

**Cómo citar este artículo:** González, L., Reinaldo, Y. D. y Paredes, K. B. (2023). "Masculinos. Dossier hipermedia sobre la representación social de las masculinidades. Retos XXI, 7, 1-13.

## **“Masculinos”. Dossier hipermedia sobre la representación social de las masculinidades**

“Masculinos”. Hypermedia dossier about social representation of masculinities

Laura González Solés<sup>1</sup>, Yusel Denis Reinaldo Martiatu<sup>2</sup>, Karla Beatriz Paredes Galindo<sup>3</sup>

Fecha de envío: 10/09/2023; fecha de aceptación: 12/10/2023

### **Resumen**

El presente estudio diagnostica la representación social de las masculinidades de los adolescentes de la secundaria “Mangos de Baraguá” de Matanzas. Se utilizaron como técnicas de recogida de información el cuestionario y la entrevista semiestructurada. Los resultados obtenidos permitieron concluir que

existen rasgos del ideal de masculinidad hegemónica en la representación de los adolescentes. Los resultados mostraron que existen rasgos del ideal de masculinidad hegemónica en la representación de los adolescentes. En el dossier Masculinos se agrupan materiales periodísticos que profundizan en este fenómeno para incidir en los valores y comportamientos

---

<sup>1</sup>Licenciada en Periodismo, docente e investigadora del Departamento Periodismo y Comunicación. Universidad de Matanzas, Cuba. <http://orcid.org/0009-0002-7698-9989> gonzalezsoleslaura@gmail.com

<sup>2</sup>Master en Estudios Sociales y Comunitarios, docente e investigador del Departamento Periodismo y Comunicación. Universidad de Matanzas, Cuba. <http://orcid.org/0000-0003-2200-0880> yusel.reinaldo@umcc.cu

<sup>3</sup>Licenciada en Periodismo, docente e investigadora del Departamento Periodismo y Comunicación. Universidad de Matanzas, Cuba. <https://orcid.org/0000-0001-8006-9689> karla.paredes@umcc.cu

de los adolescentes asociados a cuestiones de género.

**Palabras clave:** Representación social, género, masculinidades, adolescentes.

### **Abstract**

The actual study pretends to diagnose the social representation of masculinities that possess the teenagers of the high school “Mangos de Baraguá”, from Matanzas. The outcomes allowed to conclude that are features of the ideal of hegemonic masculinity in the social representation of the teenagers. In a few sections of the dossier *Masculinos*, are gathered journalistic materials that help to deepen in the phenomenon of masculinities.

**Key words:** Social representation, gender, masculinities, teenagers.

### **INTRODUCCIÓN**

El ser humano está inmerso en un contexto sociocultural rebotado de elementos identitarios que lo conforman dentro de la comunidad y no cumplir con esos estereotipos significa quebrantar

patrones preestablecidos; tal es el caso del modelo de la masculinidad creado en la subjetividad de los hombres y el cual constituye su identidad como macho, varón, masculino.

La masculinidad se basa en las relaciones de género. Según Wallroth (2016) aborda la posición del hombre en orden de género, y puede ser definida como patrones de conducta de las personas (los dos, hombres y mujeres, pero principalmente los hombres) que manifiestan esa posición.

Para algunos autores como es el caso de Kaufman (1997), el elemento central de la subjetividad masculina en el modelo hegemónico es equiparar la masculinidad con el poder, concepto que ha evolucionado y ha conformado y justificado a su vez la dominación de los hombres sobre las mujeres y la mayor valoración de los hombres con respecto a las mujeres. Por tanto, el poder es sinónimo de hegemonía y a su vez de masculinidad. Esta concepción trae consigo que los hombres supriman toda una gama de emociones, necesidades y posibilidades, tales como el placer de disfrutar con otros, la receptividad, la empatía y la compasión, experimentadas

como inconsistentes con el poder masculino.

A decir de Connell y Messerschmidt (2021), la masculinidad no es un tipo de personalidad de un personaje masculino real. Más bien, es un ideal o un juego de normas sociales simbólicamente representadas, la textura de muchas actividades rutinarias sociales mundanas y disciplinarias.

Hace años se realizan estudios sobre las formas que adopta la masculinidad en el mundo y concluyen que existen nuevas masculinidades, pues los hombres participan en el trabajo doméstico, se involucran en el cuidado de los niños y aceptan expresar sus sentimientos, aunque hay quienes plantean que no hay tales cambios y solamente emerge un modelo *light* de ejercicio del poder o un machismo invisible, que oculta bajo nuevas formas, viejas prácticas (Minello, 2002, citado en Cruz, 2004).

El género y la edad se mezclan en el desarrollo de un fenómeno social que requiere atención, más si se refiere a grupos como los adolescentes, donde la masculinidad como representación se imbrica con un trasfondo social en una

cultura patriarcal que construye y legitima la masculinidad.

En este sentido, el estudio de las representaciones sociales de las masculinidades adquiere una gran importancia en la adolescencia, debido a que es este uno de los momentos claves del ciclo vital en el que la construcción de la masculinidad alcanza un momento cúspide (Burin, 2000).

Y es que la teoría de las representaciones puede apoyar la construcción, deconstrucción y reconstrucción de los significados de género (Flores, 2001).

Las representaciones sociales de la masculinidad en el adolescente necesitan miradas interdisciplinarias e investigaciones sistemáticas, así como su divulgación debe trascender los espacios científicos y acercarse a sitios donde se establezca una mayor interacción social y los distintos medios de comunicación son una vía para ello.

A decir de Moya (2008), los objetos de estudio de género y comunicación han logrado protagonismo en el mundo contemporáneo... Comunicación, que ha multiplicado sus soportes y lenguajes en

un corto período de tiempo hasta hablarse hoy de una Sociedad de la Información, y en la Teoría de Género, por la urgencia de entender la manera en que se estructura y sostienen las relaciones entre los individuos sexuados.

Si bien se concuerda con esas palabras, cabe preguntarse ¿Qué implicación tienen los medios de comunicación en los procesos de género? y ¿bajo qué perspectiva se proyecta el género en su producción de contenidos?

Los medios de comunicación, capaces de evolucionar o perpetuar los estereotipos y roles de género asignados por las culturas, tienen un papel fundamental en el proceso de educación de la sociedad. A pesar del poder que poseen para transformar, en estas instituciones comunicativas, según Trinquete y Terrero (2022), se reproducen construcciones culturales tradicionales, con fuertes soportes patriarcales, que naturalizan las desigualdades.

En la prensa cubana, y no solo en ella, también en las diferentes plataformas y soportes comunicativos, las agendas muestran un vacío

informativo con relación a la temática género y si se cierra más el campo a masculinidades es aún más pequeño el aporte y más grande la naturalización de mitos y estereotipos. Pocos materiales persiguen el fin de educar, informar y concientizar. Si algún medio de comunicación aborda la temática, le falta sistematicidad e intención.

A decir de los autores del presente estudio, en ocasiones no decir nada es decir algo, pues se contribuye a legitimar mitos y estereotipos.

Esta circunstancia deja en evidencia los preceptos patriarcales en los que se sustenta la sociedad cubana y su sistema de medios de comunicación.

Ante este panorama, se hace necesario caracterizar el estado actual de la representación social de las masculinidades para poder, desde los medios de comunicación masiva e incidir de forma positiva sobre la adolescencia, en torno a la importancia de no crear o sostener estereotipos sobre " ser hombre".

A partir de estas conjeturas, surge el presente estudio con el objetivo de caracterizar la representación social de las masculinidades en los

adolescentes de la secundaria básica “Mangos de Baraguá” de la ciudad de Matanzas.

### **MÉTODO**

La población seleccionada en este caso estuvo conformada 213 adolescentes que cursan el noveno grado en la secundaria básica “Mangos de Baraguá” de la ciudad de Matanzas. La muestra la conformaron 96 adolescentes varones que cursan noveno grado en dicha secundaria y la selección muestral calculada arrojó 77 adolescentes.

El método general de la dialéctica materialista es esencial para la investigación porque la representación social de las masculinidades hay que verla como un proceso en desarrollo e interrelación con otros fenómenos. Y que permite estudiar los fenómenos en su estado de continua contradicción con la naturaleza y la sociedad.

El método de análisis y síntesis se empleó en el procesamiento de la información, lo que posibilita la comprensión holística del objeto de estudio soportado por la comprensión

de cada parte. El análisis es un proceso lógico e intelectual que consiente en descomponer un todo integrado y complejo en sus partes para determinar las cualidades esenciales que lo forman, mientras que la síntesis es un proceso lógico inverso, integra las partes previamente analizadas y revela regularidades y relaciones esenciales entre elementos y fenómenos de la realidad.

El método inductivo-deductivo se empleó en el procesamiento de la información obtenida, pues facilita establecer regularidades a partir de particularidades y viceversa. En este caso permitió inferir conexiones con otros estudios y contextos similares a partir de conocimientos de carácter general en el tema de la representación social de las masculinidades.

El método histórico-lógico es muy útil para el análisis histórico y evolutivo de las representaciones sociales y teoría de género; propicia el análisis de los antecedentes del fenómeno y su evolución en el decurso del tiempo.

Mediante la encuesta se recopiló una amplia cantidad de información

sobre el tema en un corto periodo de tiempo.

La entrevista semiestructurada propició la profundización en determinados temas de interés derivados de la aplicación de la encuesta. La entrevista semiestructurada permite el contacto visual con los sujetos y así, a través de la observación, obtener información relevante sobre sus modos de actuación lo que resultó como vital para el proceso.

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Si se toma a un grupo de hombres y se pregunta ¿qué es para ustedes ser hombre?, lo más probable es que su respuesta oscile sobre alguna de estas opciones: ser fuerte, viril, heterosexual y apuesto.

Un estudio realizado por Barker (2018) sobre lo que significa ser hombre joven en Estados Unidos, Reino Unido y México dio como resultado lo que él llamo, La Caja de la Masculinidad sustentada en siete pilares: autosuficiencia, ser fuerte, atractivo físico, roles masculinos rígidos,

heterosexualidad y homofobia, hipersexualidad, agresión y control.

Este aspecto no es casual, está basado en la representación que tiene la sociedad de lo que debe ser el hombre ideal. Los fundamentos de esta respuesta se encuentran en la historia.

Los machos aprenden lo que no deben ser para ser masculinos y hacer valer su identidad, esto es: que no es una mujer, no es un bebé, no es homosexual.

Las técnicas aplicadas brindan resultados como que aún se sobrellevan estereotipos de género, la asignación a los hombres los roles de cuidador, proveedor y protector, mientras que a las mujeres las asocian al espacio doméstico. Otros clichés se expresan al relacionar al hombre con la musculatura. En cuanto a trabajos se asigna a los hombres todo lo que supone riesgo, fuerza y sobre todo en el espacio público, incluso en el momento que mencionan tareas domésticas se refieren a labores al exterior (botar la basura y limpiar el patio).

23 sujetos, que representan un 29,87% de la muestra, asignan ser hombre o mujer al nacer con un sexo u

otro, no ponen distinción a la identificación que pueda tener una persona con uno u otro sexo.

A la pregunta que aborda el significado que para los adolescentes posee “ser hombre”, 29 sujetos (37,66%) responden que ser hombre significa representar el rol de cuidador, formar una familia y cuidar de ella, a su esposa, madre, todos los que lo rodean; “estar allí” siempre que su familia lo necesite, dar el frente a los problemas, asumir responsabilidades y errores. 19 sujetos (24,63%) consideraron que es ser el proveedor de la casa; al preguntar cuáles serían las características necesarias para cumplir esto, mencionaron trabaja para mantener a la familia y buscar mejoría económica. 23 sujetos (29,87%), creen que “ser hombre” es pertenecer al género masculino que para ellos implica tener genitales masculinos y tener cualidades de un hombre, ser tosco, rudo, fuerte, de carácter dominante, alto, con el pelo corto, la voz fuerte, honesto, honrado. Ocho (10,38%), consideran que “ser hombre” es ser heterosexual, que te guste el sexo opuesto. Otras ideas mencionadas por seis adolescentes

(7,79%) se relacionaron con no ser mujer, ser diferente a ella, vestirse, gesticular, actuar, caminar diferente a la mujer. Mencionados también cinco (6,49%) parámetros sociales, como que el hombre tiene que ser fuerte, hacer trabajos de riesgo y de gran esfuerzo físico.

Ser hombre para 10 adolescentes (12,98%) es ser algo importante en la sociedad, tener derecho a todo, cumplir metas y todo lo que te propongas; tener palabra, darse a respetar. Tener decisiones propias, leyes y conceptos en la vida.

Otras respuestas referidas solo una vez para un 1,29 % fueron no abusar de las mujeres ni abusar de la fuerza que tienen los hombres, el uso de esta fuerza devenido de la cultura androcéntrica y machista que promueve la dominación masculina y la subordinación de las mujeres, también ayudar en la casa con lo que los demás no puedan hacer; exponen también que soy hombre porque al nacer me dijeron que lo era, pasar el servicio militar activo, ser hombre es lo mismo que ser mujer. Hubo tres adolescentes (3,89%)

que no ofrecieron respuestas a la interrogante.

En cuanto a la igualdad entre la mujer y el hombre hay posiciones encontradas; si bien durante la encuesta 40 sujetos el 51,94% de los estudiantes dicen que deben ser iguales y resaltan que las diferencias son solo físicas o biológicas, a la hora de realizar las entrevistas contradecían la respuesta anterior. 29 estudiantes respondieron negativamente (37,66%) y expusieron justificaciones que denotan rasgos de machismo y prejuicios. En el presente estudio se adopta la respuesta dada en la entrevista porque a través de esta técnica se crea cierta confianza con los sujetos y ahí salen respuestas que rompen con lo "políticamente correcto", unido a esto las dinámicas del acto comunicativo y demás preguntas realizadas evidencian que la respuesta de que el hombre y la mujer no son iguales es la más común.

Nueve (11,68%) adolescentes respondieron que los hombres no deben hacer las mismas cosas que las mujeres, hay labores que los hombres y las mujeres deben respetar como tareas domésticas; seis (7,79%) sujetos

mencionan que el hombre busca trabajos más duros porque son más fuertes que la mujer; cuatro (5,19%) adolescentes dicen que los hombres deben ser diferentes a la mujer, deben tener diferentes formas, cada cual tiene su carácter y forma de ser; 2 (2,59%) sujetos mencionan que los hombres y las mujeres tienen diferente género; esta misma cifra dice que si fueran iguales en el mundo nada sería igual.

Estas ideas aparecen solo una vez y representan 1,29% del total: los hombres ven el fútbol; tienen que tener un carácter determinante; los hombres son heterosexuales; las mujeres no pasan el servicio militar; no son iguales porque hay mujeres que son fáciles de entender y otras no, hablas con ellas y hacen lo que les da la gana; cada cual tiene que cumplir su rol sexual, los hombres tienen que buscar a la mujer en el sexo y las mujeres tienen que satisfacer; las mujeres son más inteligentes; los hombres y las mujeres tienen diferente sexo; los hombres deben ser diferentes a la mujer en el físico y los hombres tienen que cumplir el rol de proveedor del hogar.

Las respuestas obtenidas tienen un claro rasgo machista, donde la mujer es vista como algo inferior y donde se les otorgan a los hombres los roles típicos que engloban a la masculinidad, deseo sexual activo, poder sobre la mujer, supremacía, responsabilidad económica y eliminar todo lo que haga lucir femenino.

Referido a la sexualidad el hombre es visto desde la posición androcéntrica de heterosexual y activo sexualmente. La orientación sexual es percibida por 58 de los sujetos como una decisión tomada de modo consciente, lo que representa un 75,32%, un 29,87% se mantiene al margen en cuanto a apoyar a los colectivos LGBTIQ+ y un 18,18% (14 adolescentes) considera la homosexualidad como una enfermedad o una desviación de la conducta. Un adolescente, que representa 1,29% del total, enfatizó que el hombre es hombre, la mujer es mujer, no hay lugar para los homosexuales en el mundo.

La pregunta referida a las características que debe tener un hombre, para ser considerado como tal, arrojó el peso que le otorgan al aspecto

físico. 29 sujetos (37,66%) refieren tener la voz fuerte, llevar el pelo corto, bigote, barba, ser alto, ir bien vestido, ser fuerte, lindo, pertenecer al género masculino y tener genitales masculinos. 13 sujetos (16,88%), creen que los rasgos son proyectarse y sentirse como un hombre, tener masculinidad, virilidad, al profundizar sobre estos aspectos mencionaron que eso se refleja en rasgos como tener carácter fuerte, ser leal y fiel. 13 (16,88%) responden que una característica del hombre es ser cuidador, asumir consecuencias y problemas, ser valiente y decidido, no tener miedo, ayudar a la gente, no abusar de la fuerza y no ser tan violento con las mujeres. 8 sujetos (10,38%) refieren ser diferente a la mujer, actuar diferente a ella, vestir como "hombre", ser serio, caballeroso. 17 sujetos (22,07%) mencionan ser proveedor, por ende, trabajar, ayudar en la casa con lo que las mujeres no puedan, ser mujeriego y ver el football. Un sujeto (1,29%) opina que ser buena persona; ser leal, honesto, honrado, bondadoso, respetuoso, comprensivo, humilde, inteligente; no ser homofóbico

ni machista; hacer el bien, y respetar a los demás.

Lo anterior planteado demuestra la asunción del rol de hombre a través de actitudes, acciones y estereotipos socialmente creados y transmitidos que constituyen la causa principal de los prejuicios y a su vez perpetúan la masculinidad hegemónica.

A la pregunta que se enfoca en saber cuál debe ser la aspiración de cualquier hombre, 30 adolescentes (38,96%) refieren que todo hombre debe aspirar a tener una familia, mantenerla y alcanzar un futuro para ella, hacer todo lo que su familia no pueda y ayudar a su esposa. 21 (27,27%) sujetos expresaron que trabajar, tener un buen trabajo, ser jefe, mandar, ser útil, responsable y tener dinero son aspiraciones necesarias. 13 adolescentes (16,88%) refieren que la aspiración debe ser "ser alguien en la vida", o sea, tener éxito, triunfar, hacerlo todo bien, esforzarse, lograr las metas. Ocho adolescentes (10,38%) exponen que las aspiraciones dependen de cada cual o de lo que cada uno se proponga. Cuatro adolescentes (5,19%) refieren que la aspiración debe ser

emigrar a otro país y nueve sujetos (11,68%) exponen, seguir estudiando. Solo tuvieron presencia una vez las siguientes ideas, ser futbolista, ser amable, fuerte, no abusar de los homosexuales, respetar y ser mejor persona, lo que representa un 1,29% del total.

Merece resaltar que a pesar de ser adolescentes solo nueve sujetos plantearon la continuidad de estudio como una opción y a pesar de su edad, sostienen mantener a una familia, esto evidencia que se sustentan roles de género legitimados por la cultura machista.

Al preguntar si el hombre tiene desventajas en la sociedad 38 (49,35%) sujetos mencionan que el hombre no tiene desventajas, explican que en realidad tienen ventajas porque el hombre ayudó a crear la naturaleza, son más, son el macho alfa, tienen mejor salario, son más útiles y fuertes, encuentran trabajo más fácil, han tenido ventajas históricamente. Los 16 (20,77%) que dieron respuestas positivas explican que los hombres lo tienen que hacer todo, el hombre tiene que dar el primer paso para iniciar una

relación, tienen que pagar las cuentas de las salidas, también refieren que a algunos les va mal en el trabajo; ven como una desventaja que los hombres son más impulsivos, que no tienen paciencia, no saben cómo resaltar en la sociedad; cuando el hombre se expresa no lo toman en serio con ciertos temas como el abuso sexual y el acoso.

Al analizar estas interrogantes se concluye que los clichés relativos al hombre como sostén económico, sexualmente activo, trabajador por naturaleza y exitoso están presentes en el ideario de los adolescentes.

El aprendizaje de estos patrones de conducta se centra en mayor medida en instituciones como la familia y la casa expuesto por 42 adolescentes (54,54%); otro centro de enseñanza mencionado fue la escuela, expresado por 16 sujetos (20,77%). 15 estudiantes (19,48%) exponen que se aprende de modelos como los del padre, tío, abuelos y figuras masculinas, mientras que 12 adolescentes, que representan un 15,58%, mencionaron que se aprende de los amigos y en la calle.

A pesar de lo anteriormente expuesto 41 adolescentes (53,24%)

mencionan que no se creen portadores de prejuicios de género, aunque evidentemente hay una asunción de estereotipos que demuestran lo contrario. A decir de los autores del presente artículo, en el aprendizaje social está tan normalizado el ideal de masculinidad hegemónico que para estos sujetos solamente están adoptando una postura "normal" ante las preguntas realizadas.

Al preguntar sobre los niveles de información o documentación recibidos sobre temas de género 36 adolescentes (46,75%) respondieron no consultar o conocer ningún material al respecto, mientras 20 estudiantes (25,97%) manifestaron haber utilizado algún medio para informarse sobre el tema, al preguntar cuáles eran sus fuentes de información mencionaron memes discriminatorios, spots publicitarios derivados de la aprobación del Código de las Familias y en menor medida mencionaron la escuela.

Se puede concluir que la representación social de las masculinidades de los adolescentes de la secundaria "Mangos de Baraguá" de Matanzas queda de la siguiente forma:

### *Núcleo de la representación*

En el núcleo de la representación se encuentran ideas como que los sujetos consideran que los hombres y las mujeres deben tener diferente comportamiento en la sociedad. Consideran que la orientación sexual es una decisión consciente que se toma en algún momento de la vida y que la homosexualidad no es una enfermedad o una desviación de la conducta. Asumen que la casa es el principal lugar para el aprendizaje de las características asociadas a la masculinidad y se consideran portadores de prejuicios de género.

### *Campo de la representación*

Las ideas que conforman el campo giran en torno a que los hombres y las mujeres no deben ser iguales en la sociedad. Asumen que existen características y atributos que definen la masculinidad asociada al aspecto físico.

En el campo también se encuentra que la mayor aspiración de un hombre debe ser tener una familia, cuidar de ella, estar ahí para cuando lo necesite y trabajar para mantenerla.

Otras ideas que conforman el campo son que los hombres no tienen desventajas en la sociedad y que los adolescentes no poseen ni consultan información sobre el tema.

### *Actitud*

La actitud es de rechazo al tema, los adolescentes no presentaban interés y mostraban cierta contrariedad ante los temas de género y en especial a la orientación sexual.

### *Información*

La información recibida a lo largo de la vida es escasa y casi nula. Muy pocos de los sujetos han recibido documentación sobre género y los que dieron una respuesta positiva mencionaron como fuente memes discriminatorios en las redes sociales, las campañas televisivas de bien público derivadas de la aprobación del Código de las Familias y en menor medida la escuela.

## **CONCLUSIONES**

La sistematización crítica demostró que la representación social de las

masculinidades en la adolescencia explica el sentido común o conocimiento cotidiano de un individuo y cómo se revaloriza al pasar por mediadores culturales.

La caracterización de la representación social de las masculinidades de los adolescentes de la secundaria básica “Mangos de Baraguá” de Matanzas ofreció elementos de la masculinidad hegemónica con evidencias de estereotipos de género y machismo a pesar de esto también hay latente, aunque en menor medida, una pequeña tendencia al cambio de mentalidad hegemónica a una masculinidad más liberadora.

Se constató que los estudiantes de la secundaria básica “Mangos de Baraguá” de Matanzas asignan a la masculinidad principalmente roles como proveedor del hogar, responsable de todas las asignaciones económicas, por ende su principal función es trabajar; de cuidador con la función principal de mantener el honor de la familia y defenderla a cualquier costo, por lo que la valentía tiene que formar parte de sus virtudes y es muy

importante la heterosexualidad y la clara diferenciación de las mujeres.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barker, G. (2018). «La Caja de la Masculinidad», un estudio sobre lo que significa ser hombre joven en Estados Unidos, Reino Unido y México. *Entre Hombres*. <https://promundoglobal.org/wpcontent/uploads/2017/03/PRO17003-report-ES-007.pdf>
- Burin, M. (2000). Construcción de la subjetividad masculina *Varones. Género y subjetividad masculina*. (pp. 123-147). Paidós.
- Connell, R., y Messerschmidt, J. (2021). Hegemonic Masculinity: Rethinking the concept. *Laboratorio Iberoamericano para el estudio Sociohistorico de las sexualidades*, 19(6).
- Cruz, S. (2004, ). La intimidación en hombres mexicanos. Paper presented at the *Coloquio Pleasure and Danger. Revisited Sexualities in the 21st Century*, Cardiff University, London.
- Flores, F. (2001). Representación social: género y salud mental. En N. Calleja y G. Gómez-Peresmitré (comp.). *Psicología social: Investigación y aplicaciones en México*. Fondo de Cultura Económica.
- Kaufman, M. (1997). *Las Experiencias Contradictorias del Poder entre los Hombres*. FLACSO-Chile. Ediciones de las Mujeres, ISIS Internacional.
- Trinquete, D., y Terrero, A. (2022). Violencia de género y medios de comunicación: Desafíos para Cuba. In V. e. I. prensa (Ed.), *PowerPoint*. La Habana. OXFAM e IIPJM.
- Wallroth, V. (2016). *Men do care!. A gender-aware and masculinity-informed contribution to caregiving scholarship*. (Licenciatura),

“MASCULINOS”. DOSSIER HIPERMEDIA SOBRE LA REPRESENTACIÓN SOCIAL DE LAS  
MASCULINIDADES

Linköping University, Norrköping.  
(No. 674)