sistema de relaciones de dominación del hombre sobre la mujer, que genera como consecuencia un daño físico, sexual o psicológico, a través de acciones que causan sufrimiento" (Ramírez., Alarcón, & Ortega, 2020).

El meme como contenido recurrente en Facebook y su uso en la Manosfera

La presencia del meme en el entorno digital es innegable, pues tiene la capacidad de transmitir mensajes con un tono humorístico y emocional.

> En el contexto digital, un meme se define como una imagen o gif que transmite un mensaje, generalmente humorístico, a través de las redes sociales. Estos memes se han convertido en una forma popular de comunicación, permitiendo a las personas expresar emociones y reacciones de manera rápida y efectiva (Bayón, 2025).

El problema surge cuando dichos mensajes contienen discursos de odio provenientes de las comunidades masculinistas de Facebook, fundamentados en la proliferación de emociones negativas derivadas del odio y el resentimiento hacia las mujeres.

En la actualidad, si un usuario ingresa a Facebook en este mismo instante, seguramente no tardará mucho en encontrar un meme en su *feed*, pues ya constituye una forma de comunicación característica de las redes sociales, con un formato simple y basado en el humor.

> Los memes, como se nombró anteriormente, se han convertido en una forma de comunicación en redes sociales. La llegada de este nuevo lenguaje transformó la experiencia de comunicación entre los usuarios, los cuales eligen este formato por diferentes motivos: es más dinámico, más simple y más divertido" (De Ciencias Políticas y Sociales, 2016).

De estas características se valen los grupos manosféricos para encubrir y hacer circular por Facebook sus mensajes en contra de las mujeres; es decir, el meme se convierte en una forma de expresar su odio hacia ellas.

El meme tiene una gran capacidad para hacer referencias a personajes de la cultura popular, caricaturas o celebridades por medio de las imágenes o plantillas que lo conforman,

normalmente acompañadas de frases provenientes de escenas de películas o series que suelen ser humorísticas, pero que requieren ser conocidas previamente para comprender el chiste. "Un meme, más allá de ser una imagen, vídeo o texto, también es una expresión cultural. Por lo tanto, este solo puede ser entendido cuando se cuenta con conocimientos de la cultura donde se originó" (Olivera, E., 2021). Lo mismo sucede con las comunidades masculinistas, pues en los memes que publican suelen aparecer referencias a personajes de películas o series que son tomados para la construcción de identidades dentro de estos grupos, como ocurre con la película *Matrix* y las píldoras roja y azul.

La rapidez con la que se interactúa con el meme se debe a que es un contenido que consiste en incorporar una imagen y un texto con un sentido humorístico;

> Este contenido se suele caracterizar por un lenguaje sencillo; por eso, el meme, al estar conformado principalmente por imágenes, resulta más atractivo. No está cargado de gran cantidad de información, lo cual hace que sea de rápido consumo y difusión; no tiene límites en cuanto a su formato y, en su lenguaje, suele valerse de la ironía y el sarcasmo" (Quiroga, 2020).

Los memes masculinistas no son ajenos a estas características, incluso, suelen hacer uso de un supuesto humor negro con la intención de agredir o menospreciar a las mujeres.

Es debido a esta facilidad de creación que cualquier usuario de Facebook puede elaborar sus propios memes sobre el tema que desee. "Los usuarios ya no son receptores de contenidos, sino prosumidores; es decir, crean sus propios mensajes y se apropian de la información que reciben" (Quiroga, P., 2020). Los integrantes de los grupos masculinistas de la plataforma son quienes se encargan de producir gran parte de los memes que circulan en estas comunidades, pues muchos de los que se publican dentro de estos espacios son creaciones ~~propias~~ de sus usuarios, apropiándose constantemente de los mensajes de odio y resentimiento hacia las mujeres al convertirse en los productores de dichos contenidos.

Los códigos de los espacios digitales brindan la posibilidad de crear memes sobre cualquier tema; es decir, cada usuario es libre de elaborar sus propios memes y, a su vez, expresar sus emociones a través de ellos. El problema surge cuando dichas emociones se dirigen de manera negativa hacia las mujeres.

> El meme, como recurso expresivo, está completamente abierto al uso que cada usuario decida hacer, desde su capacidad de agencia. Como signo, los memes operan bajo una lógica idéntica a las palabras, que pueden ser usadas para fortalecer, construir o expresar los sentimientos más nobles, al igual que para lastimar, denostar o reflejar odio y desprecio" (Pérez Salazar, G., 2017).

Claro que estos memes, en ocasiones, suelen ser censurados, siempre y cuando Facebook los detecte como contenido violento o que incumple sus normas.

El uso de los memes para transmitir contenidos ofensivos y deslegitimar la lucha feminista es preocupante, pues, por medio de su capacidad para comunicar mensajes, suelen difundir posturas radicales contra ellas derivadas de supuestas injusticias hacia los hombres.

> Los memes también pueden ser un vehículo para la transmisión de mensajes sexistas. Esto es particularmente preocupante en fechas significativas como el 8 de marzo, cuando la circulación de memes machistas aumenta debido a una reacción de sectores que se sienten amenazados por los avances en igualdad de género (Maeso Olmos., 2024).

El punto central de los memes masculinistas es constituirse como un formato mediante el cual los integrantes de estas comunidades pueden expresar su odio, machismo, misoginia y rechazo hacia las mujeres, presentándose, en la mayoría de los casos, como víctimas que han sufrido a causa de ellas. "El meme masculinista se propone, así, como una tecnología de género privilegiada para hacer converger, por una parte, a las estrategias retóricas mayores —como la victimización de los hombres—, desde donde se armonizan las inquietudes, incomodidades y afrentas antifeministas, que son el criterio de base" (Zabalgoitia, M., 2022).

Breviario del desarrollo normativo sobre la violencia digital en México

A continuación, se presentará una serie de leyes y definiciones brindadas por la ley general de acceso a las mujeres a una vida libre de violencia, encontradas en el breviario del desarrollo normativo sobre la violencia digital en México, comisionado por Luis Gustavo Parra Noriega en el año 2021

Para comenzar es importante nombrar que la Manosfera, es un espacio en donde los discursos de odio dirigidos a mujeres ocasionan e incentivan la violencia digital de género, la cual es entendida como:

> Toda acción dolosa realizada mediante el uso de tecnologías de la información y la comunicación por las que se exponga, distribuya, difunda, exhiba, transmite, comercialice, oferte, intercambie o comparta imágenes, audios, o videos reales o simulados de contenido intimo sexual de una persona sin su consentimiento, sin su aprobación o sin su autorización y que le cause daño psicológico, emocional, en cualquier ámbito de su vida privada o en su imagen propia (Infoem, 2021).

Los memes masculinistas que se hallan en grupos de la Manosfera son una de las formas en que la Manosfera ejerce violencia digital de género, la cual afecta directamente a la persona a quien va dirigida por medio de burlas, misoginia y machismo.

A su vez, esta tiene efectos en la privacidad de las mujeres, debido a que se trata de un acto que se comete en el entorno digital. "Así como aquellos actos dolosos que causen daño a la intimidad, privacidad y/o dignidad de las mujeres, que se cometan por medio de las tecnologías de la información y la comunicación" (Infoem, 2021). Un ejemplo de esto puede ser el caso del *gamergate* mencionado anteriormente, debido a las conductas de acoso y doxeo en contra de Zoë Quinn por parte de los usuarios de 4Chan.

Por lo cual, es importante eliminar dicho material que agrede a la persona afectada, con el fin de resguardar la integridad de la víctima; es decir, aquel contenido mediante el cual fue agredida será retirado de las redes sociales.

> Tratándose de violencia digital o mediática, para garantizar la integridad de la víctima, la o el Ministerio Público, la Jueza o Juez ordenarán de manera inmediata las medidas de protección necesarias, ordenando vía electrónica o mediante escrito a las empresas de plataformas digitales, de medios de comunicación, redes sociales o páginas electrónicas, personas físicas o morales, la interrupción, bloqueo, destrucción o eliminación de imágenes, audios o vídeos relacionados con la investigación, previa satisfacción de los requisitos de ley" (Infoem, 2021).

Sin embargo, a pesar de que haya un marco involucrado en ayudar a usuarios afectados por estas conductas, el hecho de borrar un contenido en línea puede no ser suficiente debido a que otras personas pudieron almacenarlo en los discos duros de sus computadoras o haberlo compartido con otros usuarios antes de ser eliminado,

Sin embargo, se guardará un registro de dichos contenidos como prueba de la agresión contra la persona afectada. "La autoridad que ordene las medidas de protección contempladas en este artículo deberá solicitar el resguardo y conservación lícita e idónea del contenido que se denunció, de acuerdo con las características del mismo" (Infoem, 2021).

Por último, también se dará aviso al usuario que elaboró dicho contenido de que el material será retirado del entorno digital por requerimiento oficial. "Las plataformas digitales, medios de comunicación, redes sociales o páginas electrónicas darán aviso de forma inmediata al usuario que compartió el contenido, donde se establezca de forma clara y precisa que el contenido será inhabilitado por cumplimiento de una orden judicial" (Infoem, 2021).

Con ello, se dará paso a la sanción o ratificación de los hechos para llegar a una resolución respecto del daño causado. "Dentro de los cinco días siguientes a la imposición de las medidas de protección previstas en este artículo deberá celebrarse la audiencia en la que la o el juez de control podrá cancelarlas, ratificarlas o modificarlas considerando la información disponible, así como la irreparabilidad del daño" (Infoem, 2021). Como se ha mencionado antes y con el fin de contextualizar las leyes y definiciones brindadas en este apartado, recordamos que se han obtenido de la ley general de acceso a las mujeres a una vida libre de violencia, en el breviario del desarrollo normativo sobre la violencia digital de género en México del año 2021.

Marco teórico

Introducción

En el contexto del ecosistema digital contemporáneo, la comunicación se ha convertido en un tema central para comprender las dinámicas sociales, económicas y políticas que se

desarrollan en la sociedad. Los medios de comunicación, las industrias culturales entre estas, más recientemente, las plataformas no solo funcionan como espacios de circulación de información y cultura, sino también como actores económicos que concentran poder económico y capacidad de influencia. En este sentido, analizar la comunicación únicamente desde su dimensión simbólica resulta insuficiente, pues es necesario considerar también las estructuras económicas, las relaciones de poder y los marcos regulatorios que condicionan la producción y circulación de los bienes culturales.

Bases conceptuales de la Economía Política de la comunicación y la Cultura

La Economía Política de la Comunicación y la Cultura (EPCyC) comprende a la comunicación como parte de un sistema más amplio de relaciones sociales, económicas y políticas. Este enfoque pone atención en las formas en que la producción, distribución y consumo de contenidos culturales se articulan con estructuras de propiedad, procesos de mercantilización y dinámicas de poder que influyen en el funcionamiento de los sistemas mediáticos (Mosco, 2009).

Uno de los autores más influyentes en este campo es Vincent Mosco, quien define la Economía Política de la Comunicación como el estudio de las relaciones sociales, particularmente las relaciones de poder, que influyen en la producción, distribución y consumo de los recursos de comunicación dentro de procesos más amplios de acumulación económica y control social (Mosco, 2009). Desde esta perspectiva, la comunicación no se limita a un intercambio simbólico, sino que se inserta en estructuras económicas e institucionales.

Mosco (2009) propone tres procesos analíticos fundamentales: la mercantilización, entendida como la transformación de los bienes simbólicos y las prácticas comunicativas en mercancías; la espacialización, que refiere a la expansión del poder comunicativo a través de redes globales; y la estructuración, que analiza cómo las instituciones y normas configuran los sistemas de comunicación. Estos procesos resultan especialmente relevantes en el entorno digital, donde las plataformas han convertido las interacciones de los usuarios en datos que generan recursos económicos.

En esta línea, Nicholas Garnham (1990) plantea que los medios constituyen industrias culturales; es decir, son sistemas de producción y distribución de bienes simbólicos que operan dentro de estructuras económicas específicas. Estas condiciones materiales, como los modelos de financiamiento, las estructuras de propiedad y los marcos regulatorios, influyen directamente en la diversidad de contenidos y en la configuración del debate público.

Este enfoque resulta particularmente útil para analizar el funcionamiento de las plataformas digitales, ya que permite comprender cómo las empresas tecnológicas no solo actúan como espacios de interacción social, sino también como actores económicos que estructuran la circulación de contenidos mediante algoritmos, modelos de negocio basados en datos y dinámicas de monetización de la interacción de los usuarios.

En este sentido, las estructuras de comunicación e información no son neutrales, sino que responden a intereses económicos, políticos y sociales específicos. En el entorno digital, esta no neutralidad se manifiesta a través de los algoritmos, los cuales organizan y jerarquizan la información en función de criterios comerciales y de *engagement*. Zuboff (2019) advierte que las plataformas operan bajo un modelo de capitalismo de vigilancia, en el cual los datos de los usuarios son utilizados para predecir y modificar comportamientos. Asimismo, Gillespie (2018) señala que las plataformas actúan como intermediarios activos que moldean la esfera pública.

Este modelo se inscribe dentro de la llamada economía de plataformas, en la cual las empresas digitales estructuran sus servicios a partir de la recopilación, el procesamiento y la monetización de los datos generados por los usuarios. En este esquema, las interacciones —como “likes”, comentarios, visualizaciones o tiempo de permanencia— se convierten en recursos económicos que permiten predecir comportamientos, segmentar audiencias y optimizar la circulación de contenidos. De este modo, las plataformas no solo median la comunicación, sino que transforman la actividad social en valor económico, reforzando un modelo basado en la explotación de datos y la maximización del *engagement* (Srnicek, 2018).

La economía de las plataformas puede entenderse como una fase avanzada del capitalismo digital en la que las empresas tecnológicas operan como intermediarias que estructuran mercados, interacciones sociales y procesos de producción de valor a partir de datos. Como

señala Nick Srnicek (2018), las plataformas no solo facilitan intercambios, sino que crean infraestructuras digitales que permiten extraer, procesar y monetizar grandes volúmenes de información generada por los usuarios. En este modelo, los datos se convierten en el principal recurso económico, lo que transforma a los usuarios en productores involuntarios de valor.

En esta misma línea, José van Dijck (2018), plantean que las plataformas configuran un nuevo ecosistema denominado "sociedad de plataformas", en el cual las relaciones sociales, económicas y culturales están mediadas por infraestructuras digitales generalmente organizadas por corporaciones privadas. Estas plataformas no son neutrales, ya que incorporan valores, intereses comerciales y lógicas de uso que orientan tanto la interacción social como la visibilidad de los contenidos.

Por su parte, Thomas Poell (2018) subraya que la gobernanza de las plataformas se basa en tres mecanismos clave: la datificación, la mercantilización y la selección algorítmica. La datificación refiere a la transformación de las prácticas sociales en datos cuantificables; la mercantilización implica la conversión de estos datos en valor económico; y la selección algorítmica determina qué contenidos circulan y cuáles permanecen invisibles. Estos procesos permiten comprender cómo las plataformas estructuran la comunicación digital, en la que prevalecen lógicas económicas específicas y, muchas veces, también intereses políticos.

Asimismo, Shoshana Zuboff (2019) advierte que este modelo se inscribe dentro del capitalismo de vigilancia, en el que los datos personales no solo son utilizados para fines comerciales, sino también para predecir y modificar el comportamiento de los usuarios. De este modo, las plataformas no solo median la comunicación, sino que intervienen activamente en la configuración de la conducta social.

Desde una perspectiva crítica, autores como Tiziana Terranova (2000) han señalado que la economía digital se sostiene en formas de trabajo no remunerado, donde los usuarios generan contenido, datos e interacción que son posteriormente monetizados por las plataformas. Este fenómeno permite entender que la participación en redes sociodigitales no es únicamente una práctica comunicativa, sino también una forma de producción económica inserta en el capitalismo digital.

En conjunto, estos enfoques permiten comprender que la economía de las plataformas no se limita a un modelo de negocio, sino que constituye una estructura de poder que redefine formas de interacción, producción cultural y circulación de discursos en el entorno digital.

Si bien la interacción y la participación de las personas en redes sociodigitales y plataformas no están irremediablemente determinadas por los intereses de las corporaciones mediáticas, ya que existen diversas condiciones del contexto social, cultural y político de los usuarios que influyen en la manera en que se apropian de las dinámicas establecidas por los medios en el entorno digital, así como en el sentido que otorgan al consumo de contenidos, es importante subrayar que el enfoque de la economía política de las plataformas permite explicar cómo la visibilidad y la viralidad de los contenidos en el entorno digital no son únicamente el resultado de decisiones individuales. En los procesos de selección, jerarquización y amplificación de contenidos intervienen intereses económicos y, en ocasiones, también políticos. Esto resulta clave para analizar la circulación de ciertos discursos en línea, como los asociados a la Manosfera, cuya presencia no depende únicamente de su contenido, sino también de su articulación con las lógicas algorítmicas y económicas que estructuran el funcionamiento de las plataformas digitales.

Carácter crítico y normativo (derechos, democracia y justicia)

La Economía Política de la Comunicación y la Cultura (EPCyC) se distingue por su carácter crítico y normativo al cuestionar la idea de que los sistemas mediáticos operan bajo principios de neutralidad. Desde esta perspectiva, la comunicación no se analiza únicamente como un proceso de intercambio simbólico, sino como una práctica inserta en estructuras económicas y relaciones de poder que intervienen en la producción, circulación y consumo de contenidos (Mosco, 2009). De este modo, la EPCyC se distancia tanto de las corrientes funcionalistas como de la economía clásica al problematizar las dinámicas de mercado que configuran el ecosistema mediático. A partir de esta base, la dimensión normativa de la EPCyC introduce una preocupación central por los efectos sociales de estas dinámicas, particularmente en relación con la democracia, la equidad y los derechos comunicativos. Analizar los sistemas mediáticos desde esta perspectiva implica evaluar no solo su funcionamiento económico, sino también sus consecuencias en la vida social. Como advierte Mosco (2009), el análisis

crítico debe contrastarse con valores como la participación democrática y la equidad, lo que permite cuestionar si las lógicas de mercado favorecen o limitan el acceso a la información y la diversidad de voces.

Uno de los principales problemas identificados por este enfoque es la concentración de la propiedad mediática. Cuando un número reducido de actores controla la producción y distribución de contenidos, se generan limitaciones en la pluralidad informativa y en la diversidad cultural. Como señalan Gómez y Sánchez Ruiz (2011), la acumulación de capital, el control y la concentración económica son elementos estructurales que influyen directamente en la organización de las industrias mediáticas. Esta concentración impacta en el debate público, ya que reduce la cantidad de voces que participan en la construcción de la realidad social.

En este contexto, la dimensión normativa de la EPCyC subraya la necesidad de mecanismos regulatorios y políticas públicas que funcionen como contrapeso a las lógicas del mercado. Como plantea Zallo (2009), el análisis crítico debe traducirse en propuestas que garanticen la diversidad cultural y limiten la concentración mediática. De esta manera, la intervención institucional se vuelve fundamental para asegurar el acceso equitativo a la información y la protección de los derechos comunicativos.

De esta manera, la aparente apertura del entorno digital se encuentra condicionada también por estructuras tecnológicas que influyen en la visibilidad de los contenidos. Los sistemas algorítmicos tienden a priorizar aquellos discursos que generan mayor interacción, lo que puede favorecer la circulación de contenidos polarizantes o conflictivos. En este sentido, el ecosistema digital no constituye un espacio neutral, sino un entorno mediado por intereses económicos que inciden en la configuración del debate público.

Estas condiciones resultan fundamentales para analizar la interacción de ciertos discursos en línea, como los asociados a la Manosfera. La visibilidad de estos contenidos no depende únicamente de su existencia, sino también de su capacidad para integrarse a las lógicas algorítmicas y mercantiles de las plataformas digitales, las cuales tienden a amplificar narrativas que generan altos niveles de interacción, incluso cuando estas contribuyen a la polarización del debate público.

Industrias culturales, concentración mediática y convergencia entre telecomunicaciones, medios y plataformas

Las industrias culturales se refieren a los sistemas de producción, distribución y circulación de bienes simbólicos que operan bajo lógicas económicas específicas dentro del capitalismo. Como señala Miège (1987), estos procesos no son homogéneos, sino que responden a distintas "lógicas sociales" de funcionamiento, como la producción editorial, de flujo o de información, las cuales se articulan en modelos diversos, pero siempre insertos en dinámicas de mercado. En este sentido, la producción cultural industrializada no escapa a las reglas de la acumulación capitalista.

Desde esta perspectiva, los productos culturales no solo tienen un valor económico, sino también un contenido ideológico. Las narrativas que circulan en libros, series, películas o medios digitales no son neutrales, sino que pueden contribuir a la construcción de significados sociales, reforzando determinadas visiones del mundo. Como plantean Becerra y Mastrini (2006), el análisis de las industrias culturales permite comprender cómo las condiciones económicas y de propiedad inciden directamente en los contenidos mediáticos.

Tradicionalmente, las industrias culturales se asociaban a medios como la televisión, la radio o la prensa; sin embargo, con el desarrollo de las tecnologías digitales, estas dinámicas se han expandido hacia nuevos entornos. Como señalan Carboni (2015) y Retegui (2017), la incorporación de tecnologías de la información ha generado procesos de reorganización productiva y reconfiguración de las industrias culturales, ampliando su alcance y transformando sus formas de distribución.

En este contexto, resulta fundamental considerar la estructura de propiedad de los medios y las plataformas. Las industrias culturales no son únicamente espacios de producción simbólica; también son empresas con intereses económicos y políticos que inciden en la sociedad. Como afirman Gómez y Sánchez Ruiz (2011), los medios, en tanto industrias culturales, forman parte de las estructuras de poder contemporáneas y se articulan con otros actores económicos y políticos.

Esta dimensión se vincula directamente con el fenómeno de la concentración mediática. Diversos estudios han demostrado que la propiedad de los medios tiende a concentrarse en un número reducido de actores, lo que impacta en la diversidad de contenidos y en la pluralidad de voces presentes en el espacio público. En este sentido, la economía política de la comunicación se interesa por analizar cómo estas dinámicas de concentración influyen en la producción y circulación de bienes culturales (Califano, 2021).

Asimismo, el desarrollo del capitalismo global ha intensificado estos procesos, generando alianzas entre grandes conglomerados mediáticos y tecnológicos. Gómez García y Sánchez Ruiz (2011) señalan que estas transformaciones han dado lugar a una creciente interconexión entre industrias culturales, telecomunicaciones y plataformas digitales, consolidando un modelo en el que la producción cultural se articula a escala global.

En este escenario, la convergencia entre telecomunicaciones, medios y plataformas digitales ha redefinido las formas de acceso y consumo cultural. Los contenidos ya no dependen de una programación fija, sino que pueden ser consumidos en múltiples dispositivos y en cualquier momento. La audiencia ha dejado de ser únicamente receptora para convertirse en usuaria, participando activamente en el consumo, la distribución e incluso la producción de contenidos. Sin embargo, esta transformación no implica la desaparición de las lógicas económicas, sino su reconfiguración. Como plantea Zallo (2007), las formas de acceso a los bienes culturales continúan mediadas por distintos modelos de financiamiento, como la suscripción, la publicidad o los esquemas híbridos.

En este sentido, la convergencia tecnológica no implica una democratización automática de la comunicación; también supone una reconfiguración de las estructuras de poder. Como plantea Van Dijck (2016), las plataformas no solo distribuyen contenidos, sino que moldean la sociedad digital y las formas en que los usuarios interactúan. Por ello, la amplificación de contenidos de la Manosfera no puede explicarse únicamente por su existencia, sino también por su inserción en un sistema mediático caracterizado por la concentración, la convergencia tecnológica y la priorización algorítmica de contenidos que generan altos niveles de *engagement*.

Las redes sociodigitales, concebidas como espacios de creación, intercambio e interacción de contenidos, funcionan también como entornos donde se configuran dinámicas ideológicas complejas. Es en este contexto donde fenómenos como la Manosfera encuentran un terreno fértil para su expansión, particularmente entre hombres jóvenes. A través de diversas estrategias discursivas —memes, publicaciones, videos o debates— estas comunidades reproducen y normalizan discursos de odio, misoginia y violencia de género. La lógica algorítmica de las plataformas refuerza este proceso: una vez que un usuario interactúa con este tipo de contenido, comienza a recibirlo de manera recurrente en su feed, generando una exposición constante que contribuye a su naturalización.

Estas dinámicas se insertan en el desarrollo de la llamada web 2.0, definida por Kaplan y Haenlein (2010) como un conjunto de aplicaciones basadas en internet que permiten la creación y el intercambio de contenido generado por los usuarios. Según Van Dijck (2016), este modelo ha configurado un nuevo nivel de organización de la vida social, donde la interacción digital no solo refleja la realidad, sino que la estructura y la redefine.

Dentro de este ecosistema, las métricas de popularidad —como el número de seguidores— adquieren un papel central en la legitimación de los actores digitales. En plataformas como Facebook, la cantidad de seguidores funciona como un indicador de relevancia, transformando a ciertos usuarios en figuras de autoridad dentro de sus comunidades. Este fenómeno también se observa en grupos masculinistas, donde los administradores o creadores adquieren poder simbólico y capacidad de regulación, consolidándose como agentes clave en la reproducción de discursos discriminatorios. Como señala Van Dijck (2016), el término “seguidores” ha evolucionado hacia una noción que combina pertenencia, devoción y validación social.

Asimismo, las plataformas fomentan dinámicas competitivas a través de mecanismos de interacción como “likes”, comentarios y compartidos. Estas herramientas no solo miden la popularidad del contenido, sino que incentivan su reproducción. En comunidades como la Manosfera, un contenido con alta interacción refuerza su legitimidad y motiva a los usuarios a seguir generando discursos similares. En palabras de Van Dijck (2016), estos sistemas de ranqueo responden a una lógica ideológica basada en la jerarquía, la competencia y la visibilidad del “ganador”.

Finalmente, resulta fundamental reconocer que la presencia en el entorno digital se ha vuelto casi indispensable, especialmente para las generaciones más jóvenes, quienes pasan una parte significativa de su tiempo en estas plataformas. Esta centralidad convierte al espacio digital en un terreno clave de socialización, pero también en un espacio de riesgo.

Redes sociodigitales

Facebook es una de las plataformas sociodigitales con mayor número de usuarios a nivel global, pero su relevancia no se limita únicamente a su alcance, sino también a la sofisticación de sus mecanismos de extracción y uso de datos. A partir del análisis del comportamiento de sus usuarios, la plataforma diseña algoritmos capaces de segmentar audiencias, recomendar contenidos y dirigir publicidad de manera altamente personalizada. En este sentido, como señala González (2014), Facebook —junto con otras corporaciones tecnológicas— controla una parte significativa del mercado publicitario digital mediante la configuración de algoritmos de búsqueda y promoción (Ortiz, 2023).

El éxito de la plataforma se sustenta precisamente en estos sistemas algorítmicos. Los algoritmos determinan qué contenidos aparecen en el feed de cada usuario, priorizando aquellos que tienen mayor probabilidad de generar interacción. Boyd (2018) destaca que una de las claves del crecimiento de Facebook ha sido la constante optimización de estos algoritmos, los cuales evolucionan en función del comportamiento de los usuarios, garantizando así una circulación eficiente tanto de contenido orgánico como publicitario (Ortiz, 2023).

Es importante señalar que Facebook no opera con un único algoritmo, sino con un conjunto de sistemas interrelacionados. Entre ellos destaca EdgeRank, uno de los primeros modelos utilizados para determinar la visibilidad de las publicaciones en función de la actividad del usuario. Este sistema, basado en fórmulas y cálculos de interacción, establece qué contenidos son más relevantes para cada perfil (Ortiz, 2023). No obstante, la mayoría de estos algoritmos permanecen opacos para el público, lo cual responde tanto a estrategias de competencia empresarial como a la necesidad de resguardar sus modelos de negocio.

Esta opacidad refuerza la asimetría de poder entre las plataformas y los usuarios. Si bien Facebook obtiene beneficios económicos a partir del uso de datos personales, los mecanismos mediante los cuales estos datos son procesados, comercializados o compartidos con terceros no son completamente transparentes. Como advierten diversos autores, esta falta de claridad en la gestión algorítmica constituye uno de los principales problemas del ecosistema digital contemporáneo (Ortiz, 2023).

En este contexto, herramientas como Facebook Business Manager permiten a las empresas acceder a información detallada sobre el comportamiento de las audiencias, facilitando la segmentación de campañas publicitarias según variables como ubicación, intereses o hábitos de consumo. Esta capacidad convierte a Facebook en un espacio privilegiado para la publicidad digital, donde los anunciantes pueden optimizar sus estrategias en tiempo real (Molina, 2015).

El uso de la inteligencia artificial ha intensificado aún más estas dinámicas. A través del análisis de patrones de comportamiento, Facebook puede predecir intereses, anticipar decisiones de consumo y mejorar la experiencia de los usuarios, al tiempo que maximiza la rentabilidad de las campañas publicitarias. De esta forma, la plataforma no solo funciona como un medio de interacción social, sino también como un sistema avanzado de predicción y modulación del comportamiento (Ortiz, 2023).

En consecuencia, los algoritmos no solo determinan la visibilidad de los contenidos, sino también la eficacia de las estrategias comerciales. La publicidad programática, basada en el análisis de datos, permite impactar a audiencias específicas con mayor precisión, incrementando la probabilidad de conversión y reforzando el modelo económico de la plataforma.

Además de su dimensión publicitaria, Facebook ofrece a las empresas la posibilidad de construir presencia digital a través de perfiles, páginas y comunidades. Estas herramientas permiten establecer vínculos directos con los usuarios, generando espacios de interacción continua que fortalecen la visibilidad de marcas y productos (Molina, 2015). A ello se suma la capacidad de segmentación, que permite dirigir contenidos a públicos específicos, consolidando una lógica de mercado altamente personalizada.

No obstante, la saturación de contenido publicitario ha llevado a que muchos usuarios desarrollen estrategias de evasión e ignoren los anuncios tradicionales. Frente a ello, las empresas han optado por recurrir a figuras influyentes dentro de la plataforma, cuyos contenidos generan mayores niveles de credibilidad y *engagement*. Este fenómeno evidencia cómo la economía de la atención se articula con dinámicas de legitimidad social dentro del entorno digital.

Por otro lado, herramientas como los hashtags facilitan la organización de los contenidos y la identificación de tendencias, permitiendo a los usuarios acceder de manera más directa a temas de interés. Asimismo, las funcionalidades básicas de la plataforma —listas de amigos, mensajería, grupos, páginas y muro personal— estructuran la experiencia de los usuarios, configurando espacios diferenciados de interacción y producción de contenidos (Calleja, 2014).

El modelo económico de Facebook se basa principalmente en la publicidad digital, particularmente a través de esquemas como el pago por clic (*pay per click*) y el pago por impresión (*pay per impression*), los cuales dependen directamente del nivel de interacción de los usuarios. En este sentido, la generación de tráfico y viralidad se convierte en un elemento central para la rentabilidad de la plataforma (Calleja, 2014).

Sin embargo, en los últimos años se ha observado una creciente desconfianza por parte de los usuarios, derivada de preocupaciones relacionadas con la privacidad de los datos y el impacto del uso prolongado de estas plataformas. Este fenómeno ha llevado a ciertos sectores a reducir o abandonar su presencia en redes sociodigitales, cuestionando los modelos de negocio basados en la extracción de datos (Calleja, 2014).

Finalmente, es importante destacar que las dinámicas digitales no se limitan al espacio virtual. Las industrias culturales han integrado estrategias que conectan lo digital con lo físico, incentivando a los usuarios a generar contenidos en espacios reales —como restaurantes, eventos o comercios— y compartirlos en sus perfiles. Esta práctica no sólo amplifica la visibilidad de dichos espacios, sino que también refuerza la lógica de producción y circulación de contenidos como parte del modelo económico digital.

La Manosfera y su impacto en las industrias culturales y el ecosistema digital

La Manosfera puede entenderse como un fenómeno sociocultural que se sostiene sobre construcciones históricas de la masculinidad, en las que los hombres son concebidos como figuras fuertes, proveedoras y dominantes dentro del núcleo familiar. Estas ideas no surgen de manera aislada, sino que son producto de procesos de socialización que comienzan en el entorno familiar y se refuerzan a través de prácticas culturales cotidianas, como expresiones del tipo “los hombres no lloran” o “el hombre es quien manda en la casa”.

No obstante, estas concepciones no solo se transmiten en el ámbito privado, sino que han sido históricamente reproducidas y legitimadas por las industrias culturales. Un ejemplo claro se encuentra en el cine de oro mexicano, donde predominaban figuras masculinas que encarnaban el arquetipo del “macho”: valiente, dominante y con múltiples relaciones afectivas. Actores como Pedro Infante o Jorge Negrete representaban este ideal, contribuyendo a la normalización de ciertas conductas de género en amplios sectores de la población.

Desde la perspectiva de la Economía Política de la Comunicación, estos contenidos no solo cumplen una función simbólica, sino también económica. Las industrias culturales producen narrativas que, además de transmitir valores, responden a criterios de rentabilidad. Como plantea Mastrini (2017), retomando a Zallo, la cultura no puede separarse de sus condiciones materiales de producción: los contenidos se diseñan para ser consumidos y generar ingresos. En este sentido, la representación de masculinidades tradicionales no es casual, sino que responde a estudios de audiencia que identifican nichos de mercado específicos. Así, los medios no necesariamente crean estas ideas, pero sí las reproducen y amplifican Sin embargo, los medios no solo operan solo con intereses económicos, también muestran una incidencia en el sistema social, en donde se muestran patrones de conducta tradicionales, el problema central es que estás narrativas se reproducen y normalizan debido a la reiterada aparición en los medios.

No obstante, es importante reconocer que las industrias culturales no operan de manera unívoca. También existen producciones que problematizan estas dinámicas y buscan visibilizar sus efectos. Ejemplo de ello son obras como *Adolescence* del 2025 o *Manodrome* del 2023, que abordan críticamente las masculinidades contemporáneas y las comunidades masculinistas en entornos digitales. Aunque estas producciones siguen insertas en lógicas de mercado, representan un intento por cuestionar y resignificar los discursos dominantes.

En el ecosistema digital, la Manosfera encuentra un espacio particularmente propicio para su expansión. Facebook permite la creación de grupos cerrados donde se reproducen discursos de odio, desinformación y narrativas antifeministas. Estos espacios no solo facilitan la interacción entre usuarios con ideas afines, sino que también refuerzan sus creencias mediante dinámicas algorítmicas que priorizan contenidos similares a los previamente consumidos.

En este sentido, diversos autores han señalado que la Manosfera no puede entenderse al margen de las lógicas algorítmicas de las plataformas digitales, ya que estos sistemas tienden a amplificar contenidos que generan altos niveles de interacción, particularmente aquellos que apelan a la confrontación o la polarización. De este modo, los algoritmos no solo distribuyen información, sino que contribuyen activamente a la consolidación de comunidades ideológicas, reforzando creencias preexistentes y limitando la exposición a perspectivas diversas (Gillespie, 2018).

En estos entornos, la desinformación juega un papel clave. La manipulación de datos, la difusión de noticias falsas y la reinterpretación sesgada de problemáticas como la violencia de género contribuyen a construir una narrativa en la que los hombres se perciben a sí mismos como víctimas. Este fenómeno se vincula con la lógica de la posverdad, donde las emociones y las creencias personales adquieren un peso mayor que los hechos verificables.

Asimismo, formatos como los memes facilitan la circulación de estos discursos al presentarlos bajo una apariencia humorística que reduce su percepción de gravedad. Esto permite que ideas misóginas y discriminatorias se difundan de manera más efectiva, generando identificación y sentido de pertenencia entre los usuarios. A través de estas dinámicas, la Manosfera no solo produce contenido, sino que también construye comunidad.

Estos contenidos no solo operan a nivel discursivo, sino también emocional, ya que apelan a sentimientos de frustración, enojo, resentimiento o victimización. Esta carga emocional facilita la identificación con los mensajes y fortalece el sentido de pertenencia dentro de la comunidad, contribuyendo a la reproducción y legitimación de estos discursos.

Finalmente, es importante señalar que estas dinámicas también están atravesadas por intereses económicos. Creadores de contenido dentro de la Manosfera monetizan estas narrativas mediante la generación de vistas, interacciones y la venta de productos asociados a su identidad digital. De este modo, el discurso de odio no solo se reproduce ideológicamente, sino que también se inserta en circuitos de acumulación de capital, reforzando su permanencia en el ecosistema digital.

En este sentido, la Manosfera no solo debe entenderse como un fenómeno cultural o ideológico, sino también como un producto del ecosistema digital contemporáneo, en el que convergen intereses económicos, dinámicas algorítmicas y procesos de construcción identitaria. Su permanencia y expansión responden tanto a la lógica del mercado digital como a la capacidad de estos discursos para generar interacción, lo que los convierte en contenidos funcionales dentro de la economía de las plataformas (Srnicek, 2018).

Metodología de la investigación

Enfoque o tipo de investigación

En el campo de la investigación científica, la elección del enfoque metodológico constituye un elemento fundamental, ya que determina la forma en que se construye el conocimiento, se recolectan los datos y se interpreta la realidad estudiada. En términos generales, existen dos grandes enfoques de investigación: el cuantitativo y el cualitativo, los cuales responden a distintas formas de comprender los fenómenos sociales. El enfoque cuantitativo se caracteriza por centrarse en la medición de variables, el uso de datos numéricos y la aplicación de métodos estadísticos con el fin de establecer relaciones causales, generalizaciones y patrones verificables. De acuerdo con Hernández Sampieri, Fernández y Baptista (2014), este enfoque sigue una lógica deductiva, en la que se parte de teorías o hipótesis previas que son sometidas a prueba mediante la recolección y análisis de datos

cuantificables, buscando obtener resultados objetivos, replicables y generalizables a una población más amplia. En este sentido, el enfoque cuantitativo resulta particularmente útil en investigaciones donde se pretende medir fenómenos, comparar variables o establecer tendencias estadísticas.

Por otro lado, el enfoque cualitativo se orienta hacia la comprensión profunda de los fenómenos sociales, priorizando el análisis de significados, experiencias, discursos y contextos en los que estos se desarrollan. A diferencia del enfoque cuantitativo, el cualitativo no busca medir la realidad, sino interpretarla, reconociendo que los fenómenos sociales son complejos, dinámicos y construidos a partir de la interacción entre los sujetos. Según los mismos autores, este enfoque se basa en una lógica inductiva, en la que el conocimiento se construye a partir de la observación, el análisis y la interpretación de los datos, permitiendo generar comprensiones más amplias sobre los procesos sociales (Hernández Sampieri et al., 2014). De esta manera, la investigación cualitativa se enfoca en el estudio de los significados que los individuos atribuyen a sus prácticas, así como en las formas en que estos significados se construyen y se comparten dentro de determinados contextos culturales.

Las diferencias entre ambos enfoques no implican que uno sea superior al otro, sino que cada uno responde a distintos objetivos de investigación. Mientras el enfoque cuantitativo busca explicar fenómenos a partir de datos medibles y establecer relaciones generalizables, el enfoque cualitativo pretende comprender la complejidad de las experiencias humanas y los procesos simbólicos que configuran la realidad social. En este sentido, la elección del enfoque depende directamente del problema de investigación y de los objetivos que se persiguen.

En el caso de la presente investigación, se adoptó un enfoque cualitativo y se empleo una técnica de análisis de contenido para poder identificar, organizar e interpretar los significados en los memes del corpus discursivo. Haciendo uso de la propuesta semiológica de Roland Barthes como método de análisis. Debido a que el interés central no radica en cuantificar la presencia de determinados contenidos dentro de la Manosfera, sino en comprender cómo se construyen, circulan e interpretan los discursos a través de los memes dentro de estas comunidades digitales.

En este sentido, el meme es entendido como un artefacto comunicativo digital que combina elementos visuales y textuales para transmitir significados dentro de una comunidad específica. En el caso de la Manosfera, el meme se convierte en una herramienta estratégica para la difusión de discursos misóginos y antifeministas, al combinar humor, ironía y aparente inofensividad, facilitando así su circulación y aceptación dentro y fuera de estas comunidades.

> El humor no encierra un peligro a la estabilidad de las instituciones. Pero aquello no debiese nublarnos la vista respecto de las consecuencias que genera en el actuar social. En otras palabras, si la conversación social es discriminadora o sexista, aquella persona que tiene ideas más prejuiciosas establece una mayor tolerancia a la discriminación en su contexto inmediato. (De Ciencias Políticas y Sociales, F. 2016).

De este modo, el meme utiliza diversas formas discursivas y semánticas para abordar un tema, funcionando como una estrategia mediante la cual los elementos visuales que lo conforman —como referencias a personajes de series, animes o caricaturas— atenúan la carga explícita del mensaje. Así, el discurso de odio pierde un grado de crudeza en comparación con una enunciación directa de conductas misóginas, machistas o discriminatorias, lo que favorece su circulación dentro del entorno digital.

A partir de ello, la presente investigación se guía por la siguiente pregunta: ¿De qué manera el meme actúa como vehículo de la Manosfera en Facebook, y cómo la retroalimentación en los comentarios consolida cámaras de eco que legitiman discursos de odio, machismo y antifeminismo? Esta pregunta orienta la elección del enfoque cualitativo, ya que permite analizar no solo el contenido de los memes, sino también las interacciones, interpretaciones y procesos de retroalimentación que se generan en torno a ellos.

Dado que el objeto de estudio implica analizar significados y memes en línea, el enfoque cualitativo permite abordar el fenómeno desde una perspectiva interpretativa que reconoce la importancia del contexto, la subjetividad y la construcción colectiva de sentido. Asimismo, resulta pertinente considerar que estas interacciones se desarrollan dentro de lo que se conoce como cámaras de eco, es decir, entornos digitales en los que los usuarios tienden a interactuar principalmente con contenidos y opiniones afines a sus propias creencias, reforzando así determinados discursos (Sunstein, 2001). En este sentido, los memes no sólo funcionan como

herramientas de comunicación, sino también como mecanismos que consolidan y amplifican visiones compartidas sobre la masculinidad dentro de la Manosfera.

De esta manera, este enfoque posibilita examinar cómo los usuarios no solo consumen contenido, sino que participan activamente en su circulación e interacción, convirtiendo a los memes en herramientas discursivas que articulan ideologías, emociones y formas de identidad dentro del entorno digital.

A partir de esta elección metodológica, la investigación se desarrolla bajo un enfoque cualitativo que permite analizar de manera profunda los memes como dispositivos centrales de comunicación dentro de la Manosfera, entendidos como unidades que condensan y transmiten significados sobre la masculinidad y las relaciones de género. Esto sienta las bases para el diseño etnográfico digital y las técnicas de investigación empleadas en el presente estudio.

Así mismo, la investigación cualitativa permite examinar fenómenos vinculados con la cultura digital y la construcción de identidades colectivas, entendiendo que los sujetos no solo consumen contenidos, sino que participan activamente en su producción, circulación e interpretación. En este sentido, Strauss y Corbin (2002) señalan que este tipo de investigación busca analizar procesos sociales a partir de los significados compartidos entre los miembros de un grupo, lo cual resulta fundamental para comprender cómo los usuarios de la Manosfera interpretan y resignifican los memes que circulan en sus comunidades. De esta manera, los memes dejan de ser considerados únicamente como productos humorísticos para ser entendidos como unidades culturales que articulan discursos, emociones e ideologías, funcionando como mecanismos de cohesión grupal, validación simbólica y reproducción de narrativas específicas sobre la masculinidad. En este contexto, el enfoque cualitativo permite no solo analizar el contenido de los memes, sino también las interacciones que generan, las interpretaciones que suscitan y las dinámicas sociales que se construyen a partir de ellos, lo cual resulta indispensable para comprender su papel dentro de la Manosfera.

Diseño de la investigación

En concordancia con este enfoque, la investigación adopta un diseño etnográfico digital, el cual se centra en el estudio de las formas de interacción y los significados compartidos dentro

de comunidades que se desarrollan en entornos digitales. La etnografía, desde su origen en la antropología, ha tenido como objetivo comprender las culturas desde la perspectiva de los propios actores sociales, a través de una observación profunda y contextualizada de sus prácticas. Clifford Geertz (1973) plantea que el propósito de la etnografía es realizar una "descripción densa" de los fenómenos sociales, es decir, un análisis detallado que permita interpretar los significados culturales que subyacen a las acciones y comportamientos observados. Este planteamiento resulta fundamental para la presente investigación, ya que permite abordar los memes no sólo como objetos visuales o textuales, sino como formas de interacción y producción de sentido cargadas de significado dentro de un contexto digital específico.

Con el desarrollo de internet y las plataformas digitales, la etnografía ha evolucionado hacia lo que se conoce como etnografía digital, la cual permite estudiar comunidades que interactúan principalmente en línea. De acuerdo con Hine (2015), este enfoque metodológico busca comprender cómo se construyen las relaciones sociales, los discursos y las identidades en entornos digitales, considerando las particularidades de la interacción mediada por tecnologías. En el caso de la Manosfera, este diseño resulta especialmente pertinente, ya que estas comunidades existen y se desarrollan principalmente en plataformas digitales como Facebook, donde los usuarios interactúan a través de publicaciones, comentarios, reacciones y contenidos visuales como los memes.

La elección de Facebook por encima de otras plataformas responde a que permite observar de manera más completa las interacciones entre usuarios, ya que integra publicaciones, comentarios extensos, reacciones y compartidos en un mismo espacio, aunado a esto, la plataforma sigue siendo a día de hoy una de las más usadas por las personas a nivel mundial, su importancia radica en ser un espacio donde se reúnen un número elevado de comunidades de todo tipo y que en nuestro caso resulta propicia para identificar comunidades masculinistas, lo que facilita el análisis de la construcción colectiva de significado en torno a los memes. Asimismo, estas dinámicas desarrollan cámaras de eco dentro de estos grupos masculinistas, estos son entornos digitales en los que los usuarios tienden a interactuar principalmente con contenidos y opiniones afines a sus propias creencias, reforzando y amplificando determinados discursos (Sunstein, 2001). En este sentido, la plataforma permite

identificar con mayor claridad cómo los memes no solo circulan, sino que también consolidan visiones compartidas dentro de la comunidad.

De esta manera, el diseño etnográfico digital posibilita analizar la construcción discursiva de los memes, las formas de interacción de los usuarios y las respuestas que generan dentro de la comunidad, permitiendo así una comprensión integral del fenómeno.

Para el desarrollo de este diseño metodológico, se emplean diversas técnicas de investigación cualitativa que permiten abordar el objeto de estudio desde distintas dimensiones. En primer lugar, se recurre a la observación digital no participante como técnica principal, la cual consiste en el análisis sistemático de las formas de interacción que se desarrollan dentro de las comunidades en línea. En este caso, la observación es de carácter no participante, ya que la investigadora no interviene ni modifica las dinámicas del grupo, sino que se limita a observar y registrar los contenidos y las interacciones tal como ocurren en su entorno digital (Hine, 2015).

A través de esta técnica, se examinan las publicaciones que contienen memes, así como las respuestas que estos generan en forma de comentarios, reacciones o compartidos, lo cual permite identificar patrones discursivos, formas de humor predominantes y tipos de posicionamiento ideológico dentro del grupo. Esta técnica resulta especialmente relevante, ya que los memes no operan de manera aislada, sino que adquieren significado dentro de un contexto interactivo en el que los usuarios interpretan, responden y resignifican los contenidos, particularmente dentro de dinámicas de cámara de eco.

De manera complementaria, la técnica de observación digital se apoya en el uso de distintos instrumentos de registro, entre los cuales destacan el diario de campo digital y una guía de observación. En este sentido, si bien la técnica sigue siendo la observación, los instrumentos permiten sistematizar y profundizar el registro de la información obtenida durante el proceso de investigación (Hernández Sampieri et al., 2014).

El diario de campo es un instrumento de registro sistemático que permite documentar de forma detallada las observaciones realizadas durante el proceso de investigación. Estas notas incluyen aspectos como el tipo de meme, su estructura visual y textual, el contexto en el que es publicado, el tono del discurso, las reacciones que genera y las posibles interpretaciones

que emergen a partir de la interacción de los usuarios. Su uso resulta fundamental dentro de la investigación etnográfica, ya que no solo permite organizar la información recolectada, sino también incorporar reflexiones analíticas del investigador, contribuyendo así a la construcción de una interpretación más profunda del fenómeno estudiado (Hine, 2015).

Finalmente, se emplea el análisis semiológico de los memes para identificar las representaciones, ideas y significados que se movilizan en la Manosfera, A su vez, se empleará el análisis de contenido con el fin de trabajar la información relacionada a la interacción de los usuarios que forman parte de grupos masculinistas en Facebook con los memes seleccionados. Según Krippendorff (2018), el análisis de contenido permite examinar mensajes comunicativos con el fin de identificar patrones, estructuras de significado y relaciones discursivas dentro de un conjunto de datos. En esta investigación, el análisis no se limita al contenido visual o textual del meme, sino que se amplía al estudio del post en su totalidad, incluyendo los comentarios, reacciones y formas de interacción que este genera, lo cual resulta clave para identificar la consolidación de cámaras de eco.

En este punto, resulta fundamental incorporar un enfoque semiótico que permita profundizar en el análisis de los memes como sistemas de significación. Para ello, la investigación retoma las aportaciones de Roland Barthes (1977), quien plantea que las imágenes operan en distintos niveles de significación: un nivel denotativo, correspondiente a lo que se muestra de manera literal, y un nivel connotativo, relacionado con los significados culturales e ideológicos asociados. Este enfoque permite analizar cómo los memes dentro de la Manosfera no solo comunican un mensaje explícito, sino que también transmiten valores, creencias y posturas ideológicas de manera implícita, reforzando sentidos compartidos dentro de la comunidad digital.

En conjunto, la incorporación del enfoque semiótico permite analizar los memes no solo como objetos visuales, sino como dispositivos discursivos complejos que participan en la construcción de sentido, la reproducción de ideologías y la configuración de identidades colectivas. De esta manera, el enfoque cualitativo, el diseño etnográfico digital, las técnicas de observación, análisis de contenido, y la perspectiva semiótica se articulan para ofrecer una comprensión integral del fenómeno de estudio.

Diseño del campo de investigación y corpus discursivo

De acuerdo con Hernández-Sampieri, Fernández-Collado y Baptista-Lucio, un diario de campo es una especie de diario personal en el cual el investigador debe anotar sus impresiones, sentimientos y observaciones durante su estancia en el campo de estudio. Todo ello con el propósito de "combatir la mala memoria", documentar de manera transparente el proceso de observación y, además, servir como registro histórico de las vivencias del investigador (Hernández-Sampieri et al., 2014).

En este caso, el diario de campo será digital, lo cual significa que todo se llevará a cabo desde una computadora, teléfono celular o tableta, ya que el campo de investigación se encuentra en la red, específicamente en la plataforma Facebook.

Para la construcción del campo de estudio, se llevó a cabo una primera fase de exploración en la plataforma Facebook mediante la búsqueda sistemática de grupos vinculados a distintas expresiones de la Manosfera. Como punto de partida, se utilizaron categorías como incel, MGTOW, *redpill*, PUA y MRA, con el objetivo de identificar la presencia, organización y dinámicas de estas comunidades en el entorno digital hispanohablante.

A partir de esta búsqueda inicial, se obtuvo un conjunto amplio de grupos asociados a cada categoría. Posteriormente, se realizó una revisión detallada de estos resultados con el fin de depurar el universo de análisis y construir un corpus más pertinente. Para ello, se establecieron criterios de exclusión específicos: se descartaron los grupos en idioma inglés, aquellos de carácter privado —debido a la imposibilidad de acceder a sus dinámicas internas— y los que, pese a utilizar palabras clave relacionadas, no presentaban una vinculación clara con los discursos propios de la Manosfera. Este proceso permitió delimitar un conjunto de espacios accesibles y relevantes para el análisis.

Una vez definidos los grupos, se procedió a una segunda fase centrada en la observación de contenido, particularmente en formato de memes. En este punto, se identificó que la categoría incel concentraba la mayor cantidad de grupos activos y producción de contenido, lo que permitió construir la mayor parte del corpus empírico. Durante el análisis, se observaron patrones de interacción caracterizados por una alta cantidad de reacciones en contraste con

un bajo número de comentarios, lo que sugiere formas de participación más pasivas orientadas a la validación del contenido. Asimismo, se detectó la repetición de memes entre distintos grupos, acompañada de comentarios con estructuras discursivas similares, lo que evidencia dinámicas de cámara de eco donde los significados se refuerzan y homogenizan.

En este proceso también se identificó la centralidad del administrador como principal generador de contenido y como figura clave en la articulación de la interacción, ya que sus publicaciones tendían a concentrar mayores niveles de visibilidad y participación. De manera paralela, se observó que los memes funcionan como dispositivos discursivos que condensan narrativas complejas mediante recursos como el humor, la ironía y el sarcasmo, facilitando la circulación de ideas dentro de la comunidad.

Un elemento fundamental en esta fase fue la identificación y comprensión de la jerga propia de la comunidad incel, la cual estructura gran parte de sus discursos. Entre los términos más recurrentes se encuentran *Chad*, utilizado para referirse al hombre que encarna el ideal de atractivo físico y éxito sexual; *Stacy*, como representación de la mujer considerada atractiva que elige a este tipo de hombres; y *normie*, que designa a las personas externas a la comunidad. Asimismo, se identificaron conceptos como *blackpill*, que remite a una visión fatalista en la que las condiciones de vida —particularmente las relaciones sexoafectivas— están determinadas de manera irreversible por la apariencia física, y *redpill*, entendido como el "despertar" a una supuesta verdad sobre las dinámicas de género. Estos términos no solo funcionan como categorías descriptivas, sino también como marcos interpretativos que organizan la experiencia de los sujetos y delimitan su posición dentro del mundo social.

La incorporación de esta jerga en los memes y comentarios permite la construcción de códigos compartidos que refuerzan la identidad grupal y delimitan la pertenencia, al mismo tiempo que dificultan la comprensión del contenido para usuarios externos. En este sentido, el lenguaje no solo nombra la realidad, sino que contribuye activamente a su construcción dentro de la comunidad.

Al explorar la categoría MGTOW, se identificó una menor presencia de grupos en español y una limitada producción de memes. Los espacios localizados presentan un enfoque más discursivo, centrado en la construcción de la identidad masculina, el amor propio y la

autosuficiencia. Asimismo, se observó la existencia de grupos como “Masculinísimos México”, que, sin asumirse explícitamente bajo esta etiqueta, retoman elementos del discurso MGTOW, particularmente la noción del “hombre libre”. A diferencia de los espacios incel, estos grupos presentan menor confrontación hacia las mujeres y priorizan la validación de experiencias personales, configurando un entorno más orientado a la automejora que al conflicto.

Como resultado de estas fases de búsqueda, depuración y observación, se obtuvo un corpus inicial de 41 memes, provenientes principalmente de comunidades incel y, en menor medida, de espacios vinculados a MGTOW. Por otro lado, en las categorías *redpill*, PUA y MRA no se identificó una cantidad significativa de contenido a partir de la búsqueda por grupos, lo que llevó a la implementación de una segunda estrategia metodológica basada en la exploración mediante hashtags relacionados con estas comunidades, con el objetivo de ampliar el campo de investigación y rastrear otras formas de circulación discursiva dentro de la plataforma.

A partir de la jerga de la Manosfera, se llevó a cabo una segunda fase de búsqueda basada en hashtags definidos por los conceptos más populares dentro de estas comunidades, con la expectativa de obtener resultados más provechosos para cumplir los objetivos de la investigación. Los hashtags utilizados fueron #hipergamia, #ginocentrismo, #hombresdealtovalor, #antifeminismo, #simp, #mav y #chad. Esta búsqueda siguió los mismos parámetros de la primera fase.

La búsqueda por hashtags presenta ciertas ventajas frente a la búsqueda por palabras clave, ya que arroja resultados directos en los que la etiqueta ha sido utilizada, evitando así la localización inicial del contenido dentro de grupos o páginas. Además, facilita la identificación y posterior revisión de páginas que comparten este tipo de contenido de manera frecuente o cuyo eje temático principal se relaciona con la Manosfera. Finalmente, otra ventaja consiste en que el propio contenido conduce a otros hashtags asociados, ampliando el panorama de búsqueda y enriqueciendo los resultados obtenidos.

La mayor parte de los resultados se obtuvo mediante la búsqueda del hashtag #antifeminismo, el cual no solo presenta una gran cantidad de contenido en formato meme, sino también

páginas dedicadas específicamente a esta temática. Se identificó una en particular llamada "La CHICA", cuyo contenido se relaciona directamente con el término de búsqueda y que además funciona como cuenta secundaria de la página "CHICA antifeminista".

En contraste, los hashtags #hipergamia y #ginocentrismo fueron los que mostraron menos elementos en formato meme. Aunque #hipergamia registró aproximadamente 120 mil resultados según la plataforma, gran parte de ellos correspondían a contenido audiovisual extraído de videos o videopódcast de creadores de contenido relacionados con la temática, principalmente "El Temach", quien es uno de los referentes más visibles de este tipo de contenido en Latinoamérica.

En casos específicos como el del hashtag #ginocentrismo, se identificó una página denominada "Antifeminismo en progreso", la cual contaba con una carpeta dedicada exclusivamente a este tema. Asimismo, la página poseía otras carpetas organizadas por diferentes términos, donde clasificaba imágenes y memes de acuerdo con la temática abordada.

Al proceder con la depuración y selección del contenido, se llegó a otros hashtags. Un ejemplo de ello fue #mujeresdealtovalor, que inicialmente no mostró una cantidad significativa de memes. Sin embargo, durante la búsqueda se identificó el hashtag #mav, una contracción del mismo término. Al explorar esta segunda etiqueta, se obtuvieron resultados más provechosos.

No todos los casos de búsqueda fueron exitosos. Algunos hashtags conducían a resultados totalmente distintos o fuera de los parámetros de la investigación. Tal fue el caso de #friendzone, que, a pesar de presentar un número considerable de resultados, se encontraba mayoritariamente en inglés. Otro ejemplo fue #chad, ya que, aunque se trata de un término extraído directamente de la jerga de la Manosfera, el hashtag remitía principalmente a publicaciones relacionadas con Chad, el país ubicado en África Central.

De esta manera, tras el proceso de selección y depuración de resultados, se conformó un corpus total de 70 memes, de los cuales 29 provinieron de esta segunda fase de búsqueda. La mayor parte se obtuvo mediante los hashtags #antifeminismo y #mav, mientras que hubo una

menor concentración en #hipergamia, #ginocentrismo y #hombresdealtovalor. Los resultados fueron registrados en los diarios de campo digitales, los cuales resultan fundamentales para el proceso de tematización.

La siguiente fase consistió en definir los temas mediante las cuales se seleccionarían y analizarían los memes obtenidos para la conformación del corpus. Dichos temas fueron concretados en base a la identificación y revisión de estos contenidos. Las temáticas establecidas fueron las siguientes:

- **Rechazo y victimización masculina:** engloba aquellos memes que representan experiencias de rechazo sexoafectivo, así como narrativas en las que los hombres se posicionan como sujetos perjudicados o excluidos dentro de las relaciones interpersonales y del orden social.
- **Representaciones y degradación de las mujeres:** incluye contenido que construye imágenes estereotipadas o despectivas de las mujeres, así como discursos que explican las relaciones de género a partir de ideas como la hipergamia femenina.
- **Anécdotas y validación de experiencias:** abarca memes que simulan o relatan experiencias personales, los cuales son reforzados en los comentarios mediante procesos de identificación y validación colectiva entre los miembros de la comunidad.

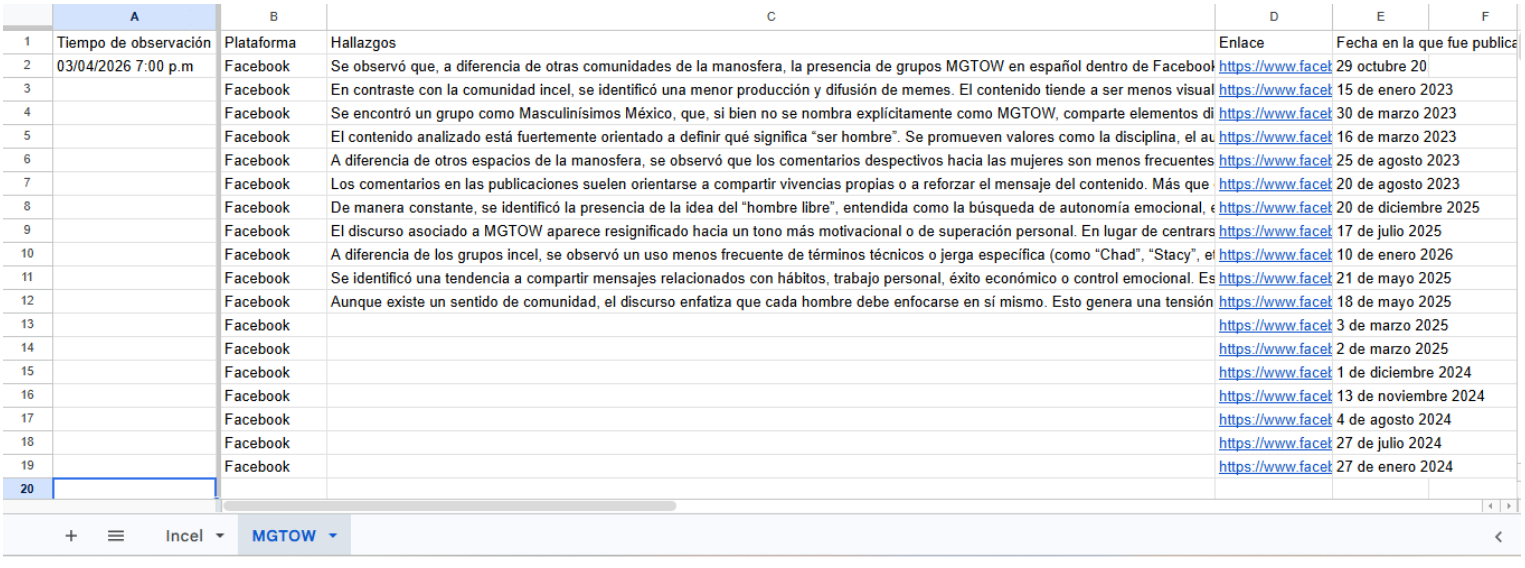
Esta tematización permite organizar el corpus de manera sistemática y evidenciar regularidades discursivas en los memes analizados. Asimismo, estas narrativas se encuentran atravesadas por dinámicas de desinformación, posverdad y cámaras de eco, en las que los discursos se replican, validan y refuerzan colectivamente dentro de Facebook.

Una vez tematizados y seleccionados los memes, se realizó un segundo filtro mediante el cual se eligieron aquellos que cumplían con ciertos requisitos para posibilitar un análisis adecuado del contenido. Este filtro consistió en seleccionar únicamente los memes que contaran con entre 50 y 300 comentarios, así como con un mínimo de 100 reacciones. Como resultado de este proceso, 14 memes cumplieron con los criterios establecidos.

Finalmente, se seleccionaron 5 de esos 14 memes para realizar un análisis más profundo. Para ello, se eligieron aquellos que presentaban suficientes elementos para ser abordados

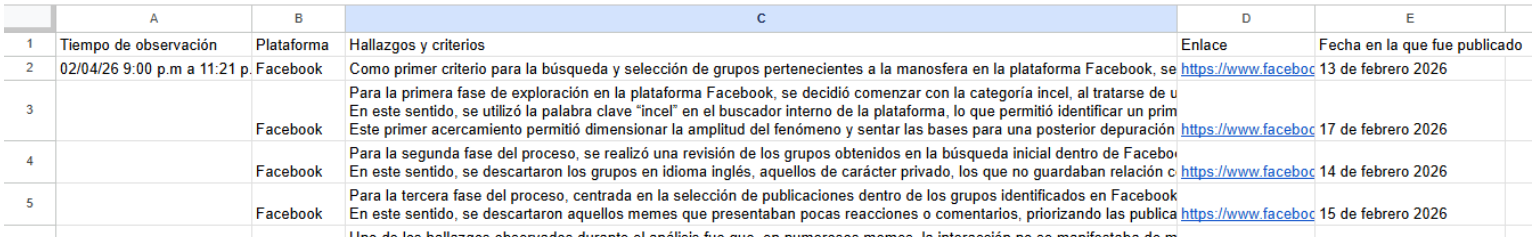
desde una perspectiva semiológica y permitir el desarrollo del análisis conforme a lo planteado anteriormente.

Como parte de las herramientas de investigación se empleó un diario de campo digital, elaborado mediante hojas de cálculo en Microsoft Excel, con el propósito de registrar de manera sistemática las observaciones realizadas durante el trabajo de campo en Facebook. En este instrumento se documentó la información correspondiente a cada publicación analizada, incluyendo la fecha y el tiempo de observación, la plataforma, los hallazgos y criterios de análisis, el enlace de la publicación, la fecha de publicación y una captura de pantalla del meme. Este registro permitió organizar el corpus de estudio, dar seguimiento al proceso de selección de los memes y sistematizar las observaciones obtenidas durante las distintas etapas de la investigación, facilitando posteriormente el análisis de contenido y el análisis semiológico.

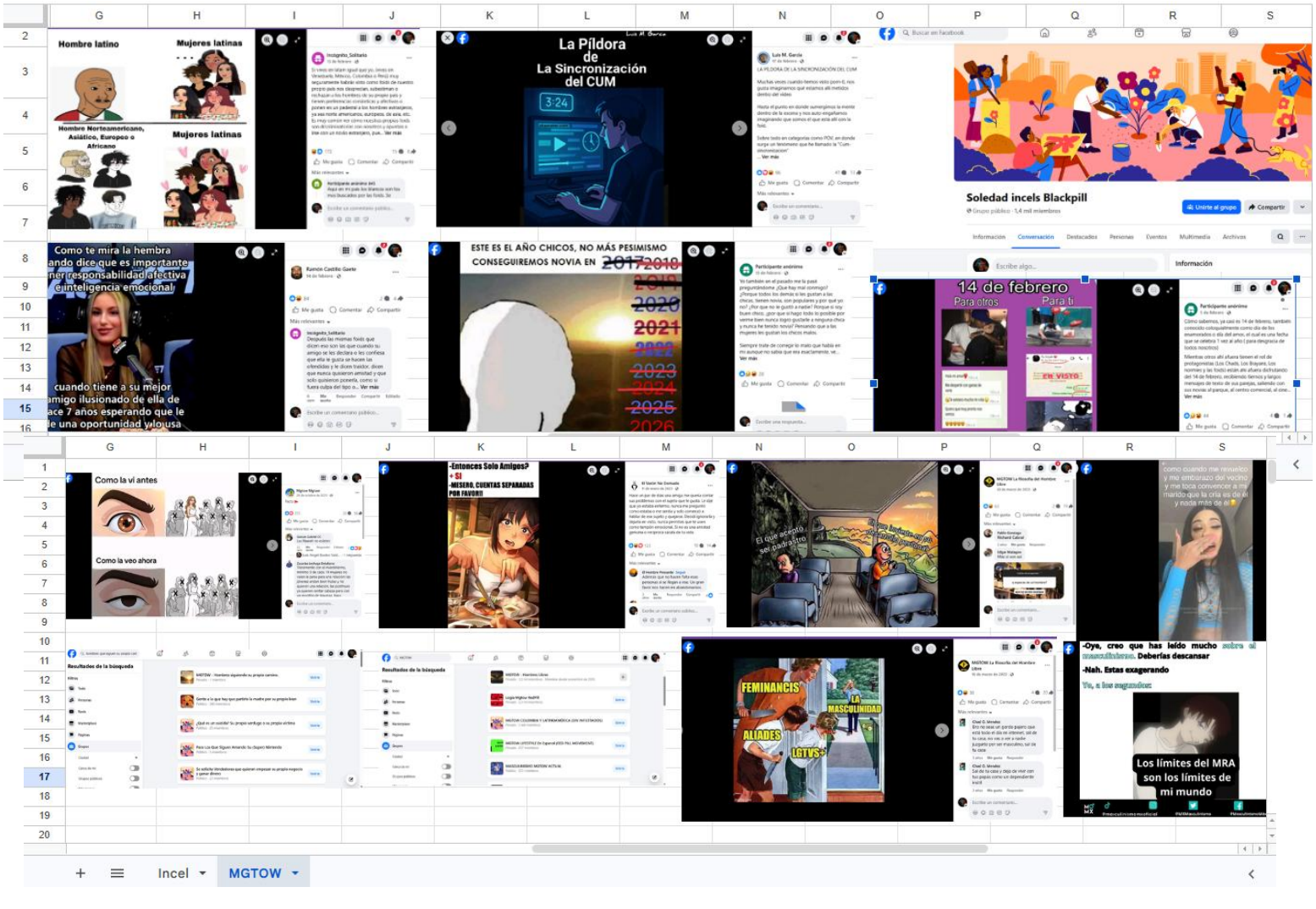


	A	B	C	D	E	F
1	Tiempo de observación	Plataforma	Hallazgos	Enlace	Fecha en la que fue publica	
2	03/04/2026 7:00 p.m	Facebook	Se observó que, a diferencia de otras comunidades de la manosfera, la presencia de grupos MGTOW en español dentro de Facebook	https://www.facet	29 octubre 20	
3		Facebook	En contraste con la comunidad incel, se identificó una menor producción y difusión de memes. El contenido tiende a ser menos visual	https://www.facet	15 de enero 2023	
4		Facebook	Se encontró un grupo como Masculinísimos México, que, si bien no se nombra explícitamente como MGTOW, comparte elementos di	https://www.facet	30 de marzo 2023	
5		Facebook	El contenido analizado está fuertemente orientado a definir qué significa "ser hombre". Se promueven valores como la disciplina, el au	https://www.facet	16 de marzo 2023	
6		Facebook	A diferencia de otros espacios de la manosfera, se observó que los comentarios despectivos hacia las mujeres son menos frecuentes	https://www.facet	25 de agosto 2023	
7		Facebook	Los comentarios en las publicaciones suelen orientarse a compartir vivencias propias o a reforzar el mensaje del contenido. Más que	https://www.facet	20 de agosto 2023	
8		Facebook	De manera constante, se identificó la presencia de la idea del "hombre libre", entendida como la búsqueda de autonomía emocional, e	https://www.facet	20 de diciembre 2025	
9		Facebook	El discurso asociado a MGTOW aparece resignificado hacia un tono más motivacional o de superación personal. En lugar de centrars	https://www.facet	17 de julio 2025	
10		Facebook	A diferencia de los grupos incel, se observó un uso menos frecuente de términos técnicos o jerga específica (como "Chad", "Stacy", el	https://www.facet	10 de enero 2026	
11		Facebook	Se identificó una tendencia a compartir mensajes relacionados con hábitos, trabajo personal, éxito económico o control emocional. Es	https://www.facet	21 de mayo 2025	
12		Facebook	Aunque existe un sentido de comunidad, el discurso enfatiza que cada hombre debe enfocarse en sí mismo. Esto genera una tensión	https://www.facet	18 de mayo 2025	
13		Facebook		https://www.facet	3 de marzo 2025	
14		Facebook		https://www.facet	2 de marzo 2025	
15		Facebook		https://www.facet	1 de diciembre 2024	
16		Facebook		https://www.facet	13 de noviembre 2024	
17		Facebook		https://www.facet	4 de agosto 2024	
18		Facebook		https://www.facet	27 de julio 2024	
19		Facebook		https://www.facet	27 de enero 2024	
20						

Incel MGTOW



	A	B	C	D	E
1	Tiempo de observación	Plataforma	Hallazgos y criterios	Enlace	Fecha en la que fue publicado
2	02/04/26 9:00 p.m a 11:21 p.	Facebook	Como primer criterio para la búsqueda y selección de grupos pertenecientes a la manosfera en la plataforma Facebook, se	https://www.faceboc	13 de febrero 2026
3		Facebook	Para la primera fase de exploración en la plataforma Facebook, se decidió comenzar con la categoría incel, al tratarse de u En este sentido, se utilizó la palabra clave "incel" en el buscador interno de la plataforma, lo que permitió identificar un prim Este primer acercamiento permitió dimensionar la amplitud del fenómeno y sentar las bases para una posterior depuración	https://www.faceboc	17 de febrero 2026
4		Facebook	Para la segunda fase del proceso, se realizó una revisión de los grupos obtenidos en la búsqueda inicial dentro de Facebo En este sentido, se descartaron los grupos en idioma inglés, aquellos de carácter privado, los que no guardaban relación c	https://www.faceboc	14 de febrero 2026
5		Facebook	Para la tercera fase del proceso, centrada en la selección de publicaciones dentro de los grupos identificados en Facebook En este sentido, se descartaron aquellos memes que presentaban pocas reacciones o comentarios, priorizando las publica	https://www.faceboc	15 de febrero 2026


Hombre latino
Mujeres latinas
Hombre Norteamericano, Asiático, Europeo o Africano
Mujeres latinas
La Píldora de La Sincronización del CUM
Soledad incels Blackpill
Como te mira la hembra
cuando tiene a su mejor amigo ilusionado de ella de
ace 7 años esperando que le
e una oportunidad y lo usa
ESTE ES EL AÑO CHICOS, NO MÁS PESIMISMO
CONSEGUIREMOS NOVIA EN
2017 2018
2020
2021
2022
2023
2024
2025
2026
14 de febrero
Para otros
Para ti
EN VISTO
Como la vi antes
Como la veo ahora
-Entonces Solo Amigos?
+ SI
-MESERO, CUENTAS SEPARADAS POR FAVOR!!
El que acepta ser padrastro
como cuando me revuelco y me embarazo del vecino y me toca convencer a mi marido que la cría es de él y nada más de él
Resultados de la búsqueda
Resultados de la búsqueda
FEMINANCIS
LA MASCULINIDAD
ALIADES
LGTVS+
-Oye, creo que has leído mucho sobre el masculinismo. Deberías descansar
-Nah. Estas exagerando
Yo, a los segundos:
Los límites del MRA son los límites de mi mundo
Incel
MGTOW

Análisis de los memes provenientes de grupos masculinistas en Facebook: una aproximación semiológica y discursiva

Los memes se han consolidado como una de las formas de comunicación más características de las plataformas sociodigitales debido a su capacidad para condensar ideas, emociones y posicionamientos ideológicos mediante la combinación de imágenes, textos y referencias culturales compartidas. En el caso de la Manosfera, estos recursos no solo funcionan como expresiones humorísticas o de entretenimiento, sino también como vehículos para la difusión y legitimación de discursos antifeministas, machistas y misóginos que circulan dentro de comunidades masculinistas en línea.

Desde una perspectiva semiológica y discursiva, el análisis de los memes permite identificar los significados que se construyen a partir de los elementos visuales y textuales que los conforman. En este sentido, los memes son entendidos como productos culturales que participan en la construcción de representaciones sociales sobre las relaciones de género, la masculinidad y el feminismo, favoreciendo la presencia de determinados marcos de interpretación dentro de las plataformas digitales.

El presente apartado analiza cinco memes publicados en grupos y páginas de Facebook vinculados con comunidades masculinistas. Para cada caso se examinan tanto los elementos que integran el contenido del meme como las dinámicas discursivas que se desarrollan en los comentarios generados por los usuarios. Haciendo uso del análisis de contenido antes mencionado. De esta manera, se busca comprender cómo estos contenidos son resignificados colectivamente, qué discursos predominan en las interacciones y de qué forma contribuyen a la creación de espacios de validación mutua que favorecen la reproducción de narrativas antifeministas y la conformación de cámaras de eco dentro del entorno digital. Primero se presentará el análisis de las interacciones recabadas a partir del análisis de contenido, herramienta que nos permitió realizar identificar la temática central de cada meme, las reacciones, comentarios y compartidas que presentaron y una tabla en donde se representan las formas en que se expresa la temática del meme, por medio de la repetición de comentarios y las reacciones predominantes. Seguido del análisis semiológico aplicado a los memes de la propuesta de Roland Barthes, para identificar los significados y representaciones que se

hayan en los memes seleccionados, haciendo uso de la denotación, connotación y los planos de la expresión y del contenido en el contexto de la Manosfera.

MEME 1:

https://www.facebook.com/photo/?fbid=946393141497824&set=a.128165709987242



La publicación analizada corresponde a un meme construido a partir de la captura de un mensaje publicado originalmente en la red social X. En dicho mensaje, un usuario manifiesta una postura favorable hacia el feminismo. Posteriormente, la captura fue difundida en un grupo de Facebook asociado a comunidades de la Manosfera, donde fue resignificada mediante comentarios y reacciones de carácter burlesco. El proceso de circulación del contenido transformó el sentido original de la publicación, convirtiéndola en un objeto de crítica y ridiculización. La mayoría de las interacciones se enfocan en desacreditar tanto al autor del mensaje como a las posturas feministas, utilizando el humor, la ironía y expresiones despectivas como formas predominantes de participación. Este contexto resulta relevante

para comprender las dinámicas discursivas observadas en los comentarios y las formas de interacción características de estos espacios digitales.



Reacciones: 2267 reacciones. 1839 me divierte, 412 me gusta, 9 me encanta, 4 me asombra, 1 me entristece, 1 me importa y 1 me molesta

Comentarios: 299

Compartidos: 77

Temática principal: Antifeminismo

Tabla de análisis de comentarios del meme.

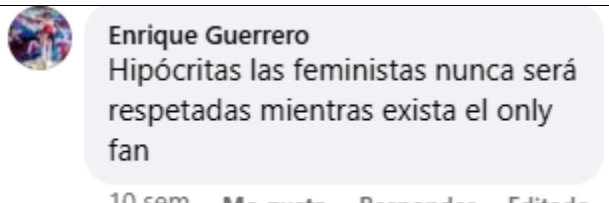
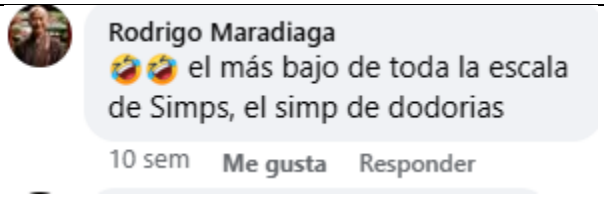
Criterios de clasificación de los comentarios:

La siguiente tabla presenta la clasificación temática de los 299 comentarios identificados en la publicación. Los comentarios fueron agrupados de acuerdo con las ideas, argumentos y formas de interacción más recurrentes observadas durante el análisis. La columna “Formas en que se expresa la temática” muestra las categorías construidas a partir de los discursos predominantes, mientras que “¿A qué se refieren los comentarios?” describe el contenido principal de cada grupo. La columna “Palabras o expresiones más repetidas” incluye los términos que aparecieron con mayor frecuencia dentro de cada categoría y que permitieron identificar patrones discursivos. El “Número de comentarios” corresponde a la cantidad de

comentarios clasificados en cada categoría. Por su parte, “Reacciones predominantes en los comentarios” hace referencia a las reacciones recibidas por los comentarios pertenecientes a cada categoría y no a las reacciones generales de la publicación. Finalmente, la columna “Observaciones” presenta una interpretación de los significados y dinámicas que caracterizan cada grupo de comentarios.

Formas en que se expresa la temática	**¿A qué se refieren los comentarios?**	**Palabras o expresiones más repetidas**	**Número de comentarios**	**Reacciones predominantes en los comentarios**	**Observaciones**
Descalificación hacia mujeres feministas	Los usuarios critican al feminismo, consideran exageradas las posturas feministas y desacreditan a mujeres feministas mediante insultos o burlas. Algunos comentarios hablan de “doble moral” y minimizan las demandas feministas.	“feministas” = 40 “feminazis” = 22 “doble moral” = 15 “locas” = 10 “misandria” = 7 “resentidas” = 3	100 comentarios	“Me gusta” 277  167 “Me divierte” 	El feminismo aparece como el principal objetivo de crítica y descalificación en la publicación.
Burla hacia hombres aliados del feminismo.	Los usuarios insultan o ridiculizan a hombres que apoyan posturas feministas, relacionándolos con debilidad o falta de masculinidad. También utilizan sarcasmo, memes y bromas para burlarse de ellos o del post original.	“simp” = 50 “aliade” = 50 “arrastrado” = 27 “jajaja” = 8 “virgen” = 4	150 comentarios	200 “Me gusta”  30 “Me divierte” 	El humor y la burla funcionan como mecanismos de convivencia y refuerzo grupal.

Formas en que se expresa la temática	¿A qué se refieren los comentarios?	Palabras o expresiones más repetidas	Número de comentarios	Reacciones predominantes en los comentarios	Observaciones
Masculinidad tradicional	Algunos usuarios hablan sobre cómo debe comportarse un "hombre de verdad" y rechazan actitudes consideradas "débiles" o "sumisas".	"hombre de verdad" = 20 "masculino" = 17 "hombres" = 10	30 comentarios	100 "Me gusta"	Se refuerzan modelos tradicionales de masculinidad y rechazo a conductas consideradas femeninas.
Validación grupal	Los usuarios responden apoyando opiniones similares y reforzando experiencias compartidas entre hombres.	"basado" =5 "real" = 4 "exacto" =3	19 comentarios	77 "Me gusta"	Existe una sensación de comunidad y apoyo mutuo entre los participantes.

Formas en que se expresa la temática	Ejemplos de los comentarios
Descalificación hacia mujeres feministas	
Burla hacia hombres aliados del feminismo.	

Masculinidad tradicional	 **Vlad Cerberus De Sade** Jajajaajaj la ching@dera está me quiere venir a decir como ser hombre!!! 🤣🤣🤣 9 sem **Me gusta** Responder
Validación grupal	 **Felipe Mas** Pero es verdad, usan la memoria de un muerto sólo por dar patadas de ahogado xd 10 sem **Me gusta** Responder ...

MEME 2:

https://www.facebook.com/photo?fbid=122118239475243300&set=a.122095942101243300



El meme fue publicado en un grupo de Facebook asociado a la Manosfera y aborda la temática de los hombres identificados como *incels* (célibes involuntarios). La publicación utiliza una imagen que representa a un hombre observando con tristeza a una pareja mientras aparece la frase "INCEL: NUNCA SERÁS QUERIDO POR NADIE". A partir de esta premisa, los usuarios desarrollan discusiones sobre el rechazo romántico, la apariencia física, las relaciones de género y las dificultades que algunos hombres perciben para establecer vínculos afectivos. Los comentarios muestran tanto posturas fatalistas y de resignación como intentos de cuestionar o debatir estas ideas.



Reacciones: 314 (129 me gusta, 117 me divierte, 48 me entristece, 14 me encanta, 3 me importa, 3 me asombra)

Comentarios: 244

Temática principal: Rechazo romántico masculino.

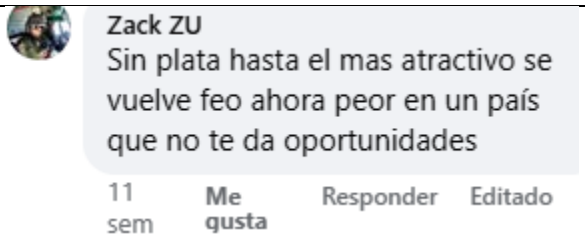
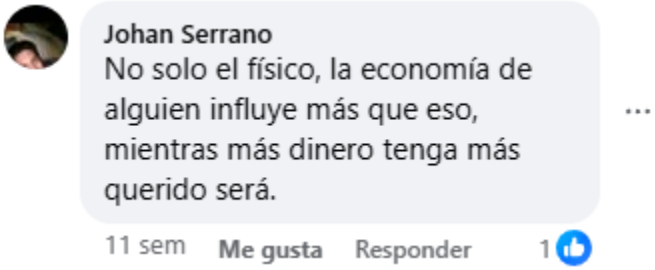
Tabla de análisis de comentarios del meme.

Criterios de clasificación de los comentarios:

La siguiente tabla presenta la clasificación temática de los 244 comentarios analizados en la publicación. Las categorías fueron construidas a partir de los principales discursos relacionados con el rechazo romántico masculino, las explicaciones sobre la soledad afectiva y las interpretaciones de las relaciones de pareja presentes en los comentarios. La columna "Formas en que se expresa la temática" identifica los distintos modos en que los usuarios abordan el tema central del meme. La columna "Palabras o expresiones más repetidas" reúne aquellos términos que aparecieron de manera recurrente dentro de cada categoría y que sirvieron como indicadores para la clasificación. El "Número de comentarios" representa la frecuencia de comentarios asignados a cada categoría. Las "Reacciones predominantes en los comentarios" corresponden únicamente a las interacciones observadas en los comentarios clasificados y no a las reacciones totales de la publicación. Finalmente, las "Observaciones" permiten identificar tendencias, posiciones y formas de interpretación compartidas por los usuarios.

Formas en que se expresa la temática	¿A qué se refieren los comentarios?	Palabras o expresiones más repetidas	Número de comentarios	Reacciones predominantes en los comentarios	Observaciones
Fatalismo afectivo	Los usuarios presentan la soledad y el rechazo amoroso como un destino inevitable para ciertos hombres.	"nunca"=97, "se acabó"=80, "nadie me querrá"=20	117 comentarios	Me gusta: 270  Me divierte:150 	Predomina una visión pesimista sobre las relaciones de pareja.
Jerarquización del atractivo físico	Los comentarios sostienen que la apariencia física determina las oportunidades románticas.	"feo"=60, "guapo"=45, "atractivo"=10, "genética= 5"	70 comentarios	Me gusta: 100 	Se construyen categorías de valor basadas en el aspecto físico.
Crítica a las dinámicas de elección de pareja	Los usuarios discuten los criterios que utilizan las mujeres para elegir pareja.	"hipergamia=10", "estatus"=15 , "dinero"=20, "mujeres= 40"	35 comentarios	Me gusta: 70 	Se atribuye el rechazo a factores externos más que individuales.
Debate sobre las causas del rechazo	Algunos usuarios cuestionan las explicaciones incel y proponen otros factores como personalidad o habilidades sociales.	"actitud"= 10, "mentalidad"=7, "carisma=5"	15 comentarios	Me gusta: 17 	Surge una postura crítica frente al determinismo del discurso principal.
Validación de experiencias compartidas	Los usuarios apoyan y confirman	"real"= 5, "cierto"=5, "exacto"=3	7 comentarios	Me gusta: 200 	Se genera una sensación de

Formas en que se expresa la temática	¿A qué se refieren los comentarios?	Palabras o expresiones más repetidas	Número de comentarios	Reacciones predominantes en los comentarios	Observaciones
	experiencias similares de otros participantes.				comunidad entre los comentaristas.

Formas en que se expresa la temática	Ejemplos de los comentarios
Fatalismo afectivo	
Jerarquización del atractivo físico	
Crítica a las dinámicas de elección de pareja	
Debate sobre las causas del rechazo	

Validación de experiencias compartidas	Jesus Montañez La pura verdad mi general pero sabes tus palabras a veces consuelan no me hace sentir tan solo sino que somos muchos los que vivimos así

MEME 3:

https://www.facebook.com/photo?fbid=940643672072771&set=a.128165709987242



La publicación analizada corresponde a un meme difundido en grupos de Facebook vinculados a comunidades de la Manosfera. La imagen presenta una situación en la que se cuestiona la idea de que las mujeres no necesitan a los hombres, mostrando ejemplos de actividades asociadas al trabajo físico o a la ayuda cotidiana. A partir de esta representación, los usuarios desarrollan discusiones sobre los roles de género, la utilidad de los hombres en la sociedad y las posturas feministas. La mayoría de los comentarios utilizan el humor, la burla y experiencias personales para desacreditar discursos feministas y reforzar concepciones tradicionales sobre las relaciones entre hombres y mujeres.



Reacciones: 897 (597 me divierte, 285 me gusta, 10 me encanta, 3 me asombra, 1 me importa, 1 me enoja)

Comentarios: 205

Temática principal: Antifeminismo

Tabla de análisis de comentarios del meme.

Criterios de clasificación de los comentarios:

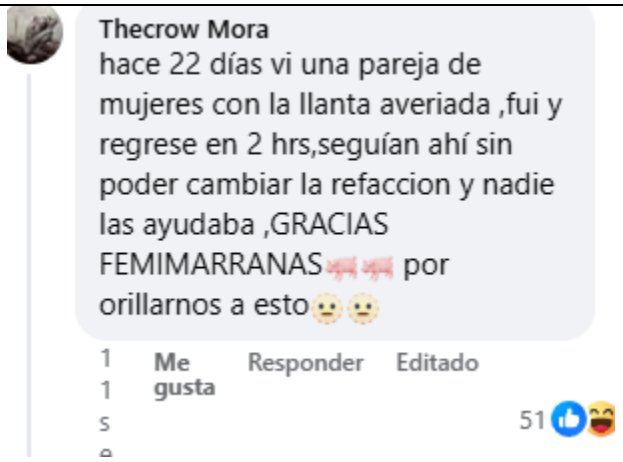
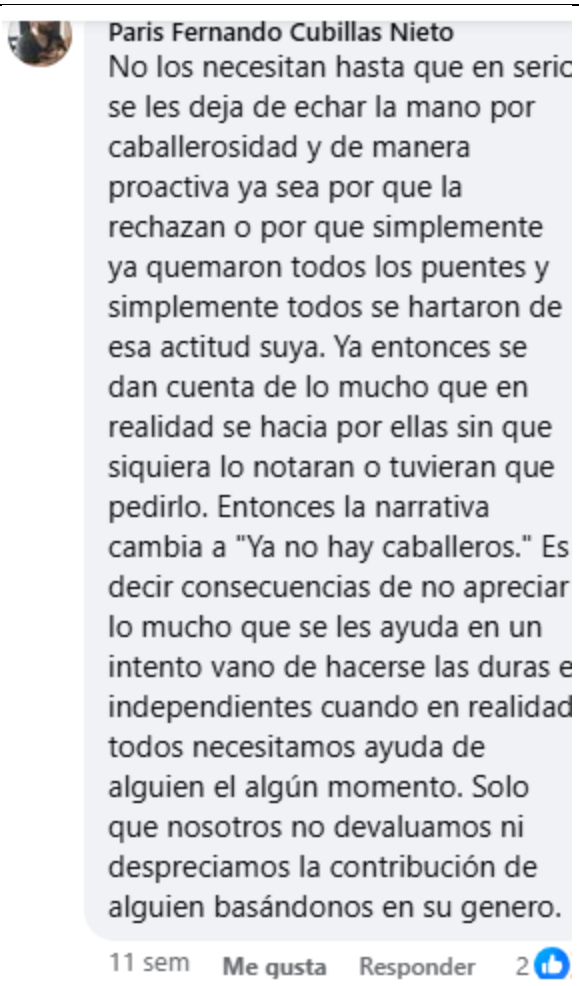
La siguiente tabla presenta la clasificación temática de los 205 comentarios analizados en la publicación. La categorización se realizó a partir de los discursos más frecuentes relacionados con el antifeminismo, los roles de género y las percepciones sobre la utilidad de hombres y mujeres en la vida cotidiana. Las categorías reflejan las distintas formas en que los usuarios interpretan y reaccionan al contenido del meme. La columna “Palabras o expresiones más repetidas” muestra los términos más utilizados dentro de cada categoría, los cuales permitieron identificar regularidades discursivas. El “Número de comentarios” indica la cantidad de intervenciones agrupadas en cada categoría, mientras que “Reacciones predominantes en los comentarios” se refiere exclusivamente a las reacciones recibidas por los comentarios clasificados y no a las reacciones generales obtenidas por la publicación. Por último, la columna “Observaciones” ofrece una interpretación de los significados

predominantes y de las formas en que los participantes construyen y legitiman sus argumentos.

Formas en que se expresa la temática	**¿A qué se refieren los comentarios?**	**Palabras o expresiones más repetidas**	**Número de comentarios**	**Reacciones predominantes en los comentarios**	**Observaciones**
Descalificación del feminismo y de las mujeres feministas	Los usuarios presentan a las feministas como contradictorias, exageradas o incapaces de realizar ciertas actividades sin ayuda masculina. También aparecen insultos y referencias despectivas hacia mujeres feministas.	"feministas" = 32, "feminazis" = 15, "femiorcos" = 8, "locas" = 7, "quejarse" = 6	**75 comentarios**	Me divierte: 180  Me gusta: 120 	El feminismo es el principal objeto de crítica dentro de la conversación.
Defensa de la utilidad y necesidad de los hombres	Los comentarios sostienen que hombres y mujeres se necesitan mutuamente o que las mujeres dependen de los hombres para resolver problemas cotidianos, especialmente aquellos relacionados con esfuerzo físico o protección.	"necesitan a los hombres" = 18, "caballeros" = 10, "ayuda" = 9, "hombres" = 33	**65 comentarios**	Me gusta: 140 	Los comentarios utilizan ejemplos de la vida cotidiana para defender la importancia de los hombres en la sociedad y cuestionar narrativas feministas que promueven la autosuficiencia femenina. De esta manera, se reafirma una visión tradicional de la complementariedad entre hombres y

Formas en que se expresa la temática	¿A qué se refieren los comentarios?	Palabras o expresiones más repetidas	Número de comentarios	Reacciones predominantes en los comentarios	Observaciones
					mujeres, donde el papel masculino es presentado como esencial.
Humor, burlas y ridiculización	Los usuarios emplean sarcasmo, memes, risas y comentarios irónicos para desacreditar tanto al feminismo como a las mujeres que aparecen representadas en la publicación.	"jajaja" = 32 "ridículas" = 5, "inútiles" = 7, "justo" = 4	**40 comentarios**	Me divierte: 160 	La burla funciona como una forma de cohesión grupal y validación entre participantes.
Roles tradicionales y experiencias personales	Los usuarios comparten anécdotas o ejemplos cotidianos para argumentar que las diferencias entre hombres y mujeres justifican funciones y responsabilidades distintas.	"trabajo" = 8, "fuerza" = 6, "carro" = 5, "familia" = 4, "pareja" = 4	**25 comentarios**	Me gusta: 85 	Las experiencias personales son utilizadas como evidencia para legitimar visiones tradicionales sobre los roles de género.

Formas en que se expresa la temática	Ejemplos de los comentarios

Descalificación del feminismo y de las mujeres feministas	
Defensa de la utilidad y necesidad de los hombres	

Humor, burlas y ridiculización	 12 sem Me gusta Responder 5
Roles tradicionales y experiencias personales	Alejandro Perez PASO ayer, madre, hija y nieta, estaba a fuera de un super esperando que alguien les ayudara por que su carro no encendia, al salir todavía estaban ahi, cuando iba a marcharme se acerco una a pedir ayuda, ok, le iba a pasar corriente, pero escuche a la señora decir "ves, siempre hay un P.....? y pues ahi se quedaron las pen ..... esperando. 11 sem Me gusta Responder

MEME 4:

https://www.facebook.com/photo/?fbid=1379523730873177&set=a.454378953387664



La publicación analizada se construye a partir de una imagen perteneciente a un meme difundido en redes sociales, utilizado para representar situaciones en las que una persona aparenta sentirse afectada, pero en realidad experimenta satisfacción o alegría. La viralización de esta plantilla permitió que fuera reutilizada en múltiples contextos y con significados distintos.

A través de un proceso de re significación, la imagen fue adaptada para comunicar un mensaje antifeminista, modificando su sentido original y utilizándola como vehículo para cuestionar la legitimidad del movimiento feminista y de las organizaciones de la sociedad que abogan por los derechos de las mujeres, así como de políticas relacionadas con la atención a la violencia de género. Los comentarios reflejan cómo los usuarios reinterpretan el contenido para reforzar narrativas antifeministas, así como para debatir sobre las relaciones de género, el papel de las instituciones y la distribución de recursos públicos.



Reacciones: 288 reacciones (205 me gusta, 65 me divierte, 8 me encanta, 5 me entristece, 2 me importa, 2 me asombra, 1 me enoja)
Comentarios: 50
Compartidos: 75

Temática principal:

Desvalorización de las organizaciones feministas.

Tabla de análisis de comentarios del meme.

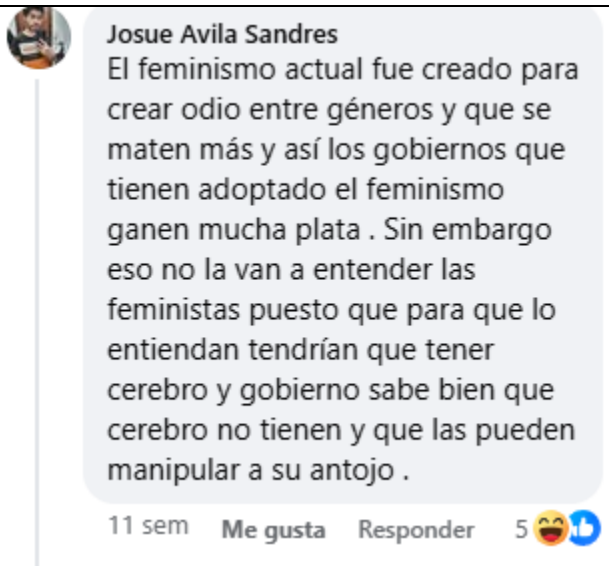
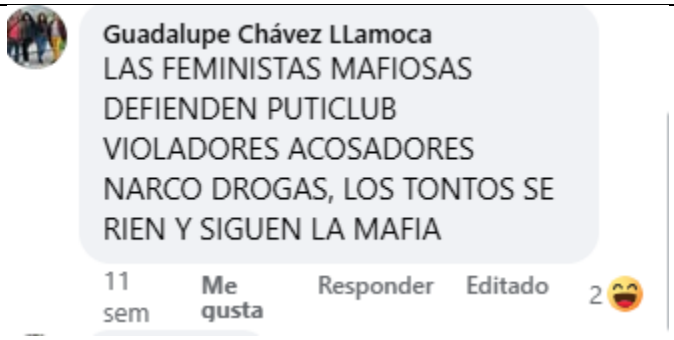
Criterios de clasificación de los comentarios:

La siguiente tabla presenta la clasificación temática de los 50 comentarios identificados en la publicación. Los comentarios fueron agrupados según los principales argumentos empleados por los usuarios para cuestionar al feminismo, las organizaciones feministas y las políticas relacionadas con la violencia de género. Las categorías permiten identificar las diferentes formas en que se expresa la temática central de la publicación y las posiciones adoptadas por los participantes. La columna "Palabras o expresiones más repetidas" reúne los términos más frecuentes dentro de cada categoría, los cuales funcionaron como indicadores para la construcción de los grupos de análisis. El "Número de comentarios" representa la cantidad de comentarios clasificados en cada categoría. Las "Reacciones predominantes en los comentarios" corresponden a las reacciones observadas en los comentarios pertenecientes a cada grupo y no deben confundirse con las reacciones generales

de la publicación. Finalmente, la columna “Observaciones” permite interpretar las principales narrativas y significados que emergen de la interacción entre los usuarios.

Formas en que se expresa la temática	**¿A qué se refieren los comentarios?**	**Palabras o expresiones más repetidas**	**Número de comentarios**	**Reacciones predominantes de los comentarios**	**Observaciones**
Feminismo como negocio o estafa política	Los usuarios afirman que las organizaciones feministas reciben dinero, obtienen beneficios económicos o tienen intereses políticos detrás de sus actividades.	"negocio" = 8, "dinero" = 6, "presupuesto" = 4, "ONG" = 5, "estafa" = 4	**20 comentarios**	Me gusta: 100  Me divierte: 77 	Es la postura dominante de la publicación y la que genera mayor interacción.
Descalificación y ataques hacia el feminismo	Los comentarios desacreditan al feminismo mediante insultos, burlas o acusaciones sobre sus objetivos y acciones.	"feministas" = 15, "mafia" = 4, "hipocresía" = 3, "terroristas" = 2, "basura" = 2	**18 comentarios**	Me divierte: 80 	El movimiento feminista aparece como el principal objeto de crítica.
Cuestionamiento de las organizaciones feministas	Los usuarios afirman que las organizaciones feministas no buscan proteger a las mujeres, sino obtener beneficios económicos, políticos o mediáticos. También cuestionan su efectividad para resolver problemas	"organización" = 7, "recaudar" = 5, "dinero" = 5, "negocio" = 4, "ayudar" = 3, "engañan" = 2	**12 comentarios**	Me gusta: 25 	Los comentarios cuestionan la credibilidad, los objetivos y las acciones de organizaciones vinculadas al feminismo, presentándolas como actores que persiguen intereses propios más que la defensa de las mujeres.

Formas en que se expresa la temática	¿A qué se refieren los comentarios?	Palabras o expresiones más repetidas	Número de comentarios	Reacciones predominantes de los comentarios	Observaciones
	relacionados con la violencia de género.				

Formas en que se expresa la temática	Ejemplos de los comentarios
Feminismo como negocio o estafa política	
Descalificación y ataques hacia el feminismo	

Cuestionamiento de las organizaciones feministas	 Gabriel Oscar Delgado Ríos A esa organización NO LE importan las mujeres, le importa recaudar, y las mujeres que creen que ésa organización las defiende se equivocan

MEME 5:

https://www.facebook.com/photo/?fbid=829217183197751&set=a.244291978356944



La publicación analizada corresponde a un meme difundido en una página de Facebook asociada a discursos antifeministas. El meme reutiliza una imagen que circula frecuentemente en redes sociales para cuestionar la idea de la "intuición femenina" o la capacidad de las mujeres para identificar comportamientos problemáticos en los hombres. A

través de una comparación irónica, la imagen señala que algunas mujeres serían capaces de identificar rápidamente a un "incel" mediante publicaciones en redes sociales, pero no detectarían señales de alerta en parejas que posteriormente ejercen violencia o abandono familiar.

La publicación fue ampliamente compartida y generó una gran cantidad de interacciones, convirtiéndose en un espacio donde los usuarios reforzaron narrativas propias de la Manosfera relacionadas con las relaciones de pareja, la responsabilidad femenina en la elección de compañeros sentimentales y la crítica al feminismo. Los comentarios muestran principalmente burlas hacia las mujeres, cuestionamientos a la noción de intuición femenina y argumentos que atribuyen a las mujeres la responsabilidad de las consecuencias derivadas de sus relaciones afectivas.



Reacciones: 9.1 mil (6.1 mil me divierte, 2.8 mil me gusta, 69 me encanta, 13 me importa, 13 me asombra y 5 me entristece)
Comentarios: 718
Compartidos: 1.4 mil

Temática principal:

Crítica a la selección de pareja y al discurso feminista

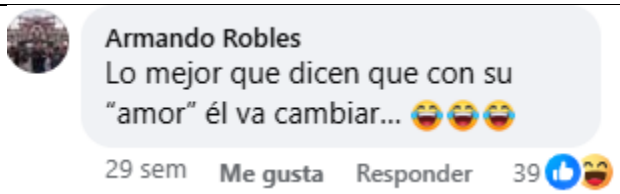
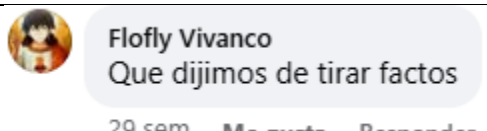
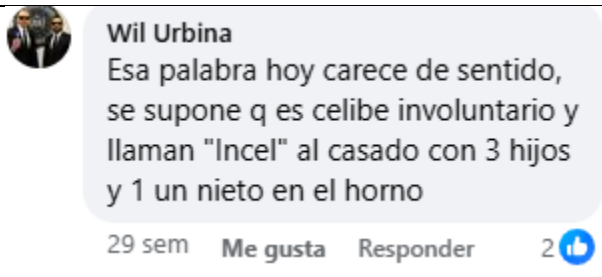
Tabla de análisis de comentarios del meme

Criterios de clasificación de los comentarios:

La siguiente tabla presenta la clasificación temática de los 718 comentarios analizados en la publicación. La organización de los comentarios se realizó a partir de los discursos recurrentes relacionados con las relaciones de pareja, las decisiones afectivas de las mujeres, la crítica al feminismo y las narrativas características de la Manosfera. Las categorías identifican las principales formas en que los usuarios interpretan y discuten el contenido del meme. La columna "Palabras o expresiones más repetidas" muestra los términos y frases que aparecieron con mayor frecuencia dentro de cada categoría y que sirvieron para reconocer patrones discursivos compartidos. El "Número de comentarios" corresponde a la cantidad de intervenciones clasificadas en cada grupo temático. Por su parte, las "Reacciones predominantes en los comentarios" hacen referencia únicamente a las reacciones recibidas por los comentarios incluidos en cada categoría, por lo que no necesariamente coinciden con las reacciones generales registradas en la publicación. Finalmente, la columna "Observaciones" ofrece una interpretación de las dinámicas discursivas, las narrativas predominantes y las formas de validación presentes entre los participantes.

Formas en que se expresa la temática	**¿A qué se refieren los comentarios?**	**Palabras o expresiones más repetidas**	**Número de comentarios**	**Reacciones predominantes**	**Observaciones**
Cuestionamiento de la intuición femenina	Los usuarios se burlan de la idea de que las mujeres poseen una capacidad especial para identificar las intenciones de los hombres. Argumentan que esta supuesta intuición falla al elegir parejas sentimentales.	"radar" = 18, "intuición" = 6, "ojo de loca" = 3, "sexto sentido" = 5, "instinto femenino" = 4	**250 comentarios**	Me gusta 290  Me divierte 177 	Es el eje principal del meme y la mayoría de las respuestas se articulan alrededor de esta idea.
Responsabilización de las mujeres por	Los comentarios sostienen que las mujeres eligen	"eligieron mal" = 12, "mal padre" = 9,	**220 comentarios**	Me gusta	Se atribuye el problema a decisiones

Formas en que se expresa la temática	¿A qué se refieren los comentarios?	Palabras o expresiones más repetidas	Número de comentarios	Reacciones predominantes	Observaciones
elegir malas parejas	conscientemente a hombres problemáticos y posteriormente se niegan a asumir responsabilidad por las consecuencias de esas decisiones.	"malandro" = 2, "padre de sus hijos" = 7, "cambiarlo" = 4		200  Me divierte 170 	individuales de las mujeres más que a factores sociales o estructurales.
Humor, sarcasmo y burla hacia las mujeres	Los usuarios utilizan bromas, sarcasmo y comentarios irónicos para ridiculizar a las mujeres y reforzar el mensaje del meme.	"jajaja" = 8, "factos" = 3, "es gracioso porque es verdad" = 2, "exactamente así" = 2	**140 comentarios**	Me divierte 97 	El humor funciona como mecanismo de cohesión y validación grupal.
Crítica al uso del término "incel" y al feminismo	Algunos usuarios argumentan que el término "incel" se utiliza para desacreditar cualquier crítica hacia las mujeres o al feminismo.	"incel" = 11, "feministas" = 3, "mujeres" = 10, "no están de acuerdo" = 2	**108 comentarios**	Me gusta 180 	Surge una crítica directa a categorías asociadas con discursos feministas y debates de género.

Formas en que se expresa la temática	Ejemplos de los comentarios
Cuestionamiento de la intuición femenina	
Responsabilización de las mujeres por elegir malas parejas	
Humor, sarcasmo y burla hacia las mujeres	
Crítica al uso del término "incel" y al feminismo	

Semiología aplicada a memes de grupos masculinistas

La labor de **Roland Barthes**, con su propuesta semiológica, consiste en trasladar los conceptos propuestos por **Saussure** para el estudio de la lingüística como sistema (la lengua, el habla, el sintagma, el paradigma, la denotación, la connotación, el significante y el significado), con el fin de generar herramientas que sirvan para llevar a cabo el análisis de otros sistemas de signos, como la moda o, en nuestro caso, los memes.

"Los elementos que se presentan aquí no tienen otro objetivo que el de desgajar de la lingüística conceptos analíticos, de los que se piensa *a priori* que son suficientemente generales como para permitir esbozar la investigación semiológica. Al reunirlos, no se prejuzga que subsistirán intactos en el curso de la investigación, ni si la semiología tendrá o no que seguir siempre estrechamente el modelo lingüístico" (Barthes., 1990).

A continuación, se explicarán los alcances de algunos de estos conceptos, los cuales serán aplicados al sistema semiológico de los memes en la Manosfera. Cabe recordar que esta herramienta analítica permitirá realizar un acercamiento que posibilite observar la configuración de los memes seleccionados, así como las formas en que su construcción influye en la transmisión de un tipo de mensaje específico, el cual se genera mediante la combinación de imágenes y texto seleccionados y utilizados de manera particular por el creador de dicho contenido.

Hechos de lengua y habla en el sistema semiológico de los memes de la Manosfera

Para comenzar con el análisis semiológico de los memes masculinistas, hablaremos de las herramientas semiológicas de las que dispondremos para llevarlo a cabo. Por ello, es importante señalar que:

> La lengua, pues, si así se quiere, es el lenguaje menos la palabra: es a la vez una institución social y un sistema de valores. En cuanto institución social, no es de ninguna manera un acto, escapa a toda premeditación; es la parte social del lenguaje; el individuo no puede, por sí mismo, ni crearla ni modificarla; es esencialmente un contrato colectivo, al cual, si alguien quiere comunicarse, tiene que someterse por completo (Barthes., 1990).

Bajo esta concepción, los aspectos relevantes correspondientes a la dimensión de la lengua dentro del sistema semiológico de los memes de la Manosfera serían todos aquellos elementos formales que suelen conformarlos: las imágenes que se utilizan, el formato visual, el tipo de letra o el color del fondo.

Esta dimensión está constituida por todos los elementos formales que permiten la composición de los memes; en otras palabras, por las reglas de combinación de elementos gráficos y verbales que constituyen un mensaje (signo) codificado a partir de diversas narrativas propias de la Manosfera, como las siguientes:

La hipergamia: utilizada para sostener la idea de que las mujeres buscan sistemáticamente establecer relaciones con hombres que poseen un mayor estatus económico, social o simbólico, reduciendo las decisiones afectivas femeninas a un supuesto interés estratégico. "La hipergamia, en sentido amplio, se refiere a la práctica de buscar parejas o cónyuges de mayor nivel social o económico que uno mismo. De manera más restringida, se suele aplicar específicamente a las mujeres" (García., 2024).

El privilegio masculino: en el contexto de la Manosfera, el privilegio masculino es constantemente negado por grupos de hombres que defienden los derechos masculinos. Estos grupos consideran que el movimiento feminista ha generado ventajas de todo tipo para las mujeres y que, por ende, sus derechos se han vuelto superiores a los de los hombres, llegando a considerarse oprimidos debido al supuesto privilegio femenino.

"Los grupos defensores de los derechos de los hombres suelen centrar sus ataques en la igualdad de género. Si bien estos grupos no son del todo homogéneos, comparten la creencia de que el feminismo ha despojado a los hombres de sus derechos y privilegios, transfiriéndolos a las mujeres. Su interpretación misógina es que el empoderamiento de las

mujeres ha ido en detrimento de las ideas tradicionales de masculinidad, convirtiendo a los hombres en el género oprimido" (Center for Countering Digital Hate, 2024).

La victimización masculina: consiste en representar a los hombres como un grupo sistemáticamente perjudicado o invisibilizado en los debates sobre igualdad de género, minimizando las desigualdades estructurales que enfrentan las mujeres.

> En sociedades altamente machistas, en las que han sido los movimientos feministas y de disidencias sexuales los que han identificado la violencia de género, hay igualmente una resistencia que se ha volcado hacia la victimización para deslegitimar la lucha por la igualdad. Se trata de hombres que han tomado la postura de víctima, sin serlo, y que se sustentan en un imaginario que ve a la mujer como controladora, manipuladora y que actúa en base al despecho (Pariente., 2021).

La hibristofilia: considerada como la atracción hacia personas percibidas como peligrosas o transgresoras. Este término es utilizado dentro de la Manosfera para generalizar que las mujeres sienten preferencia por hombres delincuentes o agresores, extrapolando fenómenos específicos a explicaciones universales sobre el comportamiento femenino.

> La hibristofilia es una parafilia definida como la tendencia a sentir atracción por personas que han cometido un crimen, un delito o tienen propensión a cometerlo. No se considera un trastorno mental; más bien, se trata de una preferencia sexual no normativa motivada por el atractivo que supone una persona agresiva, peligrosa y mediática (Medina., 2023).

El ginocentrismo: esta noción es entendida como el supuesto favorecimiento estructural desmedido de la sociedad hacia las mujeres, omitiendo la desigualdad de género existente en los ámbitos políticos, económicos y sociales.

> El ginocentrismo es un concepto sociocultural que enfatiza la importancia de las mujeres y sus experiencias. Puede entenderse como una cosmovisión que prioriza las perspectivas, los valores y las necesidades femeninas, considerándolas a menudo superiores en ciertos contextos. Esta ideología contrasta con el androcentrismo, que refleja una perspectiva dominada por los hombres (Lasky, 2025).

La red pill: dentro de la Manosfera, este concepto hace alusión a la adquisición de una supuesta conciencia crítica sobre las relaciones entre hombres y mujeres, basada en la idea de que las dinámicas sociales ocultan una posición desfavorable para los hombres, ignorando las desigualdades de género que han enfrentado las mujeres a lo largo de la historia.

> La idea de *red pill* se refiere a un supuesto despertar de los hombres frente a la realidad que, a su juicio, impone el feminismo. Este concepto extrae su nombre de una escena de la película *Matrix*, en la que el protagonista debe decidir si aceptar la verdad o seguir viviendo una irrealidad" (Real., 2024).

Estas son solo algunas de las narrativas que circulan en la Manosfera, las cuales se concentran en desvalorizar, agredir e insultar a las mujeres, así como en ignorar las desigualdades estructurales de género.

En el mundo del meme, estas reglas de combinación no están acabadas ni han sido diseñadas por un grupo de decisión, como Barthes (1990) describe en el sistema de la moda. En este caso, dichas reglas de combinación han sido establecidas paulatinamente por los propios usuarios digitales. Estos han seguido la cultura del meme que se expresa en las redes sociodigitales, utilizando imágenes ya viralizadas o diseñando imágenes propias para elaborar mensajes, los cuales suelen contener cargas de humor, sátira, crítica o, incluso, ser más incisivos y violentos, como ocurre con aquellos que son creados dentro de la Manosfera.

El humor presente en los memes favorece que sus mensajes sean percibidos como inofensivos, entretenidos o simplemente como una forma de interacción dentro de los entornos digitales. Debido a ello, los usuarios pueden compartirlos con un menor nivel de cuestionamiento crítico respecto de su contenido ideológico, como sucede en los grupos y comunidades digitales de la Manosfera.

"El humor puede ser una gran herramienta para criticar y exponer injusticias, opresiones y violencias que sufren las mujeres y disidencias de género, pero también puede llegar a reproducir y perpetuar estereotipos machistas, racistas, clasistas, homofóbicos, transfóbicos y xenofóbicos, con la excusa que tanto gusta a los comediantes hetero-cis: la libertad de expresión" (Volcánicas, 2024).

Cuando un meme genera identificación emocional, reconocimiento grupal o sensación de pertenencia, puede aumentar la probabilidad de que sea replicado entre personas que comparten marcos de referencia similares. Este proceso puede contribuir a la creación de cámaras de eco.

> Cuando decimos que alguien vive en una «cámara de eco», nos referimos a que está expuesto constantemente a un único tipo de información o una sola forma de pensar, por lo general en consonancia con la postura o las creencias que ya tenía y sin posibilidad de escuchar ninguna opinión alternativa. Este fenómeno puede darse en numerosos ámbitos de la vida, pero es especialmente frecuente en Internet" (Beurkens., 2025).

Este fenómeno se ve favorecido por los algoritmos de recomendación, los cuales priorizan la visibilidad de publicaciones similares a aquellas con las que el usuario ha interactuado previamente. Como resultado, los algoritmos personalizan el flujo de información para maximizar la permanencia en la plataforma, pero también pueden reducir la diversidad de opiniones y fortalecer la circulación de narrativas afines dentro de las comunidades digitales, favoreciendo la polarización y la reafirmación de creencias preexistentes. "Los algoritmos de las redes sociales, diseñados para maximizar la interacción de los usuarios, pueden promover inadvertidamente la desinformación debido a su tendencia a generar emociones intensas, creando cámaras de eco y burbujas informativas" (Pangotra., 2024). Es decir, un mismo tipo de mensaje o meme puede aparecer reiteradamente dentro de un grupo debido a la promoción algorítmica, generando la impresión de que esa visión representa una postura consensuada por todos sus integrantes, lo cual fomenta la validación de dichos discursos dentro de estos espacios, como ocurre en los grupos masculinistas al reproducir constantemente este tipo de mensajes.

La dimensión del habla: "Es esencialmente un acto individual de selección y actualización; está constituida, ante todo, por las combinaciones gracias a las cuales el sujeto hablante puede utilizar el código del lenguaje para expresar su pensamiento personal" (Barthes, R., 1990).

Por ende, el habla tiene un uso individual que depende puramente de la persona que la ejecuta y no de un grupo selecto. "El habla es esencialmente una combinatoria: corresponde a un acto individual y no a una creación pura" (Barthes., 1990). Refiriéndonos a los memes, el

habla podría identificarse en la configuración particular que realizan los usuarios; es decir, en la construcción de sentido a partir de las imágenes combinadas con los demás elementos presentes, como las frases o los distintos formatos utilizados. El habla de este sistema semiológico, entonces, se manifiesta en la manera en que el creador configura cada meme en particular.

Posteriormente, Barthes hablaría de la constitución de los hechos de lengua y de habla a partir de estos conceptos. "La lengua no es posible sino a partir del habla: históricamente, los hechos de habla preceden siempre a los hechos de lengua (es el habla la que hace evolucionar la lengua)" (Barthes., 1990).

Denotación y connotación en el meme

Para Barthes, hablar de la denotación y la connotación era fundamental para comprender los juegos del significado en cualquier sistema, por lo cual retomó las concepciones de **Hjelmslev** sobre estas cuestiones. "Lo que Hjelmslev denomina la semiótica connotativa; el primer sistema constituye entonces el plano de la denotación y el segundo sistema (extensivo al primero), el plano de la connotación" (Barthes, 1990).

Con este acercamiento pudo establecer que la denotación corresponde al significado literal y descriptivo, mientras que la connotación se refiere a los significados metafóricos y culturales asociados a algo.

Se dirá, pues, que un sistema connotado es un sistema cuyo plano de la expresión está constituido por un sistema de significación; los casos corrientes de connotación estarán evidentemente constituidos por los sistemas complejos cuyo primer sistema lo forma el lenguaje articulado (es, por ejemplo, el caso de la literatura) (Barthes, 1990).

Entonces, los aspectos connotativos dentro de un meme estarían representados por las emociones que intenta provocar, los estereotipos, los juicios de valor, las críticas y todo aquello que constituye un referente cultural no literal respecto de lo que se muestra en el meme. Aquí radica la complejidad de la relación entre la denotación y la connotación, pues un análisis descriptivo (denotado) podría constituir solo una parte de un análisis connotado, debido a los referentes culturales presentes en este.

> Varios signos denotados pueden reunirse para formar un solo connotador, si está provisto de un solo significado de connotación; dicho de otra manera, las unidades del sistema connotado no tienen forzosamente la misma dimensión que las del sistema denotado; largos fragmentos de discurso denotado pueden constituir una sola unidad del sistema connotado (Barthes, 1990).

Los aspectos denotativos del meme pueden identificarse en todos aquellos elementos de significado literal: las personas que aparecen, los objetos, los animales, los gestos y el texto escrito, sin interpretar nada más allá de lo que se observa.

Planos de la expresión y del contenido en el meme

Siguiendo esta línea, se aborda la idea de que los signos pueden incorporarse dentro del plano de la expresión y el plano del contenido:

> El signo, pues, está compuesto por un significante y un significado. El plano de los significantes constituye el plano de la expresión y el de los significados, el plano del contenido. En cada uno de estos planos Hjelmslev introdujo una distinción que puede ser importante para el estudio del signo semiológico" (Barthes, R., 1990).

Por lo cual, lo más eficiente para el análisis que ejecutaremos será tomar al meme como un signo semiológico completo, debido a que el análisis del plano de la expresión y del plano del contenido permitirá observar al meme como una unidad constituida por un plano material articulado al que se le han atribuido diversos significados. Entonces, el plano de la expresión dentro de los memes puede observarse en las formas materiales del meme y en la concatenación de elementos dentro de la imagen, mientras que el plano del contenido remite a todas las ideologías, resignificaciones y críticas que se encuentran detrás de este.

Ahora bien, tanto el plano de la expresión como el del contenido están conformados por dos aspectos relevantes, los cuales son denominados por Barthes como *strata*. El primero de ellos es el siguiente: "La forma es lo que puede ser descrito exhaustiva y simplemente, y con coherencia (criterios epistemológicos), por la lingüística, sin recurrir a ninguna premisa extralingüística" (Barthes., 1990).

Por otra parte, el segundo *strata* se concentra en identificar todo aquello que no puede ser descrito de manera literal: "La sustancia es el conjunto de los aspectos de los fenómenos lingüísticos que no pueden ser descritos sin recurrir a premisas extralingüísticas" (Barthes., 1990).

Asimismo, como estos *strata* se encuentran tanto en el plano de la expresión como en el del contenido, resulta pertinente identificar las funciones de cada uno para comprender cómo utilizarlos en nuestro análisis:

"Como estos dos *strata* se encuentran en el plano de la expresión y en el del contenido, tendremos: 1) una sustancia de la expresión, por ejemplo la sustancia fónica, articulatoria, no funcional, de la que se ocupa la fonética y no la fonología; 2) una forma de la expresión, constituida por las reglas paradigmáticas y sintácticas (adviértase que una misma forma puede tener dos sustancias diferentes, una fónica y otra gráfica); 3) una sustancia del contenido; son, por ejemplo, los aspectos emocionales, ideológicos o simplemente conceptuales del significado, su sentido «positivo»; 4) una forma del contenido" (Barthes, R., 1990).

Ahora bien, del corpus discursivo que se logró construir con base en la recopilación de 71 memes masculinistas de grupos pertenecientes a la Manosfera en la plataforma Facebook, se seleccionaron cinco memes bajo el criterio de concentrar el mayor nivel de interacción por parte de los usuarios, en cuanto a reacciones, comentarios y veces compartidos. A estos se les aplicará la herramienta de análisis semiológico propuesta por Roland Barthes; por lo tanto, todo el desarrollo que se llevará a cabo en este apartado girará en torno al campo de la Manosfera y a los discursos y narrativas producidos dentro de los grupos masculinistas.

Análisis semiológico de los memes recopilados de grupos masculinistas de Facebook

Meme 1



Análisis semiológico

Denotación y connotación

Denotación: Puede observarse que el meme está conformado por una publicación en la red social X del usuario @MrKaytos, en la que se lee el siguiente mensaje:

"No he visto nada más VOMITIVO que utilizar la muerte de Akira Toriyama para hacer política machista e intentar eclipsar el Día de la Mujer. Sed hombres de verdad, que no le llegáis a la mujer a la suela de los zapatos".

En la publicación aparecen subrayadas y tachadas, en color rojo, las palabras y frases "VOMITIVO", "muerte", "no le llegáis a la mujer a la suela de los zapatos" y el nombre del

usuario. Asimismo, la expresión "política machista" está resaltada mediante un subrayado de color amarillo.

En la parte inferior del meme se incorpora una escena del anime Kamisama Minarai: Himitsu no Cocotama, recortada en formato rectangular. En ella aparece el personaje Luckytama, quien dirige la mirada hacia el extremo inferior izquierdo de la composición mientras señala con el dedo a un personaje de color verde. Debajo de la imagen se encuentra la frase "Si sigues así nunca la vas a poner", escrita en tipografía blanca sobre un fondo negro.

Connotación: En un primer nivel de interpretación, el meme remite a la conmemoración del 8 de marzo, Día Internacional de la Mujer. Esta fecha constituye un espacio de reivindicación orientado a visibilizar las desigualdades que históricamente han enfrentado las mujeres en los ámbitos social, político y económico. De acuerdo con Huguet (2025), sus antecedentes se encuentran en las luchas emprendidas por trabajadoras que exigían mejores condiciones laborales y el reconocimiento de sus derechos políticos. En 1857, obreras textiles de Nueva York protestaron contra la precariedad laboral y la desigualdad salarial. Posteriormente, en 1907, durante la Conferencia Internacional de Mujeres Socialistas celebrada en Stuttgart y encabezada por Clara Zetkin, se impulsó el sufragio femenino. Finalmente, en 1909 se conmemoró en Estados Unidos el primer Día Internacional de la Mujer en apoyo a la huelga de las trabajadoras textiles.

En este contexto, el meme establece una relación entre el fallecimiento del mangaka japonés Akira Toriyama y la conmemoración del 8M. Esta asociación puede interpretarse como una estrategia discursiva mediante la cual ambos acontecimientos son colocados en una lógica de competencia simbólica, favoreciendo una narrativa que cuestiona o resta relevancia a la conmemoración del Día Internacional de la Mujer.

Como señala BBC News Mundo (2024):

"El creador de Dragon Ball, uno de los cómics japoneses más influyentes y de mayor circulación de todos los tiempos, murió a los 68 años de edad. Akira Toriyama sufrió un hematoma subdural agudo, un tipo de hemorragia cerebral, informó su estudio este viernes".

Cabe señalar que el fallecimiento de Akira Toriyama ocurrió el 1 de marzo de 2024; sin embargo, la noticia fue difundida públicamente hasta el 8 de marzo del mismo año. Debido a esta coincidencia temporal, en redes sociales surgieron diversas publicaciones que relacionaban ambos acontecimientos. En ese contexto, el meme puede interpretarse como

una respuesta a dichas conversaciones, utilizando la relevancia internacional de la obra de Akira Toriyama para cuestionar la atención mediática y social otorgada a la conmemoración del 8M.

Dragon Ball es una de las franquicias japonesas de mayor reconocimiento internacional. Su publicación comenzó en 1984 y posteriormente dio origen a múltiples adaptaciones televisivas y cinematográficas. La historia sigue las aventuras de Son Goku en la búsqueda de las esferas del dragón, objetos con poderes extraordinarios que permiten proteger a la Tierra de distintos enemigos (BBC News Mundo, 2024).

Desde una perspectiva semiológica, el meme articula dos acontecimientos que originalmente no guardan una relación directa —el fallecimiento de Akira Toriyama y la conmemoración del Día Internacional de la Mujer— para construir una narrativa en la que ambos aparecen como eventos contrapuestos. Esta asociación puede interpretarse como un recurso discursivo presente en determinadas narrativas de la Manosfera, orientado a cuestionar o disminuir la relevancia simbólica del 8M.

Signo semiológico

Plano de la expresión: La forma de la expresión del meme es gráfica y se estructura a partir de la disposición de los dos elementos visuales que lo conforman: en la parte superior se presenta la captura de pantalla de la publicación realizada en la red social X y, en la parte inferior, una escena del anime Kamisama Minarai: Himitsu no Cocotama, acompañada de la frase "Si sigues así nunca la vas a poner". Por su parte, la sustancia de la expresión es de naturaleza visual y verbal, ya que el meme combina una imagen estática con elementos textuales que construyen su significado.

Plano del contenido: Desde el plano del contenido, el meme puede interpretarse como una representación asociada a narrativas antifeministas, en la que la postura expresada por el usuario @MrKaytos es objeto de ridiculización mediante la incorporación de la frase "Si sigues así nunca la vas a poner", en conjunto con la escena del anime Kamisama Minarai: Himitsu no Cocotama. La articulación de estos elementos produce un efecto burlesco que descalifica la opinión expresada en la publicación original, la cual manifestaba una postura favorable hacia la conmemoración del Día Internacional de la Mujer y cuestionaba el uso de la muerte de Akira Toriyama para desacreditar dicha fecha.

En este sentido, la forma del contenido se construye a partir de la relación entre la captura de pantalla, la escena del anime y el texto añadido, mientras que la sustancia del contenido puede interpretarse como una narrativa que contrapone el fallecimiento de Akira Toriyama con la conmemoración del 8M. Mediante esta estrategia discursiva, el meme establece una asociación simbólica entre ambos acontecimientos, privilegiando la relevancia del fallecimiento del mangaka y cuestionando la importancia otorgada al Día Internacional de la Mujer. Asimismo, la representación del usuario original adquiere un carácter despectivo mediante recursos humorísticos que buscan desacreditar su postura.

El personaje Luckytama también puede interpretarse como un recurso simbólico para representar al usuario de la publicación en X como una persona inmadura o poco experimentada. Esta lectura se sustenta en que el personaje aún permanece parcialmente dentro del huevo del que nació, condición que, dentro de la narrativa del anime, lo identifica como un aprendiz. En consecuencia, la imagen puede evocar una etapa de desarrollo inconclusa que el meme resignifica para construir una representación de inmadurez asociada al usuario.

En este contexto cobra relevancia la expresión "poner", utilizada como un coloquialismo para referirse a mantener relaciones sexuales. De acuerdo con AsíHablamos (2026), el término se define como "Introducir el pene, penetrar", por lo que la frase empleada en el meme constituye una referencia al éxito sexual como elemento de valoración masculina.

La articulación de estos recursos permite interpretar que el meme establece una relación entre la representación simbólica de la inmadurez y la ausencia de experiencias sexuales. Desde esta perspectiva, la publicación sugiere que el usuario de X no alcanza el reconocimiento asociado a determinados modelos tradicionales de masculinidad debido a que no cumple con las expectativas que estos discursos establecen. De este modo, el meme reproduce la idea de que la masculinidad depende del cumplimiento de ciertos atributos socialmente valorados, entre ellos el éxito sexual y el reconocimiento por parte de otros hombres.

Perspectiva teórica: La interacción observada alrededor de este meme dentro de grupos masculinistas de Facebook evidencia una afinidad con narrativas antifeministas que cuestionan la relevancia de la conmemoración del Día Internacional de la Mujer. En este caso, el fallecimiento de Akira Toriyama fue incorporado a la discusión como un

acontecimiento que algunos usuarios utilizaron para establecer una comparación con el 8M y construir una narrativa en la que ambos sucesos aparecen como eventos contrapuestos.
La coincidencia temporal entre la difusión del fallecimiento del creador de Dragon Ball y la conmemoración del 8 de marzo favoreció la circulación de publicaciones que confrontaban ambos acontecimientos. Aunque el 8M suele generar una amplia participación en redes sociales, el meme resignifica la muerte del mangaka para cuestionar la atención otorgada a esta fecha y desplazar el foco de la conversación hacia otro acontecimiento de gran impacto mediático.

Asimismo, el análisis permite observar que el recurso humorístico empleado no solo establece una comparación entre ambos sucesos, sino que también ridiculiza a quienes manifiestan una postura favorable hacia la conmemoración del Día Internacional de la Mujer. En este sentido, el meme puede interpretarse como una expresión de narrativas antifeministas que recurren al humor para desacreditar determinadas posturas y reforzar formas de interacción propias de comunidades masculinistas.
Desde la perspectiva de las cámaras de eco, este tipo de publicaciones favorece procesos de validación colectiva entre usuarios que comparten visiones similares. La reiteración de mensajes con una orientación ideológica semejante contribuye a reforzar interpretaciones compartidas y a reducir la exposición a perspectivas distintas. En consecuencia, la circulación del meme dentro de estos espacios fortalece dinámicas de polarización y legitimación de discursos antifeministas, al tiempo que consolida formas de reconocimiento entre quienes reproducen y respaldan este tipo de contenidos.

Meme 2



Análisis semiológico

Denotación y connotación

Denotación: El meme presenta, en la parte superior de la composición, la frase "INCEL: NUNCA SERÁS QUERIDO POR NADIE", escrita con tipografía blanca sobre un fondo negro. En el extremo derecho aparece el nombre del creador del meme, Luis M. García, en un tamaño menor, aunque conserva el mismo color tipográfico.

En la imagen inferior se observa, en primer plano, a un hombre sentado sobre una banca. Viste una chamarra negra, pantalón de mezclilla azul y zapatos oscuros. Su cuerpo permanece encorvado mientras entrelaza los dedos de ambas manos a la altura del pecho y los acerca a la cabeza. Su rostro no puede apreciarse debido a que está cubierto por un emoji con una lágrima.

En un plano posterior aparece otra persona sentada junto a una mujer. El hombre viste una chamarra negra, camisa gris, pantalón de mezclilla azul y zapatos negros. Con uno de sus brazos rodea a la mujer mientras sostiene una de sus manos sobre su pierna izquierda. Ella tiene cabello rubio, viste un abrigo café sobre una playera negra, pantalón de mezclilla azul y zapatos del mismo tono. Ambos mantienen contacto físico y dirigen la mirada uno hacia el otro.

El fondo de la imagen permite identificar un parque durante la noche. Se distinguen bancas, luminarias, una fuente y hojas de árboles esparcidas sobre el suelo.

Connotación: En un primer nivel de interpretación, el meme representa a un hombre aislado en una banca dentro de un parque, imagen que remite a la narrativa de la soledad masculina presente en determinados discursos de la comunidad incel. Al respecto, Travers (2023) señala que:

"Cuando estos hombres solitarios encuentran una comunidad en línea que parece comprenderlos en virtud de las experiencias compartidas, acuden a ella en busca de un sentido de pertenencia."

Desde esta perspectiva, la soledad deja de representarse únicamente como una experiencia individual y pasa a formar parte de una identidad colectiva compartida dentro de estos espacios digitales.

De acuerdo con el mismo autor, en el núcleo de la comunidad incel existe un sentimiento de inferioridad en los ámbitos afectivo y sexual que puede derivar en resentimiento hacia las mujeres, al atribuirles la responsabilidad de sus dificultades para establecer relaciones de pareja (Travers, 2023). Este marco discursivo resulta relevante para comprender la construcción simbólica propuesta por el meme.

Asimismo, la imagen puede relacionarse con la narrativa de la victimización masculina, recurrente en determinados discursos de la Manosfera. En ella, las dificultades para establecer vínculos afectivos son explicadas mediante factores externos, particularmente a

través de la idea de que las mujeres privilegian a determinados hombres al momento de elegir pareja.

Esta interpretación se vincula con el concepto de hipergamia, entendido como la elección de una pareja con mayor estatus social o económico (Mansuri, 2025). Dentro de algunos discursos incel, esta idea es resignificada para sostener que las mujeres seleccionan exclusivamente a hombres con mayores recursos materiales o reconocimiento social, excluyendo a quienes consideran que no cumplen con dichos atributos.

En este sentido, el Center for Countering Digital Hate (2023) señala que la comunidad incel sostiene la creencia de que las mujeres poseen una amplia libertad para elegir a sus parejas y utilizan esa capacidad para mejorar su posición social. Desde esta perspectiva, las dificultades para establecer relaciones afectivas son atribuidas a decisiones femeninas más que a factores individuales o sociales más complejos.

A partir de este marco discursivo, la imagen del hombre sentado en soledad puede interpretarse como una representación visual de la identidad incel. Su postura corporal —caracterizada por el cuerpo inclinado hacia adelante, las manos entrelazadas y la cabeza inclinada—, junto con el emoji de llanto que cubre su rostro, construye una representación asociada con tristeza, frustración o abatimiento.

En contraste, la pareja situada en el segundo plano aparece abrazándose y sonriendo mutuamente. La oposición entre ambas escenas establece una dicotomía visual entre la soledad y el afecto, recurso que permite construir el significado principal del meme. Desde esta composición, la ausencia de una relación sentimental es presentada como el origen del sufrimiento del personaje ubicado en primer plano.

Esta representación puede vincularse con elementos discursivos asociados a la comunidad incel, en la que determinadas personas interpretan las dificultades para establecer vínculos afectivos a partir de factores percibidos como desventajas sociales o personales. En algunos casos, estas interpretaciones pueden derivar en sentimientos de frustración o resentimiento dirigidos hacia las mujeres, aspecto ampliamente documentado en la literatura especializada.

Finalmente, la frase "INCEL: NUNCA SERÁS QUERIDO POR NADIE" funciona como un anclaje textual del significado del meme. El enunciado refuerza la representación de la soledad como una condición permanente e inevitable, construyendo una identidad marcada

por la ausencia de reconocimiento afectivo y reproduciendo una narrativa de exclusión propia de determinados discursos presentes en la Manosfera.

Signo semiológico

Plano de la expresión: Es un meme que se entiende, tras leer primero el texto: "INCEL: NUNCA SERÁS QUERIDO POR NADIE". Con esta frase sabemos que la imagen de abajo girará en torno a esta masculinidad de la manósfera, mostrando a un hombre solitario en una banca con una pareja a su espalda, la cual está abrazándose, estas características enmarcan la forma de la expresión. Mientras que la materialidad del meme al tratarse de una imagen puramente gráfica con texto solo puede ser percibida a través de la vista. Remontando a un contexto de aislamiento en donde el personaje de la banca puede ser entendido como un integrante del grupo masculinista incel, debido a al texto que acompaña la imagen y a como esta representa la soledad del hombre. Con lo cual se definiría la sustancia de la expresión.

Plano del contenido: El meme muestra al rechazo masculino con una postura victimista, debido a la soledad del hombre en la imagen, que contrasta con el cariño que se muestra la pareja a su espalda. Este aspecto entraría dentro de la forma del contenido. Desde esta perspectiva discursiva, el meme puede interpretarse como una representación de la percepción que algunos espacios asociados a la masculinidad incel construyen sobre las relaciones afectivas y sexoafectivas. En estas narrativas, ciertos individuos interpretan sus dificultades para establecer vínculos de pareja a partir de comparaciones desfavorables con otros hombres que consideran más atractivos o con mayor capacidad social, económica o simbólica. Dentro de este marco se puede identificar la idea de hipergamia, entendida no como un comportamiento universal de las mujeres, sino como una explicación utilizada dentro de estos discursos para interpretar la selección de pareja y justificar sentimientos de exclusión, frustración o resentimiento.

Perspectiva teórica: Como hemos mencionado anteriormente el meme muestra una narrativa que se relaciona con la construcción del discurso que manejan las comunidades incel dentro de redes sociales. La legitimación de dichos discursos dentro de estas comunidades genera sentido de pertenencia el cual se desarrolla en torno a generar discursos de odio contra las mujeres, debido a la creencia de que estás prefieren entablar relaciones con hombres con mayor estatus que ellas para subir su rango social, este fenómeno es lo que se conoce dentro de la narrativa incel como hipergamia, la cual es resignificada por los

integrantes de esta comunidad como una forma de victimizarse y justificar su soledad debido a que según este discurso las mujeres prefieren a hombres más desarrollados tanto social como económicamente en comparación a ellos. Lo cual da lugar a agresiones dirigidas a las mujeres por parte de estos grupos dentro y fuera de redes sociales.

Meme 3



Análisis semiológico

Denotación y connotación

Denotación: El meme presenta una estructura similar a la de una historieta, conformada por seis rectángulos de diferentes tamaños en los que se muestra a una mujer realizando diversas actividades relacionadas con imaginarios tradicionalmente asociados con los hombres. Las acciones representadas se concentran en el esfuerzo físico, las relaciones sociales, las labores domésticas y la ausencia de vínculos afectivos. Estas imágenes se acompañan de la frase: "No necesito a los hombres".

Connotación: El meme representa a una mujer cuya vestimenta está compuesta principalmente por una paleta de colores morado y verde. Estos colores poseen una carga simbólica relacionada con movimientos feministas, debido a que han sido utilizados históricamente como elementos representativos de distintas demandas sociales vinculadas con la igualdad de género y los derechos de las mujeres.

El color morado tiene una relación histórica con el movimiento feminista. Una de las referencias más difundidas se remonta al incendio de la fábrica textil Triangle Shirtwaist de Nueva York en 1911. Algunas versiones relacionan este acontecimiento con las protestas laborales realizadas por trabajadoras que exigían mejores condiciones, mientras que otras señalan que el cierre de la fábrica impidió la evacuación durante el incendio. El siniestro provocó la muerte de 146 personas, principalmente mujeres, y algunas narrativas vinculan el humo morado con las telas que se producían en la fábrica (Expansión Mujeres, 2025).

Además, la mujer representada en el meme utiliza un pañuelo verde alrededor del cuello. Este color se relaciona con la lucha por los derechos sexuales y reproductivos, especialmente con la demanda por el acceso al aborto seguro, legal y gratuito. La denominada "marea verde" surgió en Argentina y convirtió el pañuelo verde en un símbolo asociado con estas demandas. Su uso también recuperó elementos simbólicos de otros movimientos sociales, como los pañuelos blancos utilizados por las Madres de Plaza de Mayo (Expansión Mujeres, 2025).

A partir de estos elementos visuales, el meme construye una representación de una mujer asociada simbólicamente con el feminismo. La incorporación de estos recursos cromáticos permite establecer una narrativa centrada en este personaje, la cual se articula mediante la frase: "No necesito a los hombres".

En el primer rectángulo se observa a una mujer vinculada con el movimiento feminista, representada con una expresión de confianza mediante su mirada y sonrisa. Sobre la imagen aparece el texto: "No necesito a los hombres". En la segunda escena, el personaje aparece

decaído al no poder utilizar un gato hidráulico para cambiar una llanta. Esta representación puede interpretarse como una construcción que cuestiona la capacidad de las mujeres para realizar actividades asociadas tradicionalmente con lo masculino.

La tercera imagen muestra a la mujer empapada mientras intenta reparar una tubería. Esta escena puede analizarse como una representación de los estereotipos vinculados con la masculinidad tradicional, al asociar el uso de herramientas y la reparación de desperfectos domésticos con habilidades consideradas socialmente masculinas. Una idea similar aparece en la escena anterior relacionada con el mantenimiento del automóvil.

La cuarta imagen representa al personaje observando a una pareja heterosexual que se abraza mientras se protege de la lluvia, mientras ella permanece sola y de espaldas a la situación. Aunque la postura del personaje podría interpretarse como una afirmación de independencia frente a una relación afectiva, la expresión de su rostro y la posición de sus brazos construyen una lectura alternativa en la que el meme sugiere una supuesta contradicción entre su discurso de autosuficiencia y una necesidad emocional no expresada.

La quinta imagen enfatiza las diferencias físicas entre hombres y mujeres mediante la representación de una mujer con dificultades para cargar un garrafón de agua. La escena construye una oposición implícita entre las capacidades físicas atribuidas a hombres y mujeres, reforzando una asociación tradicional entre fuerza física y masculinidad.

La última imagen muestra al mismo personaje comprando papas fritas y refrescos. Una posible interpretación relaciona esta acción con estereotipos sobre las labores domésticas y la preparación de alimentos, mientras que otra lectura puede vincularla con representaciones asociadas al consumo de comida poco saludable. Sin embargo, más que establecer una relación directa entre estas características y un grupo social específico, la escena funciona dentro del meme como un recurso humorístico basado en estereotipos previamente construidos sobre las mujeres feministas.

En conjunto, el meme parte de la afirmación “No necesito a los hombres” y desarrolla una serie de situaciones que buscan cuestionar o ridiculizar esa postura mediante escenas exageradas e irónicas. Cada representación funciona como un recurso narrativo que pretende mostrar una supuesta contradicción entre la autonomía planteada inicialmente por el personaje y la dependencia que el meme intenta atribuirle.

Es posible observar que el creador del meme recurre a estereotipos de género relacionados con la división tradicional de actividades y capacidades. Acciones como reparar desperfectos del hogar, cambiar una llanta o cargar objetos son representadas como prácticas asociadas a formas tradicionales de masculinidad. Como señala Brett (2021): "Si el rol de protector representa la esencia de la masculinidad, entonces la fuerza física constituye su núcleo. Es el factor fundamental para determinar si un hombre puede defenderse en una pelea, si puede resistir cuando se le presiona. Por lo tanto, es esencial para cómo los humanos juzgan visceralmente la virilidad de un hombre".

Desde esta perspectiva, el meme reproduce una oposición simbólica entre características atribuidas históricamente a hombres y mujeres, utilizando la diferencia física y la división de roles como elementos para construir una crítica hacia el feminismo. Asimismo, la escena en la que la mujer observa a una pareja puede interpretarse como una representación que vincula la realización afectiva femenina con la existencia de una relación romántica.

De esta manera, el meme construye un discurso crítico hacia el feminismo mediante la exageración de situaciones cotidianas y la reproducción de estereotipos de género tradicionales. La representación no describe una realidad objetiva sobre las mujeres feministas, sino que evidencia cómo ciertos discursos digitales utilizan recursos visuales y narrativos para cuestionar determinadas posturas sociales.

Signo semiológico.

Plano de la expresión: Este meme está compuesto por seis rectángulos de diferentes tamaños sobre un fondo blanco. Están orientados de la siguiente manera: el primero se encuentra en la parte superior izquierda de la composición. Contiene la ilustración de una mujer de cabello y ojos morados, con el lado derecho de la cabeza rapado. Mantiene una sonrisa en el rostro, usa una pañoleta verde alrededor del cuello y viste una playera morada. Además, aparece con los brazos cruzados. A partir de esta representación, el meme enmarca lo que podría interpretarse como una imagen estereotipada de una mujer feminista desde una perspectiva asociada a discursos masculinistas.

Al respecto, Ruiz (2015) señala:

Al parecer todas somos feas —léase desarregladas—, dejamos que nos crezca el pelo corporal, somos ruidosas, siempre asertivas y, en general, no femeninas. Claro que hay

muchas mujeres que encajan en este estereotipo, o por lo menos cumplen alguno de estos requisitos, pero la verdad es que no es necesario para considerarte feminista.

Dentro del movimiento feminista no existe una concepción homogénea que establezca requisitos estéticos para que una persona sea considerada feminista únicamente por adoptar determinadas características físicas o de apariencia. Como menciona la misma autora:

Ser feminista no se trata de despojarse de las cosas femeninas: puedo ser una mujer feminista y ser fan del maquillaje, de las joyas y de las *boy bands*. Incluso decisiones personales como nuestra ocupación no deberían descalificarnos automáticamente como no feministas: si una chica quisiera ser ama de casa —o cualquier rol típicamente asignado a las mujeres— debería estar bien visto, mientras sea una decisión tomada conscientemente y no por obligación o influencia de otros (Ruiz, 2015).

Sobre la ilustración aparece un texto en tipografía amarilla que dice: “No necesito a los hombres”.

Los rectángulos 2 y 3 están ubicados a la derecha del primero y tienen aproximadamente la mitad de su tamaño. Se encuentran uno encima del otro, separados por un margen horizontal y vertical.

En el segundo rectángulo se muestra a la misma mujer mirando hacia el suelo mientras aprieta con una mano el pañuelo verde que lleva al cuello. A su lado izquierdo aparece un gato hidráulico en el piso y, detrás de ella, un automóvil morado. Tanto la primera como la segunda ilustración se desarrollan con una puesta de sol de fondo.

En el tercer rectángulo, la misma mujer aparece agachada junto a la tubería de un fregadero. En el suelo se observa una caja de herramientas, mientras sostiene una llave de presión con ambas manos. De la tubería salpica agua hacia su rostro, por lo que mantiene los ojos cerrados y aprieta los dientes. Detrás de ella se aprecia una alacena con cajones.

Los rectángulos 4, 5 y 6 se ubican en la parte inferior de la composición. En conjunto ocupan la anchura de los tres rectángulos superiores, aunque individualmente tienen dimensiones similares a las de los rectángulos 2 y 3.

El cuarto rectángulo se encuentra en la parte inferior izquierda y muestra a la mujer con los ojos cerrados y la boca abierta mientras mantiene los brazos cruzados bajo la lluvia. Detrás de ella aparecen un hombre y una mujer compartiendo un paraguas bajo una estructura que

parece ser metálica. El hombre viste un saco marrón, playera blanca, pantalón de mezclilla azul y zapatos negros. La mujer que lo acompaña usa un saco y una playera blancos, pantalones de mezclilla azules y tenis grises. Al fondo se observan un poste de luz y un cielo nublado.

El quinto rectángulo, ubicado en la parte inferior central, muestra a la mujer cargando un garrafón de agua con una postura encorvada, mientras mantiene los ojos cerrados y aprieta los dientes. En el fondo se observan una alacena, un fregadero, una estufa y diversos utensilios de cocina, como cacerolas y canastas con fruta.

El sexto rectángulo se encuentra en la parte inferior derecha. En él se representa a la mujer cargando bolsas de plástico con productos de supermercado mientras empuja un carrito lleno de artículos similares. Sus ojos aparecen entreabiertos y muestra una sonrisa con los dientes visibles. Al fondo se distinguen una puerta automática y varios anaqueles con mercancía.

Estos elementos corresponden a la forma de la expresión. La materialidad del meme consiste en una secuencia de ilustraciones acompañadas por texto, por lo que se trata de un mensaje predominantemente visual. Este aspecto remite a la sustancia de la expresión.

Plano del contenido: La narrativa planteada en la sucesión de rectángulos expresa una postura crítica y humorística hacia el feminismo mediante la exageración de diversas situaciones cotidianas. A lo largo de las ilustraciones se representa a una mujer identificada visualmente con el feminismo enfrentando dificultades para realizar determinadas actividades, mientras que la frase “No necesito a los hombres” funciona como un elemento irónico que orienta la interpretación del mensaje.

De esta manera, el meme busca transmitir la idea de que la autonomía femenina resulta contradictoria o difícil de sostener en determinadas circunstancias. En este sentido, cuestiona y ridiculiza la autonomía de las mujeres, particularmente de aquellas asociadas con el feminismo, al sugerir que el apoyo masculino sería necesario para resolver ciertas tareas o alcanzar bienestar personal y afectivo. Estos elementos constituyen la sustancia del contenido.

Perspectiva teórica: El meme se construye a partir de una representación estereotipada de una mujer feminista, tanto en términos físicos como ideológicos. Esta caracterización se

apoya en elementos visuales, como la vestimenta y el pañuelo verde, así como en la frase "No necesito a los hombres", que funciona como eje discursivo de la narrativa.

Las dinámicas de interacción en espacios digitales donde predominan contenidos afines a determinadas posturas pueden favorecer la conformación de cámaras de eco. En comunidades vinculadas con discursos masculinistas o antifeministas, este tipo de representaciones pueden circular y reforzar interpretaciones compartidas sobre el feminismo y las mujeres que se identifican con dicho movimiento. En el caso de este meme, las ilustraciones presentan a la protagonista enfrentando diversas dificultades, lo que contribuye a construir una imagen de dependencia respecto a los hombres para resolver situaciones cotidianas.

Asimismo, el contenido recurre a estereotipos de género para representar a las mujeres feministas como personas con limitaciones físicas, emocionales o sociales. Desde esta perspectiva, el meme puede entenderse como una pieza discursiva que simplifica y generaliza determinadas características con fines humorísticos y de crítica hacia el feminismo. Su circulación dentro de comunidades afines puede favorecer la reproducción y validación de estas representaciones compartidas.

Por otra parte, algunos estudios sobre la Manosfera señalan la presencia de discursos que promueven modelos tradicionales de masculinidad y feminidad. En este sentido, El Lab de RTVE (2025) afirma que: "La Manosfera propone un modelo de hombre tradicional: el que manda, protege y no muestra debilidad. A cambio, las mujeres deben ser sumisas, dependientes y encargarse del hogar". Desde esta perspectiva, el meme puede interpretarse como una representación coherente con narrativas que valoran roles de género tradicionales y cuestionan discursos asociados con la autonomía femenina y el feminismo.

Meme 4



Análisis semiológico

Denotación y connotación

Denotación: El meme muestra a una mujer rubia en dos representaciones distintas. En la imagen ubicada del lado izquierdo de la composición aparece con los ojos y la boca cerrados, mientras que en la imagen situada a la derecha muestra una sonrisa y tiene símbolos de dinero en ambos ojos. En ambas fotografías la mujer utiliza un pañuelo verde alrededor del cuello; sin embargo, la imagen de la derecha se presenta con un efecto de desvanecimiento. Las dos representaciones comparten un mismo fondo azul, lo que las integra en una sola composición visual.

En la parte superior del meme aparecen las frases: “Aumenta el número de mujeres asesinadas” y “- ONG feministas:”. Ambas están escritas con tipografía negra sobre un fondo blanco. La primera aparece entre comillas, mientras que la segunda inicia con un guion y termina con dos puntos.

Connotación: Uno de los elementos más destacados de la imagen es el pañuelo verde que porta la mujer. Este color posee un significado específico dentro del movimiento feminista, particularmente en relación con la defensa de los derechos reproductivos.

El color verde se ha convertido en un símbolo del movimiento global por el derecho al aborto legal y seguro. Aunque la Coordinación para la Igualdad de Género de la UNAM señala que este color adquirió gran visibilidad en Argentina durante 2018, su uso como emblema se

remonta a 2003, cuando integrantes de la Campaña Nacional por el Derecho al Aborto Legal, Seguro y Gratuito utilizaron pañuelos de este color durante un encuentro feminista (Redacción N+, 2026).

Actualmente, el pañuelo verde constituye uno de los símbolos más reconocidos del feminismo contemporáneo. Como señala León (2025): “Por su parte, el posterior uso del color verde simbolizó la esperanza y la vida, visibilizando la lucha por los derechos reproductivos de las mujeres, contrastando con la opresión y la criminalización del aborto”.

A partir de estos elementos visuales y de la indumentaria representada, puede interpretarse que el personaje mostrado en el meme se encuentra asociado simbólicamente con el movimiento feminista. Asimismo, considerando que el contenido alude a organizaciones feministas y al supuesto manejo de recursos económicos, la figura femenina puede entenderse como una representación de organizaciones o colectivos vinculados con la atención, acompañamiento o visibilización de casos de violencia de género y feminicidio.

Por otra parte, este meme puede analizarse a partir de la noción de sintagma fijado propuesta por Barthes. Al respecto, el autor señala:

"Se comprenderá que toda serie metafórica es un paradigma sintagmatizado y toda metonimia un sintagma fijado y absorbido en un sistema; en la metáfora, la selección se convierte en contigüidad, y en la metonimia la contigüidad se convierte en campo de selección" (Barthes, 1990).

La imagen utilizada en este meme ha circulado en distintos contextos digitales con significados diversos, los cuales se construyen mediante los textos que la acompañan. En este sentido, la fotografía puede entenderse como parte de un campo de selección en el que distintas comunidades resignifican una misma imagen para transmitir mensajes específicos. Bajo esta lógica, el meme puede considerarse un sintagma fijado, ya que forma parte de un sistema de significación más amplio en el que la imagen mantiene una estructura reconocible, mientras que su sentido cambia según el contexto discursivo en el que se inserta.

El mensaje del meme puede interpretarse como una crítica dirigida hacia determinadas organizaciones feministas o asociaciones vinculadas con la atención de la violencia de género. A través de las frases utilizadas y del recurso visual de los símbolos de dinero en los ojos del personaje —quien pasa de una expresión seria a una de aparente satisfacción—, el

contenido construye una representación en la que dichas organizaciones aparecen asociadas a intereses económicos.

Desde esta perspectiva, el meme sugiere que la atención pública generada por los feminicidios o por los casos de violencia de género podría traducirse en beneficios económicos o institucionales para ciertas organizaciones. De esta manera, se plantea una lectura crítica o irónica respecto de las motivaciones atribuidas a estos colectivos, desplazando el foco de atención del problema de la violencia de género hacia un cuestionamiento sobre la gestión de recursos y el papel de las organizaciones involucradas.

Asimismo, el meme parece establecer un contraste entre ambas imágenes mediante el tratamiento visual que reciben. La fotografía de la izquierda, al presentarse con mayor nitidez, puede interpretarse como una representación de preocupación, empatía o acompañamiento frente a los feminicidios. Por el contrario, la imagen de la derecha, al incorporar símbolos monetarios y una expresión sonriente, construye una asociación visual con el beneficio económico. En ambas representaciones aparece el pañuelo verde como elemento identificador del feminismo y, dentro de la lógica discursiva del meme, este recurso parece utilizarse para cuestionar la autenticidad del compromiso atribuido a determinados actores vinculados con estas causas.

De esta forma, el meme construye una crítica hacia ciertas organizaciones o expresiones de activismo feminista, sugiriendo una tensión entre el compromiso social y la obtención de recursos necesarios para sostener sus actividades. No obstante, esta representación forma parte de la lógica discursiva del propio meme y no constituye evidencia sobre el funcionamiento real de dichas organizaciones.

En contraste con esta representación, diversos organismos internacionales han destacado el papel de las organizaciones de mujeres en la prevención y atención de la violencia de género. Al respecto, ONU Mujeres (2024) señala que estas organizaciones desempeñan un papel fundamental para combatir la violencia contra las mujeres y promover sociedades más equitativas. Asimismo, advierte que, pese a su relevancia, los movimientos feministas y las defensoras de derechos humanos enfrentan crecientes reacciones adversas y movimientos antiderechos en distintas partes del mundo.

En este sentido, la representación construida por el meme se dirige particularmente hacia organizaciones dedicadas al acompañamiento, atención y visibilización de casos de violencia de género y feminicidio. Muchas de estas organizaciones operan mediante esquemas de financiamiento externo, donaciones o apoyos institucionales, aspecto que el meme retoma para elaborar una narrativa crítica sobre sus motivaciones y funcionamiento.

Signo semiológico

Plano de la expresión: Se trata de un meme cuya composición se concentra en dos elementos principales: el texto ubicado en la parte superior y las imágenes situadas en la parte inferior. La disposición de estos elementos orienta la lectura hacia las frases "Aumenta el número de mujeres asesinadas" y "ONG feministas", las cuales funcionan como marco interpretativo para comprender las fotografías que aparecen debajo.

Posteriormente, se presentan dos imágenes de una mujer rubia. En la primera aparece con la boca cerrada y una expresión seria, mientras que en la segunda muestra una sonrisa y símbolos de dinero en los ojos. La combinación entre texto e imágenes constituye la forma de la expresión, ya que organiza visualmente el mensaje y orienta su interpretación.

Por otra parte, la materialidad del meme consiste en una imagen acompañada de texto, cuyo contenido se percibe principalmente a través de la vista. Este aspecto corresponde a la sustancia de la expresión.

Plano del contenido: El meme presenta una postura crítica hacia organizaciones feministas vinculadas con la atención y visibilización de casos de violencia de género. Mediante sus elementos visuales y textuales, construye una representación en la que estas organizaciones aparecen asociadas a intereses económicos más que a objetivos de carácter social.

Esta interpretación se apoya en la expresión facial del personaje femenino y en la presencia de símbolos de dinero sobre sus ojos, recursos que contribuyen a configurar la forma del contenido. Asimismo, el texto que acompaña la imagen refuerza la idea de que dichas organizaciones obtendrían beneficios a partir de la atención pública generada por los feminicidios y otros casos de violencia de género.

En este sentido, la sustancia del contenido se configura a través de una narrativa que cuestiona la legitimidad y las motivaciones de estas organizaciones, al sugerir que los recursos económicos destinados a sus actividades podrían responder a intereses particulares

más que a fines de apoyo social. Esta representación forma parte de la lógica discursiva del meme y constituye el eje central de su mensaje.

Perspectiva teórica: El meme construye una representación crítica de las organizaciones feministas dedicadas al acompañamiento de familiares de víctimas de feminicidio y de personas afectadas por la violencia de género. A través de sus recursos visuales y textuales, sugiere que los recursos económicos obtenidos mediante donaciones o financiamiento son utilizados con fines distintos a los objetivos para los cuales fueron destinados.

Dentro de la lógica de las cámaras de eco, este tipo de contenidos puede contribuir a reforzar narrativas compartidas en comunidades donde predominan posturas críticas hacia el feminismo. En este caso, el meme representa a las organizaciones feministas como actores motivados por intereses económicos, construyendo una imagen de desconfianza respecto de su labor social y de las acciones que realizan en torno a la visibilización de la violencia de género.

La mujer representada en el meme puede interpretarse como una personificación simbólica de estas organizaciones. A partir de elementos como el pañuelo verde, el maquillaje y la composición visual, el contenido establece una asociación con el feminismo y con organizaciones que trabajan en este ámbito. De esta manera, el meme proyecta sobre dicha figura una serie de atributos y valoraciones que forman parte de la narrativa que pretende transmitir.

Por otra parte, el meme utiliza una imagen ampliamente difundida en redes sociales, la cual ha sido empleada en diversos contextos y con significados distintos. En este caso, la imagen es resignificada para representar a organizaciones feministas mediante la incorporación de elementos visuales específicos y de un texto que orienta su interpretación. Esta resignificación permite expresar prejuicios, críticas y discursos de deslegitimación presentes en determinados espacios digitales.

En consecuencia, el meme puede entenderse como una pieza discursiva que reproduce una visión crítica hacia las organizaciones feministas, al atribuirles intereses económicos y cuestionar la autenticidad de su compromiso con la atención de problemáticas relacionadas con la desigualdad y la violencia de género. Más que demostrar dichas afirmaciones, el

contenido construye una representación simbólica que circula y puede ser reforzada dentro de comunidades que comparten este tipo de interpretaciones.

Meme 5



Análisis semiológico

Denotación y connotación

Denotación: Las imágenes que conforman este meme tienen formato rectangular y están ubicadas en el lado izquierdo de la composición.

La primera muestra una antena parabólica de paneles negros orientada hacia el cielo, en dirección derecha. A un costado aparece una segunda antena, visible solo de manera parcial. En la parte inferior derecha se observa una cerca metálica que delimita el terreno donde se encuentran instaladas. La iluminación anaranjada de la escena sugiere una puesta de sol, correspondiente a un horario vespertino. En el cielo se distinguen algunas estrellas de color blanco, además de nubes grises y tonalidades azul oscuro propias del anochecer.

A la derecha de esta imagen aparece el texto: “El radar femenino para detectar a un incel por lo que pone en dos tuits”, escrito con tipografía negra sobre un fondo blanco.

Debajo de esta composición se observa una franja negra que divide el meme en dos secciones. En la parte inferior aparece una fotografía de una papa amarilla colocada sobre una tabla de cortar de madera en tonos blancos y cafés. La tabla se encuentra sobre una mesa negra apoyada contra una pared color mostaza. En el centro de la papa hay un tenedor metálico

clavado por el mango; además, en uno de sus dientes se encuentra insertado el conector USB de un cargador blanco. El cable sale del encuadre, por lo que no es posible observar si está conectado a alguna fuente de energía.

A la derecha de esta imagen aparece el texto: “El radar femenino para detectar que el traficante maltratador con 4 órdenes de alejamiento y 2 años preso no iba a ser un buen novio”, escrito también con tipografía negra sobre un fondo blanco.

Connotación: El meme puede interpretarse a partir de narrativas asociadas a la hibristofilia, concepto que suele aparecer en determinados espacios digitales vinculados con la Manosfera. La hibristofilia ha sido definida como una atracción romántica o sexual hacia personas que han cometido actos delictivos o conductas socialmente condenadas, especialmente aquellas relacionadas con la violencia o la criminalidad. Esta atracción puede estar asociada a diversos factores psicológicos y sociales, entre ellos la fascinación por el poder, el riesgo o la transgresión de normas establecidas (Quirónsalud, 2024).

A partir de esta idea, el meme construye una representación según la cual algunas mujeres serían capaces de identificar rápidamente señales asociadas con hombres que se identifican como incel, pero tendrían dificultades para reconocer comportamientos problemáticos o violentos en otros hombres. La primera imagen, acompañada de la antena parabólica, funciona como una metáfora de un sistema de detección altamente preciso, mientras que la segunda imagen —la papa atravesada por un tenedor— representa un mecanismo rudimentario o ineficaz.

De esta manera, el contenido establece un contraste entre ambas situaciones. Por un lado, sugiere que ciertas mujeres detectarían con facilidad comportamientos o discursos asociados a la comunidad incel a partir de publicaciones en redes sociales. Por otro, plantea que esas mismas mujeres no identificarían señales evidentes de conductas agresivas o delictivas en potenciales parejas. Esta comparación constituye el núcleo humorístico y crítico del meme.

En este contexto, la antena parabólica simboliza un supuesto radar sofisticado para evaluar posibles parejas, mientras que el tenedor clavado en una papa representa una herramienta improvisada e ineficiente. A través de esta oposición visual, el meme cuestiona la capacidad de algunas mujeres para evaluar riesgos dentro de sus relaciones afectivas.

Asimismo, el contenido puede interpretarse como una forma de victimización presente en ciertos discursos incel, ya que transmite la idea de que los hombres identificados con esta comunidad serían rechazados por las mujeres, mientras que otros hombres percibidos como agresivos o problemáticos resultarían más atractivos. En este sentido, el meme refuerza una narrativa según la cual existiría una preferencia femenina por determinados perfiles masculinos, en detrimento de aquellos que se consideran excluidos del ámbito romántico y sexual.

Al respecto, Mondragón (2026) señala que, dentro del pensamiento incel, el deseo sexual y romántico insatisfecho suele presentarse como una fuente de frustración, resentimiento y victimización. Desde esta perspectiva, algunos integrantes de estas comunidades consideran que las dinámicas afectivas favorecen a ciertos hombres, mientras excluyen a otros de la posibilidad de establecer relaciones románticas o sexuales.

Por otra parte, el meme construye una representación simplificada de los procesos de elección de pareja al sugerir que las mujeres serían incapaces de identificar señales de riesgo en determinadas relaciones. Esta representación puede interpretarse como una generalización que atribuye características homogéneas a las mujeres en materia de decisiones afectivas. En consecuencia, el contenido desestima la diversidad de experiencias, criterios y contextos que intervienen en la construcción de vínculos personales.

La oposición entre la antena parabólica y el tenedor clavado en la papa refuerza esta idea. Mientras la primera imagen remite a precisión, alcance y capacidad de detección, la segunda evoca improvisación y falta de eficacia. A través de estos elementos visuales, el meme construye una narrativa en la que la capacidad femenina para evaluar posibles parejas aparece representada como contradictoria o deficiente, sugiriendo que determinados comportamientos agresivos o delictivos podrían pasar inadvertidos frente a otros criterios de selección.

Signo semiológico

Plano de la expresión: El meme presenta dos imágenes que funcionan como representación visual de los textos ubicados a su derecha. La primera corresponde a una antena parabólica y está acompañada por la frase: “El radar femenino para detectar a un incel por lo que pone en dos tuits”. La segunda muestra un tenedor clavado en una papa y se encuentra junto al

texto: “El radar femenino para detectar que el traficante maltratador con 4 órdenes de alejamiento y 2 años preso no iba a ser un buen novio”.

La relación entre ambas imágenes y sus respectivos textos constituye la forma de la expresión, ya que organiza visualmente el mensaje y establece el contraste sobre el que se construye el humor y la crítica presentes en el meme. Por su parte, la sustancia de la expresión corresponde a la materialidad visual del contenido, al tratarse de un meme gráfico compuesto por imágenes y texto.

Plano del contenido: El meme presenta una narrativa que puede vincularse con discursos asociados a la hibristofilia y a determinadas interpretaciones presentes en comunidades incel. A través de la comparación entre una antena parabólica y un tenedor clavado en una papa, el contenido establece una oposición entre un supuesto sistema de detección preciso y otro considerado rudimentario o ineficaz.

Esta oposición se complementa con los textos que acompañan ambas imágenes, los cuales sugieren que algunas mujeres identificarían con facilidad características asociadas a hombres que se definen como incel, pero no detectarían señales de comportamientos violentos o delictivos en otras posibles parejas. Estos elementos configuran la forma del contenido, al estructurar el significado central del meme.

Por otra parte, la sustancia del contenido se articula mediante una representación que cuestiona la capacidad de las mujeres para seleccionar parejas sentimentales, sugiriendo que sus criterios de elección resultarían contradictorios o poco eficaces. Esta idea constituye el eje discursivo sobre el cual se desarrolla el mensaje.

Perspectiva teórica: El meme puede interpretarse como una representación coherente con narrativas que circulan en determinados espacios vinculados con la Manosfera y comunidades incel. En este caso, el contenido sugiere que las mujeres tendrían una mayor disposición a relacionarse con hombres percibidos como agresivos o problemáticos que con hombres identificados como incel. A partir de esta premisa, el meme construye una crítica hacia los criterios de selección de pareja atribuidos a las mujeres.

Dentro de la lógica de las cámaras de eco, este tipo de representaciones puede contribuir a reforzar creencias compartidas entre usuarios que ya sostienen interpretaciones similares sobre las relaciones afectivas y las dinámicas de género. La reiteración de estos discursos favorece la circulación de narrativas que presentan a los hombres vinculados con la identidad

incel como sujetos injustamente excluidos del ámbito romántico y sexual, mientras que atribuyen a las mujeres preferencias por hombres que encarnan modelos de masculinidad asociados con el poder, la dominación o la agresividad.

En este sentido, el meme reproduce una narrativa de victimización masculina que aparece con frecuencia en algunos espacios digitales vinculados con la cultura incel. A través de ella, se plantea que los hombres que se consideran rechazados sentimentalmente compiten en condiciones desventajosas frente a otros hombres percibidos como más atractivos o con mayor estatus social.

La difusión de estas ideas puede relacionarse con la creciente visibilidad pública de las comunidades incel en los últimos años. Parte de esta atención se ha generado a raíz de casos de violencia en los que algunos agresores habían consumido o compartido contenidos asociados con este tipo de comunidades. Un ejemplo citado en medios de comunicación mexicanos es el caso de Osmer H., adolescente detenido en Michoacán tras el asesinato de dos docentes en 2026. De acuerdo con reportes periodísticos, investigaciones posteriores identificaron en sus redes sociales contenido relacionado con discursos incel y material asociado a comunidades digitales antifeministas (Espinosa, 2026).

Asimismo, producciones audiovisuales recientes, como la serie *Adolescence* (Netflix, 2025), han contribuido a incrementar el interés público en torno a estas comunidades y a las dinámicas de socialización que se desarrollan en espacios digitales vinculados con masculinidades extremistas. Esto ha favorecido una mayor discusión social sobre los discursos que circulan en dichos entornos y sobre sus posibles implicaciones culturales.

Desde esta perspectiva, resulta relevante señalar que el meme critica a las mujeres por supuestamente preferir hombres con conductas agresivas o delictivas antes que a hombres identificados como incel. Sin embargo, esta representación simplifica las dinámicas de las relaciones afectivas y omite la diversidad de experiencias y contextos que intervienen en la elección de pareja. Además, diversos estudios y reportes periodísticos han documentado la presencia de discursos misóginos, antifeministas e incluso violentos en algunos sectores de la comunidad incel, lo que evidencia que la oposición planteada por el meme responde a una construcción discursiva específica y no necesariamente a una descripción objetiva de la realidad social.

Conclusiones:

La presente investigación permitió comprender cómo los memes provenientes de la Manosfera operan como vehículos discursivos para la reproducción y normalización de discursos de odio, misoginia y antifeminismo dentro de grupos masculinistas en Facebook. A partir del análisis realizado fue posible identificar que estos contenidos no funcionan únicamente como expresiones de humor o entretenimiento, sino como recursos comunicativos que transmiten ideologías, reafirman identidades colectivas y fortalecen narrativas basadas en el resentimiento, la victimización masculina y la descalificación hacia las mujeres.

Los resultados obtenidos confirman que la violencia de género en los entornos digitales no se limita a expresiones aisladas o individuales, sino que forma parte de dinámicas colectivas reforzadas por las propias características de las plataformas digitales. En los grupos analizados se observó que la interacción constante entre usuarios, mediante comentarios, reacciones y la circulación reiterada de memes, favorece la conformación de cámaras de eco donde las ideas misóginas son reafirmadas y legitimadas. De esta manera, fue posible cumplir el objetivo general de la investigación, centrado en analizar la representación y circulación de los discursos de odio, machismo y antifeminismo a partir de los memes provenientes de la Manosfera y de las interacciones que estos generan en comunidades masculinistas de Facebook, para comprender cómo operan los mecanismos que favorecen la creación de cámaras de eco, la polarización y la violencia de género en el entorno digital.

Asimismo, se alcanzaron los objetivos específicos relacionados con la identificación de las narrativas predominantes que estructuran los discursos de la Manosfera y su relación con la lógica de la posverdad; la descripción de las dinámicas de interacción social generadas alrededor de los memes, identificando procesos de cámara de eco y legitimación colectiva de discursos de odio; y la exploración de la manera en que los memes y las interacciones asociadas contribuyen a la reproducción de estereotipos sexistas y a la violencia de género en espacios digitales.

Uno de los hallazgos más relevantes fue que los comentarios generados alrededor de los memes no se limitaron a reaccionar al contenido publicado, sino que funcionaron como espacios de reafirmación colectiva de las narrativas presentes en los grupos masculinistas. El análisis de los comentarios permitió identificar patrones recurrentes de interacción en los que los usuarios validaban mutuamente sus opiniones mediante expresiones de acuerdo, anécdotas personales, referencias a experiencias sentimentales negativas y la reproducción constante de estereotipos sobre las mujeres. En múltiples ocasiones, los participantes retomaban las ideas planteadas por los memes para ampliarlas, justificarlas o complementarlas con nuevos argumentos, evidenciando que estos contenidos operan como detonadores de conversaciones que fortalecen la cohesión ideológica del grupo.

De igual manera, los datos obtenidos permitieron observar la presencia de cámaras de eco caracterizadas por una escasa confrontación de perspectivas. En los memes analizados, los comentarios con mayor cantidad de reacciones positivas tendían a ser aquellos que reforzaban el discurso central de la publicación, mientras que las opiniones divergentes eran prácticamente inexistentes o recibían una participación considerablemente menor. Esta dinámica favorece la percepción de consenso entre los integrantes, quienes encuentran en las respuestas de otros usuarios una validación constante de sus creencias. En consecuencia, las cámaras de eco no se construyen únicamente por la exposición repetida a contenidos similares, sino también por la interacción cotidiana que transforma opiniones individuales en posiciones colectivamente legitimadas.

Dentro de los grupos masculinistas estudiados fue posible identificar varias características recurrentes. Entre las más relevantes destacan la presencia de discursos de resentimiento hacia las mujeres, la victimización masculina como mecanismo de explicación de los fracasos afectivos y sexuales, la adopción de narrativas propias de la Manosfera —como la red pill—, el cuestionamiento constante al feminismo y el uso del humor como estrategia para ridiculizar a las mujeres y minimizar problemáticas relacionadas con la desigualdad y la violencia de género. A ello se suma la construcción de una identidad colectiva basada en la oposición al feminismo y en la percepción compartida de que los hombres se encuentran en una situación de desventaja frente a las mujeres dentro de la sociedad contemporánea.

El análisis cualitativo de contenido permitió identificar que las narrativas predominantes dentro de estas comunidades se organizan alrededor de temas recurrentes como el antifeminismo, la desconfianza hacia las mujeres, la supuesta crisis de la masculinidad, la victimización masculina, la percepción de injusticia en las relaciones sexoafectivas y la defensa de modelos tradicionales de género. Estas narrativas aparecieron de manera constante tanto en los memes como en los comentarios, independientemente de la temática específica de cada publicación. Esto permitió observar que los memes no constituyen contenidos aislados, sino que forman parte de un sistema discursivo más amplio que proporciona marcos de interpretación compartidos por los integrantes de estas comunidades.

Por su parte, el análisis semiológico permitió comprender cómo los memes construyen significados mediante recursos visuales, símbolos, referencias culturales y estrategias humorísticas. Se identificó que elementos como el pañuelo verde, las representaciones estereotipadas de mujeres feministas, las referencias a la cultura incel, la ironía y la exageración visual funcionan como signos que condensan significados complejos y facilitan la transmisión de mensajes ideológicos. El estudio reveló que los memes no solo comunican una opinión, sino que construyen representaciones simbólicas sobre las mujeres, el feminismo y las relaciones de género, simplificando fenómenos sociales complejos mediante imágenes fácilmente reconocibles por los integrantes de estas comunidades.

Otro hallazgo significativo fue la capacidad de los memes para suavizar o encubrir el carácter discriminatorio de determinados discursos mediante el uso del humor. La mayoría de las publicaciones analizadas presentaban contenidos misóginos, antifeministas o estigmatizantes bajo formatos humorísticos, irónicos o satíricos. Esta estrategia facilita que mensajes potencialmente violentos sean percibidos como bromas, favoreciendo su circulación, aceptación y reproducción dentro de los grupos. En consecuencia, el humor opera como un mecanismo de legitimación discursiva que reduce la posibilidad de cuestionamiento y contribuye a la normalización de expresiones discriminatorias.

Las cifras de interacción observadas durante la investigación refuerzan esta interpretación. Los memes analizados generaron cientos de comentarios y reacciones, evidenciando altos niveles de participación por parte de los integrantes de los grupos. Más importante aún, la distribución temática de los comentarios mostró que una proporción significativa de las intervenciones reproducía el discurso central del meme, mientras que las expresiones críticas o de desacuerdo eran escasas. Esto sugiere que el *engagement* generado por estas publicaciones no se limita a una interacción superficial, sino que contribuye activamente a la reproducción y fortalecimiento de las narrativas compartidas dentro de estas comunidades.

Asimismo, la investigación permitió identificar que el anonimato relativo y las posibilidades de interacción que ofrece Facebook facilitan la construcción de identidades digitales desde las cuales los usuarios expresan posturas que, en muchos casos, difícilmente manifestarían en espacios presenciales. Esta desinhibición, sumada a la lógica algorítmica de la plataforma, contribuye a la circulación constante de contenidos que privilegian la confrontación, la viralidad y el *engagement* por encima de la diversidad informativa o del respeto a los derechos humanos.

Desde la perspectiva de la Economía Política de la Comunicación y la Cultura, fue posible comprender que las plataformas digitales no son espacios neutrales. Por el contrario, responden a modelos económicos sustentados en la recopilación de datos, la monetización de la interacción y la selección algorítmica de contenidos. Estas dinámicas favorecen la creación de cámaras de eco al priorizar aquellos mensajes que generan mayores niveles de participación, independientemente de sus implicaciones éticas o sociales. En este sentido, la circulación de discursos de odio dentro de la Manosfera no depende únicamente de las decisiones individuales de sus integrantes, sino también de una estructura tecnológica y económica que incentiva la visibilidad de contenidos altamente polarizantes.

Si bien el objeto de estudio se centró en el análisis de memes y de las interacciones que estos generan, resulta indispensable reconocer que las consecuencias de estos discursos pueden trascender el entorno digital. Diversos casos internacionales han mostrado que algunas narrativas de odio reforzadas dentro de comunidades incel pueden formar parte de procesos de radicalización que derivan en actos de violencia fuera de internet. Los casos de Elliot Rodger en Estados Unidos, Alek Minassian en Canadá y Lex Ashton en México evidencian la necesidad de prestar atención a las dinámicas comunicativas que se desarrollan en estos espacios digitales. Aunque la presente investigación no busca establecer una relación causal entre la participación en comunidades masculinistas y la ejecución de actos violentos, sí permite observar cómo la reiteración de discursos misóginos, la validación colectiva y la ausencia de perspectivas divergentes pueden contribuir a procesos de polarización y radicalización.

En este sentido, la hipótesis que se propuso al inicio de la investigación: Los memes que se producen dentro de grupos masculinistas procedentes de la Manosfera hacen uso del humor no solo para entretener, sino también como una estrategia discursiva para encubrir la violencia digital de género y evitar la censura por parte de los algoritmos de Facebook, reduciendo así las perspectivas críticas hacia dichos mensajes. Estos contenidos son normalizados dentro de estos grupos mediante una repetición constante, lo que ocasiona la aparición de cámaras de eco al reforzar las creencias y el resentimiento de los usuarios que forman parte de este tipo de comunidades. Esto facilita la interacción y circulación de memes que contienen violencia de género, misoginia, machismo y discriminación. Pudo ser confirmada.

Los resultados obtenidos muestran que los memes provenientes de la Manosfera funcionan como mecanismos de normalización de la violencia digital de género y que las interacciones generadas alrededor de ellos consolidan cámaras de eco que fortalecen discursos de odio, machismo y antifeminismo. La confirmación de esta hipótesis no se sustenta únicamente en el contenido de los memes analizados, sino también en la evidencia encontrada en los comentarios, reacciones e interacciones de los usuarios. Fue precisamente en estos espacios donde se observó la retroalimentación constante de las narrativas, la validación colectiva de los discursos y la reproducción reiterada de ideas que contribuyen a legitimar la misoginia dentro de las comunidades estudiadas.

En conjunto, los hallazgos permiten concluir que los memes provenientes de la Manosfera cumplen una doble función dentro de los grupos masculinistas de Facebook. Por un lado, actúan como artefactos culturales que condensan y simplifican discursos relacionados con la misoginia, el antifeminismo y la victimización masculina. Por otro, funcionan como dispositivos de interacción que promueven la participación de los usuarios y favorecen la construcción de comunidades ideológicamente cohesionadas. La combinación entre contenido simbólico, participación colectiva y visibilidad algorítmica convierte a los memes en herramientas particularmente eficaces para la reproducción de narrativas que refuerzan la polarización y la violencia digital de género.

Finalmente, esta investigación busca contribuir a la comprensión de un fenómeno que ha recibido una atención académica todavía limitada en México y Latinoamérica. El estudio evidencia la necesidad de continuar investigando las relaciones entre plataformas digitales, algoritmos, comunidades en línea y violencia de género, así como de promover estrategias de alfabetización digital, pensamiento crítico y perspectiva de género que permitan identificar y cuestionar estos discursos antes de que sean asumidos como parte de la interacción cotidiana. Comprender cómo operan las cámaras de eco y los mecanismos de legitimación de la Manosfera representa un paso fundamental para visibilizar los riesgos asociados a estas comunidades y para fortalecer la construcción de entornos digitales más seguros, democráticos y respetuosos de los derechos humanos.

Declaración de transparencia en el uso de herramientas de IA.

Herramienta utilizada: Gemini Notebook (Versión Gemini 3.5). Propósito del uso: se empleó para la corrección ortográfica y redacción del texto antes de su entrega. Prompts o instrucciones proporcionadas: el documento completo fue cargado en la plataforma y se aplicaron las sugerencias automáticas. Uso del contenido generado: se aceptaron sugerencias relacionadas con puntuación, ortografía y reformulación de frases por claridad. Revisión y edición: todas las sugerencias fueron revisadas manualmente antes de ser aplicadas. Limitaciones y consideraciones éticas: no se utilizó la herramienta para generar contenido nuevo ni para alterar el significado del texto original.

Herramienta utilizada: ChatGPT (Versión GPT-5.5). Propósito del uso: Se empleó para la corrección ortográfica y la redacción del texto antes de su entrega. Prompts o instrucciones proporcionadas: Frases del documento fueron cargadas en la plataforma y se aplicaron las sugerencias automáticas. Uso del contenido generado: Se aceptaron sugerencias relacionadas con puntuación, ortografía y reformulación de frases por claridad. Revisión y edición: todas las sugerencias fueron revisadas manualmente antes de ser aplicadas. Limitaciones y consideraciones éticas: No se utilizó la herramienta para generar contenido nuevo ni para alterar el significado del texto original.

Herramienta utilizada: Microsoft Copilot (Versión Microsoft 365 Copilot). Propósito del uso: Se empleó para la corrección ortográfica y la redacción del texto antes de su entrega. Prompts o instrucciones proporcionadas: Frases del documento fueron cargadas en la plataforma y se aplicaron las sugerencias automáticas. Uso del contenido generado: Se aceptaron sugerencias relacionadas con puntuación, ortografía y reformulación de frases por claridad. Revisión y edición: todas las sugerencias fueron revisadas manualmente antes de ser aplicadas. Limitaciones y consideraciones éticas: No se utilizó la herramienta para generar contenido nuevo ni para alterar el significado del texto original

Referencias bibliográficas.

Alcaraz, M. (2020c, mayo 25). ¿Qué son y para qué sirven los grupos de Facebook? Baética. https://baetica.com/que-son-grupos-de-facebook/

AsiHablamos. (2026). Ponerla – AsiHablamos.com – el diccionario latinoamericano. https://www.asihablamos.com/word/palabra/Ponerla.php

Ayala, L., & Granados, L. (2025, 6 marzo). ¿Cómo convertirse en una mujer de alto valor? Noticias de el Salvador – Noticias de el Salvador, Noticias Internacionales, Salvadoreños Por el Mundo, Economia, Negocios, Politica, Deportes, Entretenimiento, Tecnologia, Turismo, Tendencias, Fotos, Videos, Redes Sociales. https://www.elsalvador.com/h-vida/h-mujeres/como-ser-una-mujer-de-alto-valor-feminismo-amor-propio-autoestima-femenino-8-marzo/1204647/2025/

Barthes, R. (1977). Image, Music, Text. Fontana Press.

Barthes, R. (1990). La aventura semiológica. Paidós Ibérica Ediciones.

Bayón, Á. (2025, 14 febrero). «Memes» culturales: el origen y evolución de los «memes». Muy Interesante. https://muyinteresante.okdiario.com/curiosidades/27530.html

BBC News Mundo. (2024, 8 marzo). Dragon Ball: muere el creador de la famosa serie manga Akira Toriyama. BBC News Mundo. https://www.bbc.com/mundo/articles/c6p4qddzn81o

BECERRA, M., & MASTRINI, G. (2006): Senderos de la economía de la comunicación: un enfoque latinoamericano. CIC Cuadernos de Información y Comunicación, 11, pp. 111–128.

Beristán, E. (2025, 25 octubre). La ManosferaManosfera. El Informador : Noticias de Jalisco, México, Deportes & Entretenimiento. https://www.informador.mx/ideas/la-ManosferaManosfera-20251024-0188.html

Beurkens, N. (2025, 21 noviembre). Cámaras de eco digitales: cómo sacar a tus hijos del bucle | Qustodio. Qustodio. https://www.qustodio.com/es/blog/camaras-de-eco-en-las-redes-sociales/

Boneti, M. (2022) Antifeminismo | Nueva sociedad. Nueva Sociedad | Democracia y Política En América Latina. https://nuso.org/articulo/302-antifeminismo/

Brett. (2021, 25 septiembre). Why Every man should be strong. The Art Of Manliness. https://www.artofmanliness.com/strength/fitness/why-every-man-should-be-strong/

Califano, B. (2021). Economía política de la comunicación: de sus orígenes a la consolidación del campo en América Latina. Perspectivas De La Comunicación, 14(2), 57–94. https://doi.org/10.4067/S0718-48672021000200057

Calleja. (2014). Estrategias de marketing online con Facebook y Twitter: Una propuesta de plan de Social Media Marketing a través del ejemplo Pizzería la Competencia.

CARBONI, O. (2015): Los procesos de organización productiva y del trabajo en las tiras diarias de la televisión abierta argentina (2002-2012) [Tesis de Doctorado en Ciencias Sociales, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Argentina].

Castells, M., (2009): Comunicación y poder, Alianza Editorial, Madrid. Barcelona: Plaza & Janés.

Center For Countering Digital Hate (2023, 9 junio). What is an incel? Center For Countering Digital Hate | CCDH. https://counterhate.com/blog/what-is-an-incel-inceldom/

Center For Countering Digital Hate. (2024, 12 abril). Inside the manosphere: understanding extreme misogyny online. Center For Countering Digital Hate | CCDH. https://counterhate.com/blog/inside-the-manosphere-understanding-extreme-misogyny-online/

Cidón, M. (2026). Movimiento incel: la peligrosa ideología misógina que crece en Internet, Amnesty.org. https://www.es.amnesty.org/en-que-estamos/blog/historia/articulo/el-movimiento-incel-la-peligrosa-radicalizacion-digital-que-fomenta-el-odio-hacia-las-mujeres/

Crucianelli, S. (2009): Herramientas digitales para periodistas, Centro Knight, Periodismo en las Américas, Universidad Texas".

Crunchyroll News. (2023). Anime news, top stories & In-Depth anime Insights- Crunchyroll News. https://www.crunchyroll.com/es-es/news/latest/2015/6/20/kamisama-minarai-himitsu-no-cocotama-nuevo-anime-infantil-para-otoo?srsltid=AfmBOoqbjmdvS2Vwrgzb8G-MtdBLITggGbp2Kq4LwclNyX5oPOR-lMVx

Cruz, P. (2018). Redes sociales el educación Conceptos, historia de las redes sociales, redes sociales en internet, la educación y las redes sociales, influencia en la educación, principales redes sociales, aplicaciones. Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle. Disponible en: https://repositorio.une.edu.pe/handle/20.500.14039/3253

De Ciencias Políticas y Sociales, F. (2016). Los memes: una expresión social con amplio poder de viralización. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. https://fcp.uncuyo.edu.ar/los-memes-una-nueva-forma-de-expresion-social

Delgado Castillo, A. (2011), APUNTES SOBRE EL ORIGEN DE LA MISOGINIA, REVISTA ESTUDIOS CULTURALES. https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://biblioteca.clacso.edu.ar/Venezuela/uec/20200501114134/vol8n162015.pdf&ved=2ahUKEwjF2cXl4P6TAxX-IUQIHeIvIUUQFnoECCkQAQ&usg=AOvVaw3G-vAd_TRcWMU_5gsny5uw

El Lab de RTVE. (2025, 5 marzo). Los estereotipos de la ManosferaManosfera: la nueva cárcel de la masculinidad. RTVE.es. https://www.rtve.es/noticias/20250305/estereotipos-ManosferaManosfera-nueva-carcel-masculinidad/16473750.shtml

Espinosa, J. (2026). Un estudiante mata a tiros a dos profesoras en Michoacán y se exhibe en las redes sociales. EL PAÍS. https://www.google.com/amp/s/elpais.com/mexico/2026-03-24/un-estudiante-de-secundaria-mata-a-tiros-a-dos-profesoras-en-michoacan.html%3foutputType=amp

Expansión Mujeres. (2025, 7 marzo). El significado detrás del pañuelo verde y morado en el 8M. Mujeres. https://mujeres.expansion.mx/actualidad/2025/03/07/significado-panuelo-verde-morado-feminista

Expósito, F. (2011) Violencia de género, MENTE Y CEREBRO 48 / 2011.

Facultad de Ciencias Sociales UDP. (2016, 2 de marzo). El humor que discrimina no es chiste. Universidad Diego Portales. https://socialesehistoria.udp.cl/el-humor-que-discrimina-no-es-chiste/

Félix, C. B. (2022). La construcción del discurso de odio contra las mujeres por los participantes en espacios misóginos de una red social. Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo (RICD), 4(17). https://doi.org/10.15304/ricd.4.17.8757

Fraguela, N. (2025, 2 septiembre). Historia de las redes sociales: cómo nacieron y cuál fue su evolución. Marketing4eCommerce México. https://marketing4ecommerce.mx/historia-de-las-redes-sociales-evolucion/

Fundación Telefónica España (2023) Fake News. La fábrica de mentiras. Fundación telefónica.https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://publiadmin.fundaciontelefonica.com/media/publicaciones/783/Guia_Fake_News.pdf&v

ed=2ahUKEwjOsPqh2LmRAxXWk2oFHef3EwYQFnoECD4QAQ&usg=AOvVaw0wMJN_sU1VaOblD1u5yDK0

Gago, M. R. (2024, 3 junio). Violencias digitales II: la ManosferaManosfera, un espacio virtual para un antifeminismo muy real. Revista Iguales y Diferentes. https://revistaigualesydiferentes.ucm.es/violencias-digitales-ii-la-ManosferaManosfera-un-espacio-virtual-para-un-antifeminismo-muy-real/

Garay, J. (2025c, agosto 19). La polarización es inherente a las redes sociales, incluso sin la ayuda de un algoritmo. WIRED. https://es.wired.com/articulos/la-polarizacion-es-inherente-a-las-redes-sociales-incluso-sin-la-ayuda-de-un-algoritmo

García Moreno, M. (2025), "HACIENDO ESPAÑOLAS". EL NACIMIENTO DEL ANTIFEMINISMO (1898-1931). Historia Actual Online, 66 (1), 2025: 65-82

García, J. (2024, 18 junio). Hipergamia, ¿realidad o mito?: qué dice la ciencia sobre esta supuesta «nueva tendencia» en las relaciones. Salud. https://www.20minutos.es/salud/actualidad/hipergamia-realidad-mito-que-dice-ciencia-nueva-tendencia-relaciones-ligar-amor-5521745/

Garnham, N. (1990). Capitalism and Communication: Global Culture and the Economics of Information. Sage.

Geertz, C. (1973). The interpretation of cultures. Basic Books.

Gillespie, T. (2018). Custodians of the internet: Platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media. Yale University Press.

Gómez García, R., & Sánchez Ruiz, E. E. (2011). La Economía Política de la Comunicación y la Cultura. Tradiciones y conceptos. Estructura de la Comunicación/Lecciones. Universidad Autónoma Metropolitana-Cuajimalpa. https://incom.uab.cat/portalcom/la-economia-politica-de-la-comunicacion-y-la-cultura-tradiciones-y-conceptos/

Gómez-Zorrilla, S. (2015, 7 septiembre). El fenómeno de la viralización, el poder del siglo XXI. EL MUNDO. https://www.elmundo.es/andalucia/2015/09/07/55ed7633268e3e4a118b457a.html

González, O. (2014). Comercio electrónico 2.0. Editorial Anaya.

Greengard, S. (2026). Gamergate online harassment campaign. Britannica. https://www.britannica.com/topic/Gamergate-campaign

Guillen, J. (2023, 13 septiembre). Las raíces históricas del patriarcado. Goooya. https://puedjs.unam.mx/goooya/las-raices-historicas-del-patriarcado/

Gutiérrez, E. (2023, 26 junio). ¿Qué es Simp en redes sociales? Origen y significado. Unocero. https://www.unocero.com/redes-sociales/que-es-simp-en-redes-sociales-origen-signficado/

Guzmán Aguilar, F. (2021, 9 diciembre). ¿Cómo funcionan los algoritmos de distribución de contenido en las redes sociales? – Gaceta UNAM. Gaceta UNAM. https://www.gaceta.unam.mx/como-funcionan-los-algoritmos-de-distribucion-de-contenido-en-las-redes-sociales/

Hernández-Sampieri et al. (2014). Metodología de la investigación (6ª ed.). McGraw-Hill.

Acevedo, M. (2019) Historia del algoritmo https://www.academia.edu/38989333/Historia_del_algoritmo

Hine, C. (2015). Ethnography for the internet: Embedded, embodied and everyday. Bloomsbury Academic.

Huguet, P. (2025, 3 marzo). Ocho de marzo. El origen histórico del 8 de marzo como Día Internacional de la Mujer. NATIONAL GEOGRAPHIC. https://historia.nationalgeographic.com.es/a/origen-historico-marzo-como-dia-internacional-mujer_12468.

Infoem. (2021, enero 20). BREVIARIO DEL DESARROLLO NORMATIVO SOBRE LA VIOLENCIA DIGITAL EN MÉXICO. https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://www.infoem.org.mx/doc/micrositios/202108_violenciadigital/1.%2520Informe%2520normativo%2520de%2520la%2520violencia%2520digital.pdf&ved=2ahUKEwjEqdWK0tSUAxUcB7wBHQUGLLIQFnoECCkQAQ&usg=AOvVaw0zydQFSWFKR4UbrT6zL2KP

Islas, O., Arribas, A., & Garcés, M. E. (2022). Luces y sombras en la breve historia de Facebook, hoy Meta. Razón y Palabra, 25(112). https://doi.org/10.26807/rp.v25i112.1897

Kaplan, A. M. y M. Haenlein (2010), "Users of the world, unite! The challenges and Opportunities of social media", Business Horizons, 53(1): 59-68, disponible en www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0007681309.001.232#sec4.1.3; última consulta: 12 de junio de 2012.

Krippendorff, K. (2018). Content analysis: An introduction to its methodology (4th ed.). SAGE Publications.

Kristýna, T. (2023) Machismo – a hidden cause of violation and femicides?. Centrum Pro Lidská Práva A Demokracii. https://www.humanrightscentre.org/blog/machismo-hiddedn-cause-violation-and-femicides

Kumar, N. (2026, 7 mayo). Facebook Users Statistics 2026 – Global Data & Growth Trends. DemandSage. https://www.demandsage.com/facebook-statistics/

Lacalle, Charo; Gómez-Morales, Beatriz; Vicent-Ibáñez, Mireya (2023). "Misogyny and the construction of toxic masculinity in the Spanish Manosphere (Burbuja.info)". Profesional de la información, v. 32, n. 2, e320215.https://doi.org/10.3145/epi.2023.mar.15

Lasky. (2025). Gynocentrism | Women's Studies and Feminism | Research Starters | EBSCO Research. EBSCO. https://www.ebsco.com/research-starters/womens-studies-and-feminism/gynocentrism

Lawson, R. (2023). A dictionary of the manosphere: five terms to understand the language of online male supremacists. The conversation. https://theconversation-com.translate.goog/a-dictionary-of-the-manosphere-five-terms-to-understand-the-language-of-online-male-supremacists-200206?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=es&_x_tr_hl=es&_x_tr_pto=tc

León, V. (2025). Conoce nueve símbolos del movimiento feminista. Igualdad de género UNAM. https://coordinaciongenero.unam.mx/2025/11/conoce-9-simbolos-del-movimiento-feminista/

López, E. (2022, agosto 1). Efecto de desinhibición online: ¿somos más valientes en internet? La Mente Es Maravillosa. https://lamenteesmaravillosa.com/efecto-desinhibicion-online/

Maeso Olmos, A. (2024). Identificación y clasificación de contenido sexista en memes. Universitat Politècnica de València. https://riunet.upv.es/handle/10251/208058

Maluenda, R. (2026, 23 febrero). Qué es un algoritmo informático: características, tipos y ejemplos. Profile Software Services. https://profile.es/blog/que-es-un-algoritmo-informatico/amp/

Mansuri, A. (2025, 18 julio). What is hypergamy? Healthline. https://www.healthline.com/health/hypergamy

Mastrini, G. (2017). Economía Política de la Comunicación e Industrias Culturales: apuntes sobre su vigencia actual. Revista Internacional De Comunicación Y Desarrollo (RICD), 2(5), 139-148. https://doi.org/10.15304/ricd.2.5.3754

Mateu, P. (2025) Breve historia de Facebook: más de 20 años entre la innovación y la polémica. National Geographic. https://www.nationalgeographic.com.es/mundo-ng/breve-historia-facebook-20-anos-entre-innovacion-polemica_21537

Medina, I. (2023, 2 octubre). Hibristofilia, la atracción sexual por los criminales – Ciencia UANL. https://cienciauanl.uanl.mx/?p=12369

MIÈGE, B. (1987): The logics at work in the new cultural indutries. Media, Culture and Society, 9, pp. 273–289.

Molina . (2015). Efectividad de la publicidad en Facebook: un estudio sobre formatos y dispositivos de acceso [Trabajo de grado, Universidad EAFIT]. Repositorio Institucional EAFIT. Repository.eafit.edu.com

Molina, D. (2024, 24 enero). Historia de Facebook: nacimiento y evolución de la red social de Mark Zuckerberg. Thinking For Innovation. https://www.iebschool.com/hub/auge-y-declive-de-un-imperio-llamado-facebook-redes-sociales/

Mondragón, R. (2026, 12 abril). Incels: ¿Por qué duele el amor y la sexualidad en nuestro mundo capitalista actual? Heredad. https://www.heredadpalabras.com/post/incels-por-qu%C3%A9-duele-el-amor-y-la-sexualidad-en-nuestro-mundo-capitalista-actual

Mosco, V. (2009). The Political Economy of Communication. Sage.

Mosco, V. (2009): La economía política de la comunicación. Barcelona, Bosch.

Naveira, A. (2020, 10 agosto). Historia de Facebook: nacimiento y evolución de la red social de los (más de) 2.000 millones de usuarios. Marketing4eCommerce México. https://marketing4ecommerce.mx/historia-de-facebook-nacimiento-y-evolucion-de-la-red-social/

Novatierra. (2024, 27 agosto). Qué es la Web 4.0: inteligencia artificial y metaverso unidos – Novatierra. https://novatierra.com/que-es-la-web-4-0/

Olivera, E. (2021). Los memes y su función en la propagación de la información. En adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación, Nº23. Castellón de la Plana: Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universitat Jaume I.

ONU Mujeres. (2024, 28 junio). Por qué financiar organizaciones de mujeres previene la violencia de género | ONU Mujeres. https://www.unwomen.org/es/articulos/articulo-explicativo/por-que-financiar-organizaciones-de-mujeres-previene-la-violencia-de-genero

Ortiz. (2023). La gestión de los algoritmos publicitarios en Internet. Un caso de estudio: Facebook y Google. Doxa Comunicación. Revista Interdisciplinar De Estudios De Comunicación Y Ciencias Sociales, 36, 243-271. https://doi.org/10.31921/doxacom.n36a1713

Pangotra, A. (2024, 21 septiembre). The Algorithmic Echo Chamber: How curated content fuels Misinformation. https://cyberpeace.org/resources/blogs/the-algorithmic-echo-chamber-how-curated-content-fuels-misinformation

Pariente, E. (2021, 5 febrero). La victimización como forma de manipulación narcisista (y machista). La Tercera. https://www.latercera.com/paula/la-victimizacion-como-forma-de-manipulacion-narcisista-y-machista/

Pérez Salazar, G. (2017). El meme como recurso expresivo: un acercamiento desde los Estudios Culturales. En Pérez Salazar, G. El meme en Internet. Identidad y usos sociales (p. 99-152). México: Fontamara / Universidad Autónoma de Coahuila

Pérez Salazar, G., Aguilar Edwards, A., & Guillermo Archilla, A. (2014). Memes en internet y cultura digital. Universidad Autónoma Metropolitana.

Pérez-Salazar, G. (2017) El meme en Internet: identidad y usos sociales. México: Fontamara.https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://gabrielperezsalazar.wordpress.com/wp-content/uploads/2021/09/perez-salazar-el-meme-en-internet.-identidad-y-usos-sociales-2017.pdf&ved=2ahUKEwj7_Iqq1LmRAxXwEUQIHVIfD7IQFnoECCgQAQ&usg=AOvVaw0VqfcPrzDPHQGguu3UIIEr

Quiroga, P. (2020). La era del meme: un análisis de la sociedad posmoderna y su vinculación con la política en lo digital. Tesis de Grado. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Nacional de Cuyo.

QuirónSalud. (2024). Todo sobre la hibristofilia: la atracción por personas tóxicas. Sana-Mente:https://www.quironsalud.com/blogs/es/blogs-quironsalud/sana-mente/hibrostifiblia-atraccion-personas-

toxicas#:~:text=La%20hibristofilia%20es%20un%20fen%C3%B3meno,de%20naturaleza%20violenta%20o%20criminal

Ramírez, J., Alarcón, R., y Ortega, S.(2020). Violencia de género en Latinoamérica: Estrategias para su prevención y erradicación. Revista de Ciencias Sociales (Ve), XXVI(4), 260-275.

Real, A. (2024, 25 de marzo). 'Red pill', 'incel' y otros conceptos clave de la llamada 'manósfera'. Newtral. https://www.newtral.es/manósfera-que-es-red-pill-incel/20240325/

Redacción N+. (2026, 3 marzo). 8M: ¿Cuál Es el Significado del Pañuelo Verde y Morado? Por Esto se Usan en Marchas Feministas. N+. https://www.nmas.com.mx/sociedad/cual-es-significado-panuelo-verde-y-morado-8m-razon-se-usan-en-marchas-feministas/

RETEGUI, L. (2017): Los procesos de organización del trabajo en la redacción de un diario. Un estudio a partir del diario La Nación, en el contexto digital (1995-2013) [Tesis Doctoral en Ciencias Sociales y Humanas, Universidad Nacional de Quilmes, Argentina].

Rivera, S. G. (2025, septiembre 23). Contenido viral: ¿cómo se populariza una publicación? Beedigital. https://www.beedigital.es/tendencias-digitales/contenido-viral-como-se-populariza-una-publicacion/

Rodal, A. B., & Franco, Y. G. (2023). Manosfera:¿ Y de qué cueva salió este monstruo?. en *Misoginia online: la cultura de la manosfera en el contexto español* . Tirant Humanidades.

Ruiz, R. (2015, 15 septiembre). Requisitos para ser feminista. La Catarina. https://lacatarina.udlap.mx/2015/09/requisitos-para-ser-feminista/

Sánchez-Manzano, J.A., Sánchez-Holgado, P., Arcila-Calderón, C. (2024). Historia y evolución de los discursos de odio a través de su propagación en los medios audiovisuales durante el siglo XX. Cuadernos del Audiovisual del Consejo Audiovisual de Andalucía, (12), 49-73. https://doi.org/10.62269/cavcaa.33

Soares Matheus. (2025c, agosto 15). Desinformación en las redes sociales: ¿cómo ocurre? Politize! https://politize.org.mx/desinformacion-en-las-redes-sociales-como-ocurre/

Southern Poverty Law Center. (2025b, mayo 22). Men going their own way (MGTOW). https://www.splcenter.org/resources/extremist-files/mgtow/

Southern Poverty Law Center. (2025c, mayo 22). Pickup Artists, Alpha Males, and the Male Supremacist 'Self Help' Industry. https://www.splcenter.org/resources/extremist-files/pickup-artists-alpha-males-self-help/

Srnicek, N. (2018). Capitalismo de plataformas. Caja Negra

Strauss, A., & Corbin, J. (2002). Bases de la investigación cualitativa: Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada. Editorial Universidad de Antioquia

Sunstein, C. (2001). Republic.com. Princeton University Press.

Telefónica. (2023, 25 septiembre). ¿Qué es la Web 3.0 y cuáles son sus características? Telefónica. https://www.telefonica.com/es/sala-comunicacion/blog/que-es-la-web-3-0-y-cuales-son-sus-caract

Telefónica. (2025b, noviembre 7). Redes sociales: origen y evolución. Telefónica. https://www.telefonica.com/es/sala-comunicacion/blog/redes-sociales-origen-historia/

Terranova, T. (2000). "Free Labor: Producing Culture for the Digital Economy". Social Text, 18(2).

The Social Media Family. (2021, enero 18). Todo lo que debes saber sobre el algoritmo de Facebook [2020]. https://thesocialmediafamily.com/algoritmo-facebook/

Travers, M., PhD. (2023, 24 abril). Se necesita un enfoque de apoyo hacia la superación personal. Psychology Today. https://www.psychologytoday.com/es/blog/por-que-algunos-hombres-se-vuelven-incels

Tufano, S. (2025) ManosferaManosfera, Gaceta. https://gaceta.co/contenidos/ManosferaManosfera/

Van Dijck, J. (2016). La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales. Siglo Veintiuno Editores.

Van Dijck, José, Thomas Poell y Martijn de Waal, La sociedad de plataforma (Nueva York, 2018; edición en línea, Oxford Academic , 18 de octubre de 2018), https://doi.org/10.1093/oso/9780190889760.001.0001

Villegas, G. (2022b, diciembre 14). Men's Rights Movement: The Longstanding History of the Countermovement to Feminism — Next Gen Men. Next Gen Men. https://www.nextgenmen.ca/blog/mens-rights-movement-mra-anti-feminism

Volcánicas. (2024, 7 febrero). Sino da risa no es comedia, es acoso. Guía para identificar y abortar el humor machista. Volcánicas. https://volcanicas.com/si-no-da-risa-no-es-comedia-es-acoso-guia-para-identificar-y-abortar-el-humor-machista/

Yusupova, M. (2023). Traditional masculinity is a vague, unhelpful term we should abandon – here's why (J. Wright, Ed.). https://doi.org/10.64628/ab.xvt9cvnwh

Zabalgoitia, M. (2022). Retóricas del meme masculinista. Universidad digital y antifeminismo en tiempos de pandemia. Mitologías Hoy, 25, 68-90. https://doi.org/10.5565/rev/mitologias.834

Zallo Elguezabal, R. (2009). Economía y políticas culturales y comunicativas para el cambio social: una revisión de paradigmas. Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales, 51(206), 177-195. https://doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.2009.206.41040

Zallo, R. (2007). La economía de la cultura (y de la comunicación) como objeto de estudio. Zer: Revista de estudios de comunicación = Komunikazio ikasketen aldizkaria, 12(22), 215-234. https://addi.ehu.eus/handle/10810/40935

Zuboff, S. (2019). The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power. PublicAffairs.