

“No es un buen momento para ser hombre”: *influencers* antifeministas en la disputa hegemónica por las masculinidades en Argentina

Santiago Morcillo¹
Estefanía Martynowskyj²
Matías de Stéfano Barbero³

Resumen

En este artículo analizamos los discursos sobre la masculinidad y la performance masculina de los/as principales *influencers* antifeministas de Argentina en Youtube. Interrogamos cómo abordan las discusiones sobre el privilegio masculino, las desigualdades y violencias de género, las masculinidades “desviadas” y el uso que hacen de los “malos modos” para (re)construir la masculinidad agraviada en un contexto de crisis del orden de género en la actual avanzada de la nueva derecha populista en Argentina.

Palabras clave: *influencer, antifeminismo, masculinidad, privilegio, internet.*

Abstract

In this article we analyze the discourses on masculinity and male performance of Argentina's main anti-feminist influencers on Youtube. We question how they approach discussions of male privilege, gender inequalities and violence, ‘deviant’ masculinities and their use of ‘bad manners’ to (re)construct aggrieved masculinity in a context of crisis of the gender order in the current alt-right populism outpost in Argentina.

Keywords: *influencer, antifeminism, masculinity, privilege, internet.*

¹ Investigador Adjunto y Jefe de Trabajos Prácticos Instituto de Investigaciones SocioEconómicas (UNSJ-CONICET), Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Nacional de San Juan, Argentina santiagomorcillo@gmail.com

² Investigadora Asistente y Jefa de Trabajos Prácticos Instituto de Ciencias Antropológicas (UBA-CONICET), Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional de Buenos Aires, Argentina; Facultad de Humanidades, Universidad Nacional de Mar del Plata emartynowskyj@gmail.com

³ Investigador Asistente Instituto de Investigaciones Gino Germani (UBA-CONICET), Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Argentina matiasdestefano@hotmail.com

Introducción



Tweet *megustado* por Milei tras su conferencia en Davos en enero de 2024

Javier Milei, enfundado en su campera de cuero y coronado por su característica melena despeinada, imposta una voz grave y ronca en sus discursos donde afirma ser un león, acelera una motosierra y utiliza recurrentemente metáforas sexuales para aludir al sometimiento del adversario político, al que construye como un enemigo al que hay que someter o, directamente, exterminar. La forma en que Milei encarna la masculinidad abre una serie de interrogantes en el contexto de una reciente avanzada feminista. Su llegada a la presidencia ha sido apoyada fervientemente por una serie de *influencers* antifeministas que son parte de la reacción neoconservadora actual, y cuyos discursos sobre masculinidad, género y sexualidad son replicados y legitimados por Milei. En este trabajo analizamos estos discursos en un contexto de disputa y reconfiguración del orden de género, particularmente de las masculinidades. Para ello resulta clave reconstruir el contexto sociopolítico de los últimos años. La expansión de los feminismos, que podemos enmarcar como parte de una cuarta ola, supuso fuertes interpelaciones hacia los varones, especialmente cisgénero y heterosexuales, cuestionando diversos aspectos, dentro de los cuales la violencia y la sexualidad ocuparon un lugar importante. Sin embargo, el derrotero de estas interpelaciones resulta más complejo y, si bien una parte de las reacciones de estos varones será de intentar diversas formas de

alianza con algunos sectores de los feminismos, otra ha sido de franco rechazo y oposición a este movimiento y sus proclamas. Diversas investigaciones muestran que, globalmente, los varones jóvenes son el grupo más reactivo frente al feminismo y las políticas de género (Campbell et al., 2024; Equimundo, 2022). En Argentina, si bien no contamos aún con datos concluyentes, sí sabemos que el voto de los varones jóvenes fue determinante en la victoria de Milei (Rovira Kaltwasser et al., 2024). Estos varones vivieron en primera persona la cuarta ola feminista en Argentina, donde tanto las políticas de género del gobierno anterior, como las principales *influencers* feministas de la cuarta ola, han tendido a centrarse más en los derechos de las mujeres y la población LGBT y a relegar la posición de los varones en las relaciones de género -cuando no a considerarlos meros victimarios, privilegiados y opresores- (Vespucchi, Martynowskyj y Ferrario, 2023). En este marco, podemos pensar que luego de la rompiente de la última ola feminista y de un gobierno que buscó identificarse como tal, emerge otro opositor que capitaliza cierto malestar y se posiciona abiertamente como antifeminista, incluso haciendo una apuesta por impostar una hipermasculinización.

Aquí podemos tomar la concepción de Messner (2016) sobre las “formaciones históricas de género” como marco para comprender las reacciones de los varones tomando en cuenta las articulaciones entre las transformaciones a nivel de los movimientos sociales, las creencias socioculturales y la política económica. Aparecen entonces tres cambios sociales sustanciales e interrelacionados, que permitirían comprender el momento actual: “la institucionalización y profesionalización del feminismo; la aparición de una sensibilidad cultural postfeminista generalizada; y los cambios en la economía política, incluida la desindustrialización y el auge de un Estado neoliberal que reduce drásticamente los impuestos a las empresas y a los ricos, recorta la asistencia social y la educación públicas, y celebra el individualismo y la primacía del mercado” (Messner, 2016: 9). En nuestra lectura, nos hallamos entonces ante la crisis de una formación histórica de género -y por ende una crisis del bloque histórico de las masculinidades- que comienza con el avance de la cuarta ola y sufre una fractura con el actual backlash antifeminista.

En este contexto, la reacción antifeminista apela a la vieja noción de una masculinidad en crisis (Edström et.al, 2024) o bajo amenaza, para construir una retórica sobre los efectos que el avance del feminismo habría generado para los varones, que se consideran olvidados, perjudicados y despreciados. Según Kimmel (2019), se trata de “hombres blancos enojados”, que ante los cambios experimentan emociones como malestar, angustia y desconcierto, las cuales son traducidas como indignación y odio por algunos operadores políticos -entre ellos, los/as *influencers*-, que apuntalan la idea de que ciertos “derechos autoadjudicados han sido agraviados”⁴.

La efectividad de esta retórica se conecta al menos con dos aspectos de las masculinidades, uno estructural y otro coyuntural. Por un lado, la masculinidad, en tanto posición en las relaciones de género, es ontológicamente precaria en tanto es una posición de estatus que hay que ganarse. A diferencia de la femineidad, que es atribuida por su vínculo con la naturaleza, la masculinidad está sujeta a la validación externa. En este sentido, no es permanente, así como puede ganarse puede perderse, es difícil de alcanzar y de sostener, y debe ser defendida de las múltiples amenazas a las que se encuentra sometida. Por otra parte, la masculinidad se encuentra especialmente precarizada en el contexto actual, tanto en términos simbólicos como materiales. En lo simbólico, los varones y la masculinidad han

⁴ Kimmel (2019) se refiere a ello como “aggrieved entitlement”. La palabra inglesa *entitlement* puede ser traducida como “derecho” y como “privilegio”. Hemos optado por la formulación “derecho autoadjudicado”.

sufrido serios cuestionamientos por parte del movimiento feminista, que en su cuarta ola ha denunciado las diferentes formas de violencia que ejercen y presionado para que se hagan responsables y tomen posición. En lo material, un aspecto central en la construcción de su poder, los hombres se enfrentan a fuertes cambios en el mercado de trabajo que dificultan seriamente las condiciones para cumplir con los mandatos de proveedor y protector, y mantener estable el reclamo de la autoridad que precisa una posición masculina en las relaciones de género. No es extraño entonces que especialmente los varones de clases trabajadoras y los jóvenes se vean seducidos por la promesa de las nuevas derechas o derechas populistas, de restaurar las condiciones de posibilidad que les devuelvan el honor y el respeto cuya pérdida se atribuye al avance del feminismo y la izquierda (Pease, 2021).

Para comprender cómo opera este mecanismo es fundamental tener en cuenta ciertas complejidades. Tal como señala Gelfer (2016) lo que él llama “masculinidades populistas” incluyen distintas capas, posiciones políticas y experiencias personales. Asimismo, estas masculinidades se basan en dos dinámicas, una de oposición a sus enemigos políticos y otra que se da entre los distintos niveles en su interior. Aquí es donde los *influencers* que analizamos ocupan un lugar clave pues sus relatos y sus performances permiten conectar las experiencias de los varones individuales con la de los líderes populistas de derecha, como Trump, Bolsonaro o Milei.

En este artículo sostendremos que, en el contexto del cuestionamiento que suscitó la cuarta ola feminista sobre la hegemonía masculina (y sus previas estrategias de sostenimiento), es posible leer en las performances de los *influencers* que aquí analizamos una composición de viejas y nuevas estrategias para dar la disputa hegemónica. Nos interrogamos sobre las formas en que estas performances abordan las discusiones sobre el privilegio masculino, las desigualdades y la violencia de género, las masculinidades “desviadas” y el uso que hacen de los “malos modos” para (re)construir la masculinidad agraviada. A continuación, desarrollaremos algunas nociones y debates que son útiles para pensar qué tipo de masculinidades expresan estos discursos y performances, cómo contextualizarlas en el marco del *backlash* online, cómo situarlas respecto de las disputas hegemónicas y las posiciones tradicionales o novedosas de las masculinidades, en el marco más amplio de las transformaciones políticas regionales y globales.

Algunas herramientas para pensar las masculinidades post cuarta ola

Buena parte de la literatura considera que, así como hay diferentes feminismos, las reacciones antifeministas también presentan una diversidad de características (Blais y Dupuis-Déri, 2012; Devreux y Lamoureux, 2012; Ging y Siapera, 2019; Lamoureux y Dupuis-Déri, 2025). En nuestra región también se plantea la necesidad de pensar las especificidades de la actual reacción que algunos caracterizan como la tercera oleada de una serie de reacciones neoconservadoras (Morán Faúndes, 2023). Esta tendría como particularidad que los actores religiosos ya no ocupan un lugar central, sino que emerge una alianza compleja de actores que exceden lo religioso y se pueden encuadrar como “extrema derecha”. Los esfuerzos de las reacciones anteriores, especialmente en Latinoamérica, se concentraban en oponerse al aborto y luego a los derechos sexuales y reproductivos. En cambio, la agenda de esta tercera ola neoconservadora supone una ofensiva hacia todo aquello que aparece caracterizado como progresista o *woke*, incorporando el neologismo anglosajón.

Dentro de esta oleada también el espacio *online* ocupa un lugar especial. Por un lado, esto se liga a la importancia que los actores neoconservadores y la derecha populista dan a la

juventud, utilizando con destreza el espacio público digital para adquirir visibilidad y centralidad en el debate político (Kessler, Vommaro y Paladino, 2022). En esta estrategia emergieron los/as *influencers* de extrema derecha y/o antifeministas como una forma privilegiada de construir interpelaciones hacia los jóvenes (Morán Faundes, 2023). Por otro lado, y como venimos planteando (Morcillo, Martynowskyj y De Stéfano Barbero, 2024, 2024a, 2024b), la dimensión *online* de la reacción actual habilita un conjunto de especificidades relevantes a la hora de pensar las masculinidades.

Buena parte de los análisis de las masculinidades en la actual reacción antifeminista *online* se han enfocado sobre lo que en el contexto anglosajón se suele llamar la *manosphere* (o manósfera), compuesta por foros y sitios específicos, muchas veces anónimos, como *4chan*. Si bien esto no coincide exactamente con las características de nuestro campo, más centrado en los/as *influencers* -donde el anonimato no desaparece, pero se plantea con otra dinámica-, estos estudios aportan elementos importantes para nuestras reflexiones. Asimismo, otra característica habitual en los análisis de la manósfera es la distinción de los distintos grupos y sus características (*incels*, *pickup artists*, *MGTOW*, entre otros). Para nuestro análisis resulta más importante recordar los vínculos con las formas de politización:

si bien las masculinidades antifeministas pueden sorprender al principio por la variedad de opciones que ofrecen a los lectores para probar, jugar y evolucionar de forma independiente o comunitaria, también vienen con sus propios límites punitivos que amenazan con una vida de soledad y humillación si no se sostiene las posiciones “correctas”. Se trata de un hallazgo clave a tener en cuenta al considerar el antifeminismo como un importante paso introductorio dentro de la red digital más amplia de la *alt-right*, y en particular su importancia para los usuarios más jóvenes. (Kelly, 2017: 37)

A su vez, Ging y Sapiera (2019) han planteado que estas nuevas variantes de antifeminismo *online*, caracterizadas como parte de un “giro tóxico”, complejizan las relaciones con una masculinidad hegemónica a través de la operacionalización de tropos de victimización, masculinidades “beta” y celibato involuntario (*incels*, cuya expresión local serían los *virgos*). Estas masculinidades, que las autoras proponen pensar como híbridas, plantean cuestiones importantes sobre el funcionamiento diferencial de la hegemonía masculina *online* y *offline*, y muestran que las prestaciones tecnológicas de las redes sociales habilitan la amplificación de nuevas articulaciones de masculinidades agraviadas.

Aquí es importante detenernos un momento sobre la noción de masculinidades híbridas que nos permite comprender mejor las complejidades de las relaciones que supone la hegemonía. Demetriou (2001) acuña la idea de masculinidades híbridas complejizando la noción de hegemonía y retomando el concepto de hibridación de la teoría poscolonial de Homi Bhabha. El autor indica que la hegemonía se ejerce en una dimensión externa (los hombres sobre las mujeres) e interna (los hombres sobre otros hombres), y sugiere que la hegemonía interna puede poner en marcha un pragmatismo dialéctico y apropiarse de discursos y prácticas de las masculinidades subalternas para continuar la dominación. Esto habilita a pensar, más que en un único modelo de masculinidad hegemónica, en un “bloque histórico” que entreteje múltiples patrones de hibridación para lograr la mejor estrategia posible para sostener la hegemonía externa, siendo por ello “capaz de reconfigurarse a sí

mismo y adaptarse a las especificidades de nuevas coyunturas históricas” (Demetriou, 2001:355).

Esta mirada sobre la hegemonía masculina resulta particularmente útil para reflexionar sobre masculinidades en nuestra coyuntura. En una primera mirada, los aspectos hipermasculinos de las performances de los *influencers* que aquí analizamos nos llevaron a revisar la noción de “masculinidad de protesta” que acuñó Connell (2003). Sin embargo, la masculinidad de protesta aparece como el reclamo de varones que se sienten marginados de los beneficios del dividendo patriarcal pero no necesariamente intervienen en la lucha por la hegemonía. En cambio la noción de masculinidad híbrida habilita a leer los posicionamientos de los varones como víctimas del feminismo como una operación estratégica que les permite distanciarse de la masculinidad hegemónica pero al mismo tiempo construir jerarquías de poder e inequidad (Ging y Siapera, 2019).

Podríamos considerar que el feminismo de cuarta ola, que interpeló particularmente a las masculinidades, introdujo una nueva y particular fractura en el bloque histórico hegemónico, por lo que se abrió un escenario de disputa por la hegemonía del orden de género entre las masculinidades. En este marco es donde emerge la reacción conservadora de las nuevas derechas, que algunos autores han caracterizado como populista. El vínculo entre el populismo de derecha, el antifeminismo, la masculinidad y la victimización de los varones ha sido crecientemente estudiado a partir del ascenso político de Trump, Bolsonaro, Orbán, Duterte o Abascal (Coffee et al, 2023; Gelfer, 2016; Hakola et al, 2021; Kimmel, 2019; Pease, 2021). En estas investigaciones, los autores coinciden en que mientras el feminismo señala que los varones son privilegiados estructuralmente por el patriarcado, ellos no se sienten personalmente privilegiados sino precarizados por el sistema y amenazados por el feminismo, y se ven cada vez más representados por los discursos de las nuevas derechas populistas, que parecen sintonizar con sus intereses y prometer soluciones a sus malestares. Algunos autores han analizado al populismo como un estilo político crecientemente utilizado por las nuevas derechas en el espacio público digital, tanto por sus líderes (Pease, 2021; Vommaro, 2023) como por los *influencers* (Kessler, Vommaro y Paladino, 2022; Moffit, 2016; Osteguy, 2009). Moffit (2016) señala que estas nuevas derechas populistas digitales han construido su estilo político sobre tres ejes fundamentales: la construcción de un “nosotros” vinculado al pueblo en oposición a un “ellos” representado por la élite; la retórica de la crisis o la amenaza, y la utilización de “malos modos” (*bad manners*) que les permiten expresar y representar el malestar que sienten su público y sus votantes. Para nuestro análisis, podríamos considerar una expresión generizada de estos tres ejes, en tanto la oposición nosotros/ellos es traducida por estos *influencers* como antifeministas/feministas, en un marco de crisis o amenaza a la hegemonía de la masculinidad tradicional, y comunicada a través de una performance masculina donde los malos modos resultan centrales. A través de ellos, exageran una performatividad masculina que conecta con aquel “nosotros” bajo amenaza (“somos como ustedes y estamos enojados”), expresan la rebeldía y motorizan la ira como una emoción política que restaura la posición masculina y llama a tomar partido y pasar a la acción.

Metodología

Para esta investigación realizamos una etnografía digital (Hine 2015) multiplataformas, centrándonos especialmente en la observación no participante en los canales de YouTube de los/as principales *influencers* antifeministas de Argentina. Analizamos la producción y circulación de discursos de Agustín Laje, Danann, Roxana Kreimer, Nicolás Marquez, La

entropía de Valen (Valentina Ortiz) y Tipito Enojado. Para seleccionar los videos ponderamos el número de visualizaciones y cantidad de suscriptorxs.

Estos canales han surgido entre el 2011 y 2019, aunque la producción de contenido y la actividad ha aumentado considerablemente a partir de 2016, luego de la primera manifestación del Ni Una Menos, y del 2020, en el contexto de la pandemia de COVID-19. Los varones *influencers* que analizamos producen, además de contenido antifeminista, también discursos vinculados a las nuevas derechas, mientras que Roxana Kreimer y Valentina Ortiz no se identifican con esta vertiente ideológica. No obstante, todos los canales forman parte de una comunidad enlazada digitalmente, que comparte un público que consume contenido antifeminista y participa de los distintos canales.

Cada uno de los canales tiene un perfil discursivo y despliega una performance específica. Agustín Laje es cientista político y Nicolás Márquez, abogado, y han escrito libros cuestionando las políticas de memoria y Derechos Humanos posdictadura (o directamente reivindicando la dictadura). Ambos serían una suerte de intelectuales de derecha, pero mientras Laje se presenta como un joven intelectual díscolo, hostigado y censurado en el ambiente “progre” hegemónico por ser de derecha, Márquez asume el papel más tradicional de católico y conservador. Danann y Tipito Enojado también afirman ser parte del movimiento de la nueva derecha y encarnan más un estilo y una estética asociados a la rebeldía. En sus videos, Danann se presenta como un estilo rockero, campera de cuero y anteojos negros, y chicanea o directamente insulta a feministas y zurdxs. Por su parte, Tipito Enojado es un diseñador cuya estética está más vinculada al mundo *gamer*. En sus primeros años como *influencer* se caracterizó por aparecer en sus videos con una máscara que tapaba la mitad superior de su cara, y donde podían leerse palabras como dictador, patriarcal, binario, facho, opinólogo, hereje o loco. Los cuatro *influencers* mencionados hasta aquí han participado de actos públicos durante la campaña y el gobierno de Javier Milei.

El caso de las dos *influencers* mujeres que analizamos es diferente, en tanto si bien se oponen al feminismo, no se adscriben al movimiento político de derecha. Roxana Kreimer es filósofa y se ha dedicado a la divulgación científica en medios de comunicación tradicionales y más recientemente en redes sociales y YouTube. Se presenta como “feminista científica”, y su estilo es más sosegado que el de sus pares varones. Finalmente, Valentina Ortiz se define como activista por los “derechos de los hombres”, “liberprogre” y “feminista pero mal”. En su canal cuestiona la deriva feminista actual, que define como mujeril y victimista y es portavoz de la Asociación de Hombres Maltratados. Su discurso y estilo es más rebelde y combativo que el de Kreimer.

Para el análisis conformamos un corpus compuesto por los quince videos con mayor cantidad de reproducciones, y los complementamos realizando búsquedas temáticas sobre los tópicos analizados: “masculinidad”, “privilegio”, “desigualdad de género”, “patriarcado”, “violencia”, “aliado” y “feminista”. Luego, nos centramos en el análisis de los videos y la performance de cada *influencer*, y para su codificación y análisis organizamos los contenidos a partir de un manual de códigos y ejes temáticos sistematizados con el software Atlas.ti.

Masculinidades privilegiadas vs. masculinidades victimizadas

Los discursos antifeministas que analizamos toman forma a partir de dos ideas cuando se trata de cuestionar la perspectiva feminista sobre los privilegios masculinos: la igualdad de género es injusta y antinatural y las verdaderas víctimas del orden social -y de las feministas- son los varones.

En relación al primer punto, hallamos nociones liberales propias de las derechas políticas, que defienden una igualdad formal, es decir, de oportunidades y ante la ley, frente a una igualdad de posiciones, vinculada al lugar que ocupan los individuos en la estructura social (Duvet, 2011), y que por ello consideran que las políticas que promueven la igualdad de género son “injustas”. Así lo expresa, por ejemplo, Agustín Laje:

Lo único que hace la ideología de género es atentar contra la única igualdad que es legítima y que es justa, que es la igualdad ante la ley y atentar contra las libertades fundamentales [...] los deseos, las expectativas, las inclinaciones, todo se distorsiona a partir de querer buscar igualdad de género, la igualdad de género es una porquería (Laje, 2020, 3m30s)

Mientras que, en otros discursos, encontramos una argumentación que se desplaza de nociones como injusticia o desigualdades, hacia otras como preferencias y gustos. En este sentido, Roxana Kreimer, sostiene lo siguiente:

Hay evidencia de que en todo el mundo suelen ocuparse más las mujeres de los hijos pequeños que los varones [...] Esto no significa que a la mayoría de las mujeres les guste estar en la casa y no salir a trabajar, no estoy diciendo esto. Estoy diciendo que la mayoría prefiere trabajar a tiempo parcial, porque la mayoría son madres, y porque a muchas mujeres les gusta quedarse en su casa (Kreimer, 2020, 11m32s)

La idea de las preferencias o gustos como dimensiones transparentes que moldean las elecciones de las personas, no mediadas por capitales económicos, educativos, roles de género y trayectorias vitales, entre otros, es una constante en los discursos antifeministas. Por ejemplo, en varios videos los/as *influencers* desmienten la brecha salarial a partir de “la paradoja del género” y la explican como producto de “elecciones libres”:

Noruega es un país nórdico, reconocido por su igualitarismo [...] y se dio lo que se conoce como la paradoja del género. Hace algunos años encontraban un indicador que no les gustaba, que era el de la carrera de ingeniería, en la cual las mujeres concurrían significativamente menos que los hombres [...] Lo que hicieron fue subsidiar el ingreso femenino a ingeniería. Mientras ese subsidio existió, más mujeres se matriculaban, pero cuando lo quitaron la línea bajó a su nivel original [...] Gran parte de lo que hoy se llama la brecha salarial en verdad no resulta de injusticias arbitrarias sino de elecciones libres (Laje, 2020, 0m40s)

Cada vez más estudios muestran que allí donde hay más igualdad de género, es donde mejor pueden expresarse las diferencias de personalidad y las diferencias de preferencia. En los países escandinavos, que tienen mayor igualdad de género, es donde las

mujeres eligen carreras que tradicionalmente están focalizadas en personas y en el cuidado, porque se pagan bien y pueden elegir lo que verdaderamente les gusta (Kreimer, 2019, 13m25s)

En continuidad con la naturalización de las desigualdades de género y la caracterización de las políticas de género como injustas, emerge una representación de los varones como víctimas del orden social y de las feministas, que en algunos casos incluye una calificación de las mujeres como las verdaderas privilegiadas. Esto les permite construir al feminismo y a las feministas como una amenaza al orden de género y la masculinidad, al tiempo que habilita los malos modos, a través de agresiones, ridiculizaciones y descalificaciones, que encuentran justificación en la necesidad de defensa que arengan los/as *influencers*.

En relación a lo primero, una de las estrategias más utilizadas para apuntalar la victimización masculina es el bombardeo de datos, que apela a las cifras como elementos incuestionables y transparentes de una verdad que se pretende revelar y que se opone al encuadre feminista de los privilegios masculinos que es definido como una “opinión falsa, una mentira”:

¿Podemos sostener con seriedad que el patriarcado sea algo que hoy realmente exista en Occidente? En este video te voy a ofrecer algunos datos que van a poner en tela de juicio esa tesis”: 79% de homicidios a nivel global tienen por víctima a un hombre; la inmensa mayoría de víctimas en las guerras de la humanidad han sido hombres; la mujer tiene 5 años más de esperanza de vida que el hombre; los hombres se suicidan 3 veces más que las mujeres; los hombres son los que más sufren los accidentes laborales; entre un 75% y un 85% de las personas sin techo son hombres. ¿Qué sistema de opresión manda a los opresores a dormir a la calle o a morir al campo de batalla? [...] vos podés creer lo que quieras, podés creer el cuento del patriarcado donde el hombre siempre es el maldito de la película o podés también tener en consideración estos datos empíricos que en este video te acabo de ofrecer (Laje, 2021, 5m36s)

Nos interesa reparar menos en la manera en que las cifras son construidas, que en cómo son interpretadas, ya que el feminismo y los estudios de masculinidades históricamente han señalado que el orden de género patriarcal no afecta solo a las mujeres y disidencias sexuales, sino también a los varones a través de lo que Rita Segato ha denominado “mandato de masculinidad” (ver Connell y Messerschmidt, 2021; hooks, 2021; Segato, 2018). Desde esta perspectiva, como la masculinidad es un status o jerarquía de prestigio que requiere ser continuamente renovado, exige a los varones probarse de manera permanente y distinguirse de las mujeres o lo femenino, principalmente cercenando la expresión de las emociones feminizadas (hooks, 2021). De este modo, los varones asumen conductas riesgosas hacia sí mismos, construyen menos redes de apoyo y ejercen más violencia hacia otros.

La seriedad de las cifras convive con el tono descontracturado de la burla, que varios videos utilizan como estrategia para deslegitimar el encuadre de los privilegios masculinos. En una colaboración entre el canal de Valentina Ortiz, @laentropiadevalen y el del *influencer* antifeminista español Sergio Candanedo, @UnTioBlancoHetero, en la cual se burlan de un

test de BuzzFeed para “reconocer privilegios”, hablan de esta perspectiva como un dogma, critican la igualdad de género como “algo que nos uniformiza” e ironizan sobre lo que caracterizan como culpabilización de los varones pidiendo perdón en nombre de los hombres, de los heterosexuales y de los blancos, para terminar caracterizando irónicamente a los privilegios como pecados:

Hay algo que tenéis que aceptar y es que el simple hecho de haber nacido con pene y haber mantenido tu identidad de género masculina en el largo de tu vida te convierte automáticamente en un opresor, aunque no quieras serlo, es como el pecado original, lo llevas en la sangre (Ortiz, 2018, 29m00s)

Mientras que otros expresan la imposibilidad de reconocerse en posiciones privilegiadas, señalando la distancia entre la perspectiva estructural de la política de privilegios que repara en las ventajas de los varones como grupo y las experiencias individuales, sobre todo la de los que tienen menos prestigio, dinero y poder (Gelfer, 2016):

Vos sos varón, blanco y heterosexual ¿Tenés más riquezas que Taylor Swift? [...] ¿Tenés más poder que Barack Obama? [...] ¿Tenés más éxito que Ru Paul? [...] ¿Gozás de más popularidad que Ricky Martin? [...] ¿Tenés más influencia que Tedros Adhanom? [...] ¿Y entonces, cuáles son tus privilegios de hombre, blanco, heterosexual? ¿Vivir con tu tío en Florencio Varela? [...] Yo te acabo de nombrar una serie de personalidades de las cuales ninguna es un hombre, blanco, heterosexual, cis género, como decís vos. Todas ellas muchísimo más privilegiadas que vos y que yo, esto sí es un dato. (Dannan, 2024d, 5m01s)

La dificultad para que los varones puedan reconocerse en posiciones estructurales de poder que se distancian de sus experiencias personales y subjetivas, en algunos casos de mayor precariedad, expresa el problema histórico de las interpelaciones feministas hegemónicas hacia los varones. Desde que en la segunda ola se puso el foco sobre la dimensión política de la intimidad, algunas narrativas feministas han construido marcos interpretativos con tintes funcional-estructuralistas, privilegiando las estructuras sociales en la explicación (muchas veces de carácter unicausal) de la acción de los sujetos, que reproducirían funcionalmente los roles asignados a las posiciones que ocupan (Vespucci, Martynowskyj, Ferrario, 2023).

Otras *influencers* entienden que el sexismo lo sufren ambos sexos por igual, argumento que algunas veces termina por afirmar que quienes en realidad tienen privilegios son las mujeres:

Las mujeres han tenido desventajas a lo largo de la historia, pero los hombres también. Y hay mujeres que no sólo no viven con grandes desventajas, sino que tienen grandes privilegios. Criaron a los hijos y después no se preocuparon más por la cuestión económica, depositando todo el fardo en ellos. (Kreimer, 2021, 2m29s)

Los/as *influencers* señalan varios efectos perniciosos que tendría la perspectiva de los privilegios para pensar las relaciones de género, que acabarían con la caracterización de lo que desde el feminismo se considera la masculinidad hegemónica, como una identidad estigmatizada para la mirada antifeminista:

¿Qué pasa con los hombres en este contexto donde se nos está repitiendo hasta el hartazgo de que somos los privilegiados, los opresores, los machistas, los patriarcales? [...] Una pérdida generalizada de la autoestima, una culpa no merecida que sin embargo es asumida injustamente por el grueso de los hombres, culpa de género podemos llamarla, que los hombres la están asumiendo aun cuando ellos individualmente son buenos hombres. Ya no se mira al individuo, al individuo se le hace cargar con una culpa de un colectivo que sería la masculinidad privilegiada, y por supuesto la vergüenza de lo masculino. (Laje, 2021, 20m24s)

Este no es un buen momento para ser hombre. Ni bien abren la boca los tratan de machirulos. Si dicen un piropo les meten una multa. Si una mujer pregunta a un varón donde queda una calle y el hombre le explica lo acusan de hacer *mansplaining*. Si separan un poco las piernas en el transporte público los acusan de hacer *manspreading* [...] Si quieren coger con una mina antes tienen que hacerla firmar un “cogeré” ante escribano público, un consentimiento informado como si estuvieran a punto de entrar a un quirófano [...] Hay androfobia por donde mires, un verdadero pánico moral antimasculino [...] hoy todos los hombres son culpables hasta que no se demuestre lo contrario, es decir, que son mujeres. (Kreimer, 2021, 0m0s)

Bridges (2021) ha señalado que la creciente visibilidad de los privilegios de género y raciales, sobre todo en el contexto de la reciente expansión feminista, ha generado que varones con inscripciones ideológicas diversas y hasta opuestas, describan y experimenten a la masculinidad privilegiada como una identidad estigmatizante. Esto ha sido denominado por el autor como *masculinidad hegemónica híbrida*, “ya que opera de manera coherente con la noción de Raewyn Connell de masculinidad hegemónica como un ideal cultural que funciona para legitimar el patriarcado y las formas interrelacionadas de desigualdad social a través de medios históricamente móviles” (Bridges, 2021: 664). Las estrategias para resistirse a ser considerados privilegiados oscilan entre el reconocimiento del carácter estructural y generizado de los privilegios junto a la simultánea desidentificación de los hombres que sí serían privilegiados y la “revelación simbólica” de la inexactitud de la concepción popular de la desigualdad de género que estigmatiza injustamente a la masculinidad que no debería ser considerada como un estatus que confiere privilegios. La idea de la “culpa no merecida” de la cual habla Laje, podría encuadrarse como una combinación de ambas estrategias, ya que pretende resguardar a los “buenos hombres”, distanciándolos del señalamiento -como veremos también a continuación-, y ponerlos al margen de las estructuras de desigualdad de

género expresadas en el concepto de masculinidad privilegiada. Los privilegios son entendidos, entonces, como algo que se poseería o no se poseería individualmente, y no como “situaciones de ventaja en relaciones sociales” (Delgado, 2019).

Mientras que Kreimer, al encuadrar la política de privilegios como “androfobia”, en el sentido de un “pánico moral antimasculino”, expresa un descontento con la modulación individualista de esta política devenida en política de confesión de ventajas individuales (Smith, 2013), al mismo tiempo que oscurece las estructuras de opresión que configuran el orden de género y las subjetividades.

Finalmente, la política de privilegios, desde el punto de vista de estos/as *influencers*, sería la responsable de configurar las relaciones de género como una “guerra de los sexos” contraria a la “complementariedad” que es presentada como natural:

Las mujeres se inflaman de resentimiento porque se les dice que son víctimas de injusticias provocadas por el sexo masculino, adquieren desconfianza en sus relaciones con el sexo masculino y además terminan con miedo a abrirse a la complementariedad de los sexos. Han hecho de los sexos no una relación complementaria, sino una relación de guerra con este tipo de mentiras de la supuesta masculinidad privilegiada. (Laje, 2021, 22m02s)

Los hombres que no deberíamos ser

Tal como suele suceder con los discursos sobre masculinidades, entre los/as *influencers* que analizamos no suele estar presente el señalamiento explícito del camino que los hombres deben tomar para ser masculinos, pero sí quedan claros los senderos por los que no se deben desviar. A continuación mostraremos estos señalamientos, que van desde algunos que han circundado la masculinidad hace siglos hasta otros que toman aires más novedosos.

Como ha sucedido históricamente, la homosexualidad es uno de esos senderos desviados para los varones, sin embargo, las advertencias al respecto se han hecho de distintas formas. En algunos casos aparece una versión muy levemente *aggiornada* de la patologización de la homosexualidad. Por ejemplo, el abogado Nicolás Marquez hace una defensa de las terapias de conversión explicando que:

No son terapias de conversión son terapias de afirmación de la sexualidad a la cual uno pertenece, cuando uno tiene una tendencia en desacuerdo con su biología, con el orden natural, con su tendencia para la cual fue diseñado, y tiene un gusto ajeno y una tendencia, una... una... propensión ajena al orden natural, a su situación biológica, entonces no es terapia, no hay que convertir nada, hay que afirmar su naturaleza. Fíjate cómo la ideología de género miente ante las palabras constantemente para engañar a la opinión pública (Márquez, 2023, 5m17s).

Sin embargo, la apelación a la biología queda atrás cuando en este mismo video, apenas unos minutos más tarde, mientras va elevando el tono y gesticulando cada vez más ampulosamente Marquez exclama: “[la terapia de conversión] no es una tortura una sesión

psicológica o terapéutica, la tortura es ser homosexual (11:20)". Para luego exponer, como ha hecho en reiteradas oportunidades, una lectura singular de un conjunto heteróclito de datos que le permiten afirmar que los homosexuales tienen más tendencia contraer enfermedades de transmisión sexual, a la drogadicción y al suicidio. Esta mirada patologizante utiliza el tono masculino de la racionalidad y la investidura científica para decir que la homosexualidad es una amenaza para la salud pública. En este video la defensa de las terapias de conversión y la crítica de su prohibición, se articula con otra retórica muy usada en los movimientos antigénero, la protección de los niños y la familia:

Yo voy a llevar a mis hijos a los clínicos, a los médicos y a los profesionales que a mí se me canta, sin que ningún prepotente energúmeno venga a decirme a mí cómo tengo que educar yo a mis hijos ¡Quién es la ONU y sus... sus... títeres para decirme a mí a dónde y a dónde no debo llevar a mis hijos! (Márquez, 2023, 19m37s).

Lo que nos importa destacar aquí es que lo que invoca Marquez es el derecho a la patria potestad, el antiguo derecho del *pater familias*. Así, pasa de patologizar la homosexualidad a una reivindicación a la autoridad masculina y paternal, por sobre el poder estatal o de los organismos internacionales. Si la estigmatización de la homosexualidad es un viejo libreto de la masculinidad, sus nuevas puestas en escena echan mano de argumentos que van de la modernidad (pretendidamente) científica hasta al derecho romano.

Otra forma en que se advierte sobre los caminos que los varones no deben tomar es la construcción de una imagen deteriorada de las personas trans. Si bien la patologización junto a la ridiculización son los mecanismos más habituales, la cuestión de las competencias deportivas da a Tipito enojado una nueva oportunidad para continuar la degradación:

Las consecuencias van a ser que las mujeres terminen siendo desplazadas de sus propios deportes, ya que en el mundo hay más hombres practicando deportes que mujeres, lo cual significa que hay más hombres que pueden fracasar en su sueño como por ejemplo ser medallista olímpico y pasarse a la categoría femenina. Según *Balance in sports* un organismo de la Unión Europea, los hombres tienden a participar en actividades de deporte competitivo un 20% más que las mujeres. En otras palabras, no es solamente una diferencia física, sino también psicológica, los varones tienen una mayor predisposición a competir que las mujeres y el espíritu de competencia es una de las características más cruciales para crecer en cualquier deporte (Tipito Enojado, 2022, 6m22s).

Aquí, hablando de las competencias deportivas, un tema al que dedica más de un video, caracteriza a las mujeres trans como hombres fracasados y al mismo tiempo toma los datos sobre participación en los deportes competitivos para convertirlos en una "diferencia psicológica" que naturaliza el "espíritu de competencia" de los varones. En el mismo video adiciona a la idea de fracasados, la de mentirosos y ventajistas "decir que se sienten algo que no son para conseguir cosas se llama mentir, como Sergio que cambió de género a los 60

años para jubilarse antes” y da varios ejemplos de trans que aprovecharían su transición para sacar ventajas o incluso violar a mujeres en la cárcel.

Este último punto nos permite conectar con otro señalamiento, que constituye en realidad la búsqueda de una desidentificación con los “hombres violentos” o los “violadores”. En uno de sus videos más vistos Tipito Enojado relata con indignación que hubo un paso extra en el feminismo que pasó de atacar a los machistas a hacerlo con todos los hombres, algo que expone con su análisis de un video corto titulado “Los hombres no lloran”. Según él, hace apenas unos años:

vos podías estar en la marcha o ver la marcha y escuchar como una mina gritaba “muerte al macho” y decir “bueno yo no soy machista así que no me siento identificado”, pero esto ya no es más así, todo este video usa palabras como hombre, varón y las relaciona con adjetivos espantosos como insensible, violento, están todas acá en la pantalla y eso es porque nos quedamos callados, no hicimos nada ya nos pasaron por arriba (Tipito Enojado, 2019, 9m5s).

En la misma línea, Danann dedica su video “Muer7e al macho” a distanciar la figura del violador de la del “hombre común”, que “no es alguien masculino” o “macho”, y de la relación que sugieren algunos discursos feministas entre masculinidad, violencia y complicidad. Allí afirma que “El violador no es un hombre común, el violador no es alguien masculino, no es un macho, no es alguien a quienes los hombres miremos y digamos: “¡Que macho, que buen trastornado sociópata, cómo violó a una mujer!” (Danann, 2018, 3m25s). Más adelante nos explica que el problema es justamente la ausencia de la figura masculina:

El problema no es la figura masculina, sino más bien la falta de esta. Claramente no es el hombre común el responsable, claramente no es el hombre criado por figuras masculinas predominantes el responsable de la agresión sexual. Es un sociópata cobarde, acomplejado, trastornado, conflictuado, angustiado, con tipología de delincuente y predisposición genética. No nos dejemos engañar más por una ideología o por un movimiento que nos quiere hacer creer que los responsables de la agresión sexual de la violación y del feminicidio somos los hombres comunes y corrientes y mentalmente saludables (Danann, 2018, 8m06s)

Frente a la idea de que las violaciones las cometen “hijos sanos del patriarcado”, como plantea un slogan feminista, aquí Danann intenta preservar al hombre común y masculino oponiéndolo a una imagen del “violador” construido a partir, una vez la patologización. Más allá de las dificultades que pueden tener los intentos por traducir en reflexiones aplicadas a las vidas cotidianas de los varones las lecturas desde una perspectiva estructural sobre las asimetrías de género y el papel de la violencia, aquí resulta evidente cómo las reacciones de estos *influencers* movilizan elementos que tratan de reivindicar un estilo de masculinidad. Frente a una identificación de los varones con la violencia y la insensibilidad, lo que se produce es la ira, el enojo y la indignación. Como ya hemos planteado (Morcillo, Martynowskyj y De

Stéfano Barbero, 2024a), estas emociones no solo masculinizan, sino que también pretenden involucrar a las audiencias en una politización que encuentra como enemigo al feminismo.

La dificultad de construir las mediaciones necesarias para interpretar las lecturas más estructurales, las metáforas y los slogans de los feminismos se transforman en una oportunidad para construir una crítica generalizada hacia “estas cosas” amalgamadas bajo el rótulo de ideología de género. Al analizar una “charla de género” Tipito Enojado concluye que la supuesta confusión del buen padre de familia con el violador justifica la furia

creamos una retórica donde el hombre es asesino por ser hombre, entonces no es joda que alguien [...] vaya a Córdoba, Rosario, Gálvez, que fue mi ciudad, [...] y se lo haya pagado en la mayoría de los casos el estado con tus impuestos, vos. Así que si sos papá o mamá no seas tan pelotudo de creer que estas cosas son inocentes porque es tu hija la que mañana te va a mirar con miedo. Gracias por ver hasta el final, para mí fue muy fuerte escuchar esta charla, pero muy fuerte, me enojé estando ahí, me enojé mientras lo editaba, me enojé haciendo esto (Tipito Enojado, 2021, 28m02s).

Al cerrar el video dice visiblemente enojado y a los gritos, que hizo videos pequeños para que los viralicen y que así “¡ningún intendente se anime nunca más a participar en esta clase de basura!” (Tipito Enojado, 2021, 28m02s). Las formulaciones poco matizadas que plantean las relaciones entre masculinidad, violencia y parentesco con una retórica de “predica entre conversos” no sólo se torna inaudible para otros públicos sino que habilitan las respuestas iracundas. Esta reacción será más fácilmente convocante que el incómodo reconocimiento de la proximidad entre la masculinidad y la violencia. Así el “hombre violento” como un enfermo, anormal y el opuesto del buen padre de familia queda consolidado nuevamente y pone a salvo a todos los que habitan entre ambos.

Tal vez el más novedoso del elenco de los hombres desviados y rechazados en los discursos de estos/as *influencers* es el “feminista”. Este neologismo sirve para designar a los varones, especialmente cis y heterosexuales, que se consideran aliados o directamente miembros del movimiento feminista. Las connotaciones desvalorizantes que tiene este término, considerado como una pérdida de dignidad de los varones según Valentina, quien agrega que “ahora que parece que los hombres tienen que ser sensibles, decir que sí a todo y hacerle caso a su mujer y que ella diga todo lo que hay que hacer y ellos simplemente entregarse”, e interpreta que los espacios que buscan deconstruir a los varones los pueden hacer ver como “maricones”. Tipito Enojado (2019, 9m54s) es más enfático aún: “algo que me resulta patético son estos feministas que creen que son buena gente por defender esta causa y que van a ser recibidos por el feminismo con sus brazos abiertos”.

Probablemente la característica más destacada de la figura del “feminista” es que no solo es visto como un varón emasculado e indigno en los discursos antifeministas, sino que buena parte del feminismo reproduce este uso peyorativo del término utilizándolo para señalar la falsedad de la adhesión de los varones al movimiento. Bajo esta óptica los “feministas” -o “aliades”, otro término también ridiculizante- son aquellos varones que se acercan al feminismo, o peor, se autodenominan como parte del mismo, de manera oportunista, o directamente como farsantes que encubren su violencia con una retórica vacía. Este punto resulta muy efectivo para producir una interpelación que descalifica o siembra sospechas

sobre los intentos de todos los varones por aproximarse al feminismo. Para graficar este punto Tipito Enojado plantea: “¿saben lo que opina el feminismo de los feministas? Bueno, no te voy a decir yo, te lo va a decir una feminista” y muestra un video de una artista que explica “para que no digan que los dejamos afuera, les hice una canción, se llama ADENTRO” y canta: “vos que sos hippie y artista, y bancás el poliamor, militante feminista que siempre alzaste la voz por los derechos del pueblo, vos te decís deconstruido pero por fuera de facebook parecés el enemigo” (Tipito Enojado, 2019, 10m22s). Luego, concluye lógicamente:

las feministas no quieren feministas, ¿entendés? no nos quieren en su movimiento, de hecho, cuando hablamos de feminismo nos dicen que no tenemos derecho a hablar, así que ¡si querés castrarte hay maneras que dan mucha menos vergüenza ajena que colgarse una correa verde! (Tipito Enojado, 2019, 10m30s).

Así queda claro que el mero intento de hablar sobre feminismo o, peor aún, buscar identificarse con las luchas del movimiento significan una traición y un engaño, la castración humillante donde el pañuelo verde, símbolo de la lucha por el aborto, transforma a los varones en perros obedientes. La ridiculización en ambos frentes supone una retroalimentación que pone a los varones heterosexuales en una encerrona donde parece que deben decidir entre soportar ser denostados o evitar cuestionarse y volver a reivindicar una masculinidad patriarcal.

Hipermasculinidad y malos modos

Finalmente analizamos cómo los *influencers* antifeministas varones encarnan sus posiciones masculinas en las relaciones de género, y cómo performan sus discursos y estéticas a través de “malos modos” (*bad manners*), un aspecto central del estilo político de la extrema derecha populista⁵. Además este estilo permite construir una performance hipermasculina que exalta los rasgos de dominancia y agresividad. El estilo de comunicación resulta clave en la política contemporánea dominada por los nuevos medios y las redes sociales (Moffit, 2016). Esto es algo bien capitalizado por los *influencers* antifeministas que dominan hábilmente estilos polémicos y descontracturados, y les permite “erigirse en voces alternativas a los consensos culturales y de corrección política de época, en especial en materia de género, así como aumentar su visibilidad en redes (Kessler, Vommaro y Paladino, 2022:657).

En gran parte de los videos que analizamos, podemos encontrar que sus intervenciones son presentadas en el marco de escenarios de conflicto con sus interlocutorxs. Aquí, la noción gramsciana de “batalla cultural” a la que apelan frecuentemente, adquiere una dimensión performática. Por ejemplo, Laje y Márquez suelen titular sus videos aludiendo a que enfrentaron, desenmascararon, burlaron, domaron, atacaron, destruyeron o destrozaron a sus interlocutorxs. Danann también suele titularlos aludiendo a lo brutal o salvaje de sus intervenciones, en las que dice humillar o dejar llorando a las “zurdas feministas” con las que

⁵ En este apartado analizaremos únicamente las performances de los *influencers* varones y su estilo discursivo vinculado a los malos modos, pero lo cierto es que no es algo que se limite a los varones. De hecho, estudios como los de Hakola et al. (2021) o Zahay (2022) muestran que las mujeres forman parte activa -aunque minoritaria- de la retórica y estilos del antifeminismo y de la nueva derecha populista. En nuestro trabajo de campo, encontramos que Valentina Ortiz suele recurrir a insultos y gritos en su discurso, mientras que Roxana Kreimer es la única excepción, ya que su estilo es más sosegado y académico, y suele recurrir al humor en sus videos.

discute. Además, suelen recurrir directamente al insulto en sus discursos. Tipito Enojado se refiere a lxs investigadorxs de CONICET que se dedican a estudiar cuestiones de género o sexualidad como “hijos de puta” (Tipito Enojado, 2021a, 04m14s), mientras Márquez los llaman energúmenos (Márquez en Laje y Márquez, 2023, 12m07s). Por su parte, Danann, en uno de sus videos donde cuestiona el discurso de otro video donde una joven explica de qué se trata “el pacto entre varones”, dice:

¿Una nueva masculinidad? Una nueva colimba⁶ habría que construir. Bueno, lo que dice esta gordita disfrazada del Duki [...] Escuchame una cosa gorda hija de puta, desempleada, disfrazada de Justin Bieber, ¿se piensan que estamos todo el día pensando en cómo matar travestis? (Danann, 2022, 04:35)

Además, Danann suele ilustrar sus videos con miniaturas donde puede vérselo en su característica performance de rockero, con anteojos negros y enfundado en una campera de cuero, tranquilo y confiado frente a los debates “épicos” donde deja “humilladas” o “llorando” a las feministas con las que dice discutir⁷, presentadas recurrentemente como mujeres gordas visiblemente enojadas.



Imagen de la miniatura del video “Feminista es HUM1LL4DA en vivo (DEBATE ÉPICO)”

En ese video, Danann (2024, 1m34s), mantiene la siguiente conversación con un oyente - real o ficticia-:

⁶ Nombre coloquial con el que se conoce en Argentina al servicio militar obligatorio, abolido en 1994.

⁷ Nos referimos a que Danann *dice* discutir con feministas en su programa de radio porque él mismo ha reconocido en al menos una oportunidad que una de las mujeres con las que solía discutir (Marla), era un personaje creado (interpretado por Lilia Lemoine, actual diputada nacional por La Libertad Avanza, el partido del presidente Javier Milei) para mostrar que “las conspiraciones son posibles”, que “que hay gente capaz de defender cualquier estupidez por más ridícula que sea siempre que ésta vaya con su línea ideológica” y que “hay mucha gente con la capacidad de raciocinio y discernimiento totalmente anuladas”. (ver Danann, 2018a).

Marcela: Me imagino que te acordás de mí porque ya hemos debatido infinidad de veces.

Danann: Claro que me acuerdo de vos, Marcela, a diferencia de todos los hombres que han pasado por tu vida, yo sí me acuerdo de vos.

Marcela: ¿Vos qué sabés qué tipo de hombres tengo yo en mi vida?

Danann: Apostaría todos mi ahorros a que no tenés un padre presente.

Marcela: Mirá, mi papá se murió cuando yo era una nena.

Danann: Se murió de vergüenza [se ríe]

En este extracto se condensan al menos tres ideas. En primer lugar, que las mujeres feministas son olvidables para los varones con las que se relacionan. En segundo lugar, si como hemos mencionado antes, Danann atribuía la falta de figura masculina o paterna en la infancia a la comisión de delitos sexuales, ahora también la atribuye como causa del feminismo de las oyentes con las que dice debatir. En tercer lugar, Danann agravia a su oyente burlándose de la supuesta muerte de su padre y dando a entender que las feministas serían una vergüenza para sus padres.

Siguiendo las propuestas de Ostiguy (2009) y Moffit (2016), consideramos estos “malos modos” como un estilo político particularmente vinculado a lo “bajo” de lo político, no entendido negativamente, sino vinculado a un conjunto de prácticas y estilos “populares” que incluyen argot, gestos, insultos, lenguaje corporal y vestimenta particulares. Estas performances buscan interpelar por imitación y representación a aquel “nosotros” olvidado, excluido y desoído por la relación institucionalizada entre feminismo y Estado: los varones cisheterosexuales, particularmente los jóvenes. De acuerdo con Moffit (2016), este estilo político populista incluye la dramatización de la amenaza y la crisis, y una apelación a las emociones y al sentido común, aspectos que son especialmente desarrollados a través del uso de las nuevas tecnologías, las redes sociales y las plataformas de *streaming*, donde nuestros actores analizados concentran sus prácticas y público.

Sin embargo, como veremos, este repertorio de estilos y prácticas discursivas no excluyen algunos aspectos de lo “alto” de lo político, asociado al lenguaje e impostura fría y tecnocrática de la élite (Ostiguy, 2009), sino que pueden integrarlo estratégicamente para interpelar más efectivamente a cada uno de los públicos a los que se dirigen. Por una parte, estos *influencers* suelen presentarse como los únicos que debaten con datos, argumentos, siguiendo la lógica y defendiendo un discurso verdaderamente científico (Morcillo, Martynowskyj y De Stéfano Barbero, 2024b). Así se expresaba Danann en una entrevista en la televisión abierta:

Yo siempre hablo con datos, con argumentos, debato [...], nadie va a llevar a una persona a dar una conferencia si su discurso es agresivo, de odio. [...] Hay que dejar de decirle discurso de odio a los datos (Danann, 2024a, 29m25s).

Sin embargo, como hemos visto, suelen performar corporal y discursivamente respuestas que interpelan aspectos más emocionales, vinculados a la ira y el odio, incluso paradójicamente con la violencia que atribuyen únicamente a los hombres “desviados” y “criminales”. Esta contradicción y simultaneidad en sus discursos puede notarse

especialmente cuando se analizan los contextos en los que tienen lugar. En sus canales de YouTube, donde le hablan a su público seguidor, replican aquellas formas de las que rehuyen en las entrevistas televisivas o en canales de *streaming* donde la audiencia es más general, y frente a quienes despliegan discursos más mesurados. Por ejemplo, Danann dice en una entrevista en un canal de *streaming* político que “habría que bajar el tono del debate de parte de todos” (Danann, 2024b, 1h29m45s), pero en el recorte de esa entrevista que sube a su canal titula “Danann doma salvajemente a 2 periodistas progres” (Danann, 2024c). De esta manera, alternan estratégicamente entre un estilo sosegado y racional para interpelar a un público general, y un estilo agresivo e hipermasculino para conectar con su propio público, más preocupado por el avance del feminismo y la amenaza a la masculinidad en la que centran sus discursos. Podemos considerar que su público conecta mejor con estas performances masculinas siguiendo la propuesta de Willer et al. (2013) relativa a la “sobrecompensación masculina”. De acuerdo con su estudio, los hombres que sienten su masculinidad amenazada tienden a hacer demostraciones extremas de su masculinidad que pueden incluir retóricas belicistas, actitudes homofóbicas, adhesión y deseo de las lógicas jerárquicas y creencias vinculadas a la superioridad masculina. No es extraño entonces que el público de Danann y los *influencers* que analizamos se sientan interpelados y conecten con un estilo discursivo y corporal que representa sus emociones y posiciones en las relaciones de género.

Reflexiones finales

Hemos analizado las performances y los discursos sobre masculinidad que aparecen en algunos de los/as principales *influencers* antifeministas en Argentina, a partir de tres ejes: la victimización o la construcción de una narrativa que busca poner en cuestión la idea de que los varones tienen privilegios; la vuelta del señalamiento de las formas de masculinidad “desviada” como camino para apuntalar un modelo más tradicional y la emergencia de un estilo político que construye una interpelación apelando tanto a la emocionalidad como a performances hipermasculinizadas. El análisis de estos tres ejes en el contexto sociohistórico más amplio nos permite pensar que, frente a la fractura que introduce la cuarta ola del feminismo en el bloque histórico de la masculinidad, se abre una disputa por la hegemonía en el orden de género, que el crecimiento de las nuevas derechas profundiza. Entonces, algunos de los elementos analizados suponen una relegitimación de ciertos aspectos de una masculinidad patriarcal: la existencia de un orden natural basado en la complementariedad de los sexos, la legitimidad de unas desigualdades que no estarían basadas en un orden de género injusto sino en “gustos y preferencias” diferentes, la predisposición de los varones a competir, la homosexualidad como una desviación del orden natural, la reivindicación de la paternidad como patria potestad, cuya figura presente evitaría “desvíos” (como ser delincuente o feminista/o). Sin embargo, no creemos que la lectura más potente de estos elementos sea situarlos como un mero regreso de una vieja masculinidad. Un primer punto que permite leer una novedad aquí es el medio por el que circulan estas performances, pues el espacio *online* habilita a una diseminación que no solo es hiper veloz, sino que permite a los/as *influencers* construir interpelaciones que apuntan más directamente a las experiencias personales de los varones, por contraste con el discurso feminista que solo los nombra en tanto parte de una estructura. Además, otros puntos permiten pensar en estrategias combinadas donde la hibridación podría tener algún papel, por ejemplo en la incorporación de algunas lógicas postfeministas como forma de combatir al feminismo contemporáneo - especialmente la idea de que la igualdad legítima es la igualdad formal ante a la ley, algo que

ya se habría logrado hace tiempo- (Morcillo, Martynowskyj y De Stéfano Barbero, 2024). Este último punto dispara un interrogante sobre la temporalidad de estos posicionamientos, pues si bien era frecuente verlos en los videos y contenidos que comenzaron a circular en los momentos más álgidos de la avanzada feminista, este no parece ser el caso en la postpandemia y muchos menos, el clima muchos menos, el clima tras la asunción de Milei, donde prima una postura antifeminista radicalizada. De todas formas, nuevamente la circulación en internet, construye una temporalidad compleja pues estos videos siguen disponibles, circulan y son comentados actualmente. No obstante, otro elemento que notamos como emergente sí aparece constante y sostenido en el tiempo: los rasgos hipermasculinizados y el estilo agresivo en las performances de los *influencers* (especialmente entre los varones). Si a comienzos de la década pasada algunos advertían que las vertientes más peligrosas de antifeminismo eran aquellas que adquirían un semblante más amable (Messner, 2016) este no parece ser el caso en nuestro contexto, donde el recurso a las malas maneras se va tornando un elemento cada vez más central en el discurso político en general y antifeminista, de manera puntual.

En una primera mirada, tanto estos rasgos hipermasculinizados en las performances -que vemos presentes tanto en los *influencers* que aquí analizamos como en Milei- como los reclamos presentes en sus discursos podrían llamarnos la atención como “masculinidades de protesta” frente a la crisis de la masculinidad. Sin embargo, no se limitan a la queja, ni se ubican como víctimas u *outsiders* pasivos, sino que avanzan construyendo el marco de sentido para una lucha por la hegemonía. Un elemento central en esta lucha es la construcción del feminismo como una amenaza, en una propuesta donde los malos modos, la ira y la hipermasculinidad son herramientas para movilizar políticamente a los varones hacia una relegitimación de la masculinidad patriarcal y la deslegitimación de alternativas “desviadas”.

En este punto, es importante decir que los elementos que el discurso antifeminista sitúa como perjudiciales para los varones (muertes violentas, accidentes de trabajo y de tránsito, abandono escolar, etc.) son una preocupación central de los estudios de masculinidades que forman parte del feminismo. Si bien éstos han adquirido cierta visibilidad en la cuarta ola feminista, lo cierto es que continúan siendo marginales, especialmente para el feminismo *mainstream* o aquel ha tenido más protagonismo en la cuarta ola. Lo cierto es que la cuestión de los malestares de los varones ha quedado entrampada en una lectura que los considera como parte de los costos que deben pagar los varones por ser privilegiados en las sociedades patriarcales. Sin embargo, parece ser un desafío pendiente para el feminismo local contemporáneo articular teórica y políticamente la simultaneidad y contradicción entre la construcción del poder social de los varones y su experiencia individual de dolor (Kaufman, 1995), las formas en las que son perjudicados por el patriarcado y su pedagogía de la crueldad (Segato, 2017), o las formas sumamente desiguales -o nulas- en las que se benefician del orden de género si se consideran variables como clase o raza (hooks, 2021). Pensando en un nivel de análisis diferente, pero cercano al que aquí abordamos, pueden plantearse nuevos interrogantes. Si en las performances de los *influencers* que analizamos hay una articulación de sentidos que busca explícitamente construir una oposición al feminismo, las resonancias de estos problemas a un nivel menos orgánicamente antifeminista no operan necesariamente de la misma forma. Siguiendo estas ideas, cabe interrogarnos sobre cómo algunos de los reclamos de los varones, que los *influencers* recuperan a través de la estrategia de la victimización, han sido también rápidamente codificados por algunos sectores feministas en redes sociales como *male tears* (lágrimas masculinas), y desoídos o ridiculizados. Asimismo,

la apelación masculina al hashtag *notallmen* (no todos los hombres) para expresar que no todos los varones son machistas, violentos u opresores -que en la clave interpretativa de los *influencers* es el fundamento de una diferencia inapelable entre los “violentos” y los “buenos hombres”- es instantáneamente leída por algunos feminismos como un intento de desresponsabilización de los varones. Sin embargo, cabría considerar estos tropos no sólo como un intento individual o una estrategia política del antifeminismo, sino como una muestra de las complejidades que supone conectar la mirada estructural feminista con formas de interpelación que cuestionen la relación de la masculinidad con la violencia o la opresión, sin caer en perspectivas excesivamente esquemáticas que excluyan la experiencia de los varones y su malestar. En este sentido, podríamos considerar una oportunidad política perdida dejar que los discursos antifeministas se apropien de quienes pueden introducir matices o críticas que son desestimadas de plano porque se les atribuye complicidad con el patriarcado.

Esta dificultad para construir consensos mayoritarios que incluyan a los varones puede verse también en la posición de los “feministas” o “aliades” cuya imposibilidad en los marcos de inteligibilidad contemporáneos emerge en la ausencia de un término que pueda nombrar a los varones dentro del feminismo sin una connotación peyorativa o ridiculizantes. Como vimos, estos varones aparecen para buena parte del feminismo como motivados por obtener un rédito del movimiento o directamente como machistas encubiertos, o para el antifeminismo como varones “desviados” o “arrastrados” y humillados. Aquí hemos descrito un conjunto de elementos que muestran estrategias para la disputa hegemónica diferentes de aquellas criticadas por Demetriou con la idea de hibridación, pero también profundamente distintas a las de la “nuevas masculinidades” concebidas como un recurso identitario vano frente a las desigualdades estructurales, como señala Azpiazu (2017). La crítica de esta nueva estrategia y la posibilidad de recuperar el terreno perdido demandan, por un lado, la cautela frente a la reproducción de binarismos que reifiquen la mirada sin lugar para las tensiones entre las experiencias personales -que oscilan entre el poder y su ausencia-y sus posiciones de sujeto, estructuradas por distintas variables donde el género no ocupa necesariamente el lugar central. Sobre este punto, en el contexto del trumpismo en EEUU, Pascoe (2017) sugiere que algunas formas de oposición a su retórica masculinista construyen una imagen de “hombres decentes”, frente a los trumpistas como “malos”. Una retórica similar podría estar ocurriendo en Argentina, donde para convocar a votar contra Milei se decía “votá al hombre normal”, o donde se interpela a la mayoría de jóvenes que votaron y apoyan a Milei como antifeministas sin más. Finalmente, por otro lado, es importante retomar el llamado que Connell y Messerschmidt (2021) hicieron hace casi dos décadas -y que hoy adquiere más relevancia aún- sobre la necesidad de pensar en la posibilidad de concebir una hegemonía positiva. En tanto este llamado siga sin hallar eco, las que continuarán teniendo el terreno allanado serán las estrategias de reconstrucción de una masculinidad patriarcal -potenciadas con nuevos elementos-, como las que aquí analizamos.

Bibliografía

- Azpiazu, J. (2017) *Masculinidades y feminismo*. Barcelona: Virus.
- Blais, M. y Dupuis-Déri, F. (2012). "Les masques de l'antiféminisme : "crise de la masculinité", "masculinisme" et "pro-féminisme libéral"". *European Women's Voice*, automne.
- Bridges, T. (2012). Antifeminism, Profeminism, and the Myth of White Men's Disadvantage. *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, vol. 46, no. 3, pp. 663-688.
- Campbell, R.; May, G.; Duffy, B.; Skinner, G.; Gottfried, G. y Hewlett, K. (2024). *Emerging tensions? How younger generations are dividing on masculinity and gender equality*. <https://doi.org/10.18742/pub01-167>
- Cofee, H.; Fraile, M.; Alexander, A.; Fortin-Rittberger, J. y Banducci, S. (2023) "Masculinity, sexism and populist radical right support". *Frontiers in Political Science* 5:1038659.
- Connell, R.W. (2003). *Masculinidades*. México: PUEG.
- Connell, R. y Messerschmidt, J.W. (2021). "Masculinidad hegemónica. Repensando el concepto". RELIES. Revista del Laboratorio Iberoamericano para el Estudio Sociohistórico de las Sexualidades, nº 6. Traducción de M. De Stéfano Barbero y S. Morcillo. <https://bit.ly/3yoOLHk>
- Delgado; L. (2019) ¿Existen los privilegios masculinos? El Salto. Disponible en https://www.elsaltodiario.com/opinion/existen-los-privilegios-masculinos-?fbclid=IwAR3EK5cW4RX1o_zkSOLPipHymHqzi879cxti2vX_irJcMY9H1W4qhKm5qlo
- Demetriou, D. (2001) Connell's concept of hegemonic masculinity: A critique. *Theory and Society*, 30, pp. 337-361.
- Devreux, A. & Lamoureux, D. (2012). Les antiféminismes : une nébuleuse aux manifestations tangibles. *Cahiers du Genre*, 52, 7-22. <https://doi.org/10.3917/cdge.052.0007>
- Duvet, F. (2011) *¿Por qué preferimos la desigualdad aunque digamos lo contrario?* Buenos Aires: Siglo XXI.
- Edström, J. Greig, A., Skinner, C. (2024). Patriarchal (Dis)orders: Backlash as Crisis Management. *Signs*, Volume 49, Number 2, pp. 277-309.
- Equimundo (2022). *The International Men and Gender Equality Survey: A status report on men, women, and gender equality in 15 headlines*. Washington, DC: Equimundo. https://www.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/International%20Men%20%26%20Gender%20Equality%20Survey%20%28IMAGES%29%20Global%20Report%202022_EN.pdf
- hooks, b. (2021). *El deseo de cambiar. Hombres, masculinidad y amor*. España: Edicions Bellaterra.
- Laclau, E. (2009) "Populismo: ¿qué nos dice el nombre?". En Panizza, F. (comp.) *El populismo como espejo de la democracia*, pp. 51-70. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Lamoureux, D. y Dupuis-Déri, F. (2015). *Les antiféminismes: analyse d'un discours réactionnaire: Les Éditions du remue-ménage*.
- Gelfer, J. (2016) *Populist Masculinity: What It Is, and How To Beat It*. <https://www.pastemagazine.com/politics/donald-trump/populist-masculinity-what-it-is-and-how-to-beat-it>
- Ging, D. y Siapera, E. (2019). *Gender Hate Online. Understanding the New Anti-Feminism*. Dublin: Palgrave MacMillan.
- Hakola, O.; Salminen, J.; Turpeinen, J. y Winberg, O. (eds.) (2021) *The culture and politics of populist masculinities*. London: Rowman & Littlefield.

- Hine, C. (2015). *Ethnography for the Internet: Embedded, Embodied and Everyday*. London: Bloomsbury Academic.
- hooks, b. (2021) *El deseo de cambiar. Hombres, masculinidad y amor*. Barcelona: Bellaterra.
- Moffitt, B. (2016). *The global rise of populism: Performance, political style, and representation*. Stanford: Stanford University Press.
- Morán Faúndes, J. M. (2023). La tercera ola neoconservadora en Latinoamérica: ofensivas contra los derechos sexuales y reproductivos. *Iztapalapa. Revista de ciencias sociales y humanidades*.
<https://revistaiztapalapa.izt.uam.mx/index.php/izt/article/view/1852/1889#toc>
- Morcillo, S.; Marynowskyj, E. y De Stéfano Barbero, M. (2024) “No estoy en contra del feminismo, pero...” Reacciones de oposición al feminismo en discursos online en Argentina. *Revista Mora*, 30.
- Morcillo, S.; Marynowskyj, E. y De Stéfano Barbero, M. (2024a) Iracundos. Las emociones en el centro de las reacciones antifeministas online en Argentina. *Mimeo*.
- Morcillo, S.; Marynowskyj, E. y De Stéfano Barbero, M. (2024b) Entre la “realidad biológica” y la “ideología de género”. Los usos del discurso científico en influencers que se oponen al feminismo en Argentina. *Mimeo*.
- Kaufman, M. (1995) “Los hombres, el feminismo y las experiencias contradictorias del poder entre los hombres”, en L. Arango, M. León y M. Viveros (comps) *Género e identidad. Ensayos sobre lo femenino y lo masculino*, pp. 123-146. Bogotá: Tercer Mundo.
- Kelly, A. (2017) “The Alt-Right: Reactionary Rehabilitation for White Masculinity: US Alt-Right Extremism Is a Logical Consequence of Mainstream Neo-Conservatism.” *Soundings : a journal of politics and culture*. 66.66 (2017): 68–78. Web.
- Kelly, A. (2023). “Alpha and nerd masculinities: Antifeminism in the digital sphere” en van der Gaag, Nikki, Amir Massoumian, and Dan Nightingale (eds) *Patriarchy in practice: ethnographies of everyday masculinities*, London, UK, Bloomsbury Publishing.
- Kessler, G.; Vommaro, G. y Paladino, M. (2022). “Antipopulistas reaccionarios en el espacio público digital”. *Estudios sociológicos*, 40(120), pp. 651-691. <https://doi.org/10.24201/es.2022v40n120.2213>
- Kimmel, Michael. 2019. *Hombres (blancos) cabreados: La masculinidad al final de una era*. Valencia: Barlin Libros.
- Messner, M. (2016). Forks in the Road of Men's Gender Politics: Men's Rights vs Feminist Allies. *International Journal for Crime, Justice and Social Democracy*, 5, pp. 6-20. <https://doi.org/10.5204/ijcjsd.v5i2.301>
- Ostiguy, Pierre. “Populism: A Socio-Cultural Approach” Cristobal Rovira Kaltwasser (et. al.) *The Oxford Handbook of Populism*. Oxford, Oxford University Press: 2017. pp. 99- 128
- Pascoe, C. (2017) Who is a real man? The gender of Trumpism. *Masculinities and Social Change*, vol. 6, nro. 2, pp. 119-141.
- Pease, B. (2021) “The rise of angry white men: Resisting populist masculinity and the backlash against gender equality”. En Noble, C. y Ottmann, G. (eds.) *The Challenge of Right-wing Nationalist Populism for Social Work*, pp. 55-68. New York: Routledge.
- Rovira Kaltwasser, C.; Espinoza, G.; Meléndez, C.; Tanscheit, T. y Zanotti, L. (2024) Apoyo y rechazo a la ultraderecha. Estudio comparado sobre Argentina, Brasil y Chile. Santiago de Chile: Fundación Friedrich Ebert.

- Segato, R. (2017). *Por qué la masculinidad se transforma en violencia*. <https://www.lavoz.com.ar/ciudadanos/por-que-la-masculinidad-se-transforma-en-violencia>
- Segato, R. (2018). *Contrapedagogías de la crueldad*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Prometeo.
- Smith, A. (2013). El problema con el privilegio. Traducción del inglés: Blas Radi. Acta Académica. ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/pRud/ngk/1.pdf>
- Vaggione, J. M., Sgró Ruata, M. C., y Peñas Defago, M. A. (2021). Prólogo. En M. A. Peñas Defago, M. C. Sgró Ruata, y M. C. Johnson (Eds.), *Neoconservadurismos y política sexual. Discursos, estrategias y cartografías de Argentina* (pp. 9-32). Ediciones del Puente.
- Vespucci, G.; Martynowskyj, E. y Ferrario, C. (2023). Esos hombres que hay que resetear: discursividades sobre masculinidades, sexualidad y poder en la cuarta ola feminista en Argentina. *Pasado Abierto*, Nº 17. Disponible en <http://fh.mdp.edu.ar/revistas/index.php/pasadoabierto/article/view/6945>
- Vommaro, G. (2023) *La ultraderecha en Argentina: entre el oportunismo y las innovaciones de Milei*. Chile: Fundación Friedrich Ebert.
- Willer, R.; Rogalin, C.; Conlon, B. y Wojnowicz, M. (2013) "Overdoing Gender: A Test of the Masculine Overcompensation Thesis". *American Journal of Sociology*, Vol. 118, No. 4, pp. 980-1022.
- Zahay, M. (2022) What "Real" Women Want: Alt-Right Femininity Vlogs as an Anti-Feminist Populist Aesthetic. *Media and Communication*, vol. 10, nro. 4.

Fuentes

- Danann (1 de agosto de 2024) Feminista es HUM1LL4DA en vivo (DEBATE ÉPICO) | Emmanuel Danann. [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=NU4I500eW_0
- Danann [El Peluca Milei] (7 de octubre de 2024a) DANANN DESTROZÓ A MANGUEL Y CASI LO ECHAN DEL PROGRAMA. [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=eO4_nnrBGtk
- Danann [Cenital] (8 de octubre de 2024b) PICANTE CRUCE CON EL INFLUENCER LIBERTARIO EMMANUEL DANANN | O'Donnell y Tenembaum en #540°. [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=BKPgbvnTRp0>
- Danann (9 de octubre de 2024c) DANANN DOMA SALVAJEMENTE A 2 PERIODISTAS PROGRES | Emmanuel Danann . [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=gHa885yZ9hQ>
- Danann (4 de junio de 2024d). "Privilegios de hombre blanco heterosexual" (DEBATE ÉPICO EN VIVO). [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=ix2iteFRcKo>
- Danann (7 de septiembre de 2022) Pacto entre varones | Emmanuel Danann. [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=6Xhx0-HzLFc>
- Danann (12 de marzo de 2018) MUERTE AL MACHO | Emmanuel Danann . [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=dOcyr09tsJY&t=264s>
- Danann (19 de diciembre de 2018a) ¿CÓMO OBRA EL FANATISMO? EL EXPERIMENTO "MARLA" | Emmanuel Danann . [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=VyHVjM98FNQ>
- Kreimer, R. (6 de diciembre de 2020). Desmontando a Simone de Beauvoir. [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=J0eQGxIvai0>
- Kreimer, R. (2 de octubre de 2029). ¿Sexismo? Solo diferencias biológicas en estos casos. [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=wD16vcihVk0>

- Kreimer, R. (17 de enero de 2021). EL VARÓN DOMADO: pionero de las CRÍTICAS al FEMINISMO [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=vjEviS6PLOE>
- Kreimer, R. (11 de septiembre de 2019) Mal momento para ser varón. [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=ZwDzGnw90pg>
- Laje, A. y Márquez, N. [Agustín Laje Arrigoni] (29 de septiembre de 2023). Agustín Laje y Nicolás Márquez se burlan del CONICET por sus investigaciones RIDÍCULAS [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=qVMix0yb_6Q
- Laje, A. [Agustín Laje Arrigoni] (11 de enero de 2020). La igualdad de género es injusta. [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=tiv5h0C_r_g
- Laje, A. (29 de diciembre de 2021). La mentira del PRIVILEGIO MASCULINO Respuesta a Techy Fatule. [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=cYWfkQpfFWA>
- Márquez, N. (11 de octubre de 2023). ⚡ DEBATE CALIENTE: Nicolás Márquez vs Abogada con perspectiva de género 🗣️. [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=X3JhK-oSDNE&t=48s>
- Ortiz, V. (29 de abril de 2028). REVISANDO LOS PRIVILEGIOS DE UN @UnTioBlancoHetero | Test. [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=xBpQscRWs80&t=8s>
- Tipito Enojado (30 de marzo de 2022). Reprobó a su alumno por TR4NSFÓBICO. [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=l4dBBP3zRmk&t=151s>
- Tipito Enojado (12 de abril de 2021). Grabé en secreto una charla de genero. [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=0QX0Ub9Zqww>
- Tipito Enojado (21 de mayo de 2021a). Un profesor Argentino es insultado por adoctrinar a sus alumnos. ¿Quién tiene razón? [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=yP0ciYKty-M>
- Tipito Enojado (27 de marzo de 2019). Los Hombres no Lloran - Análisis del corto, feministas, deconstrucción y un Tipito Enojado. [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=t6f16VtgBLo&t=4s>