

EDITORIAL

CARTOGRAFÍAS DE LA MACHOSFERA: DISCURSOS ANTIFEMINISTAS, REDES SOCIALES Y REAPROPIACIONES CULTURALES DESDE UNA PERSPECTIVA DE GÉNERO

En los últimos años, el ecosistema digital se ha consolidado como un espacio central para la reorganización de imaginarios políticos, afectivos y culturales en torno al género. En ese marco, la machosfera (o manosfera) ha dejado de ser un fenómeno marginal —circunscrito a foros o subculturas «de nicho»— para desplegarse como una constelación de formatos, plataformas, *influencers*, comunidades y economías de atención que articulan discursos antifeministas, misóginos y reaccionarios en clave contemporánea. Su expansión no puede comprenderse únicamente como «lo de siempre» en un nuevo soporte. Tal como subraya Virginia Martín Jiménez en la entrevista que incluye este número, el riesgo político y social de estas redes reside, precisamente, en que esto no es lo de siempre, hay organización, incentivos económicos, apariencia de espontaneidad y una potencia algorítmica que genera efectos de mayoría y legitimación cultural a gran escala.

Este monográfico, «Cartografías de la machosfera: discursos antifeministas, redes sociales y reapropiaciones culturales desde una perspectiva de género», coordinado por Dunia Etura Hernández (Universidad de Valladolid), Elena Esteban Ramos (RTVE/ Universidad de Valladolid) y Asunción Bernárdez Rodal (Universidad Complutense de Madrid), se enmarca en el proyecto de investigación «La manosfera en las redes sociales. Prodsusage cultural para revertir los estigmas de género y la cultura del odio (PID2022-141877NB-I00, 2023-2027)». Desde este horizonte, la propuesta del número se sostiene sobre una doble operación, por un lado, cartografiar (hacer legibles sus arquitecturas discursivas, mediáticas y afectivas) y, por otro, problematizar (interrogar su productividad cultural, su capacidad de reorganizar la hegemonía y su vínculo con economías neoliberales de subjetivación). La noción de prodsusage resulta especialmente fértil aquí, ya que permite considerar la manosfera no solo como un conjunto de mensajes consumidos, sino como una maquinaria cultural en la que usuarios y creadores coproducen significados, repertorios y estigmas, amplificados por lógicas de plataforma y monetización.

Hablar de machosfera implica reconocer una realidad heterogénea. No se trata de un único espacio ni de una sola ideología, sino de un ecosistema donde conviven subculturas (incels, MGTOW, MRAs, pick-up artists, tradwives como figura mediada y funcional, entre otras), géneros comunicativos (videopodcast, reels, direc-

DOI: <https://doi.org/10.25145/j.clepsydra.2026.30.00>

REVISTA CLEPSYDRA, 30; marzo 2026, pp. 7-10; ISSN: e-2530-8424

[Licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial 4.0 Internacional \(CC BY-NC-ND\)](#)



tos, clips virales, tutoriales, «debates» performativos), y formas de interpelación que van desde la promesa de éxito y autooptimización hasta la producción de moralidades reaccionarias sobre sexo, familia, nación o «verdad biológica». En ese campo, el antifeminismo contemporáneo muestra novedades respecto de la misoginia tradicional al aparecer como contramovimiento organizado, con sofisticación cognitiva (apropiación y torsión de debates feministas) y capacidad adaptativa al contexto cultural y mediático.

Una de las claves que atraviesa los textos reunidos es el vínculo entre machosfera y neoliberalismo. La forma en que la precariedad, la promesa meritocrática, el mandato de rendimiento y la conversión del yo en empresa alimentan identidades masculinas resentidas o «incomodadas», y cómo esa sensibilidad se vuelve rentable en el capitalismo de plataformas. Esta hipótesis aparece con fuerza en el estudio sobre la performance discursiva de Amadeo Lladós, la manosfera funciona ahí como un oasis identitario donde la homosocialidad (*brothers*) y la gestión del *self* se articulan con una cultura de la productividad, el emprendedurismo y la autosuficiencia como solución individual a malestares estructurales. Del mismo modo, el análisis sobre los *pick-up artists* muestra cómo la seducción se reconfigura bajo lógicas de mercado —verticalidad pedagógica, meritocracia, cálculo de estatus, coste-beneficio— hasta convertir lo sexoafectivo en un circuito de mercantilización donde las mujeres operan como mercancía simbólica y los vínculos como transacciones optimizables. Esta articulación entre género y economía no es un mero telón de fondo, es uno de los motores de la expansión manosférica, porque traduce conflictos sociales complejos (desigualdad, soledad, precarización, pérdida de expectativas) en relatos simples y altamente emocionalizados, compatibles con la circulación viral.

Otro eje decisivo del monográfico es la circulación transnacional de marcos antifeministas. El trabajo centrado en Emmanuel Danann y Roma Gallardo analiza cómo el debate sobre identidad de género se vehicula en YouTube mediante apelaciones a la «verdad biológica» y a una naturalización funcional del cuerpo, conectando con sinergias discursivas del antifeminismo global. La lectura teórica que proponen las autoras permite recolocar el debate en su dimensión política: la disputa no es una controversia individual, sino una lucha por las normas de reconocimiento, por la vulnerabilidad diferencial y por el control material de los cuerpos feminizados. En paralelo, el texto muestra un aspecto crucial para comprender la cultura digital contemporánea la capacidad de ciertos discursos para presentarse como «sentido común» despolitizado, cuando en realidad funcionan como dispositivos de deslegitimación de derechos.

El monográfico incorpora, asimismo, una atención específica a los formatos audiovisuales conversacionales como infraestructura de una radicalización suave. El estudio sobre videopódcast y manosfera en España analiza productos de YouTube mediante una ficha comparativa mixta y evidencia patrones reiterados, como la representación negativa del feminismo, marcos de crisis y amenaza, redes de invitados ideológicamente afines, y una gramática que normaliza el antifeminismo en formatos aparentemente inofensivos. Este hallazgo desplaza el foco desde el «contenido extremo» hacia el *mainstreaming* del discurso, ya que no se trata solo de odio explícito, sino de su empaquetamiento como entretenimiento, autoayuda, humor



o «debate» neutral. El artículo muestra además cómo la cartografía exige atender a recurrencias temáticas, redes de legitimación y estrategias de monetización (cursos, talleres, promesas de mejora personal), reforzando la idea de que la machosfera es también una economía política del género que produce comunidad, produce identidad, produce consumo, y –en esa misma operación– produce antagonismo.

Junto a estos espacios masculinos, el número aborda un aspecto que complejiza el mapa: la circulación de feminidades conservadoras en entornos manosféricos o en campos culturalmente afines al antifeminismo. El artículo sobre Ballerina Farm y RoRo en TikTok propone una lectura mixta (cuantitativa y cualitativa) que permite observar cómo se construyen arquetipos de feminidad digital –tradicional y aspiracional– en diálogo con la lógica algorítmica y la afectividad como estrategia de comunidad. Esta contribución es especialmente relevante porque explicita el marco de investigación (produsage cultural y disputa de estigmas) y ofrece herramientas concretas de análisis: métricas de interacción, crecimiento, rendimiento de página y, al mismo tiempo, lectura semiótico-discursiva. Además, al mostrar diferencias notables entre cuentas (impacto, viralidad, *engagement*), el texto recuerda que la machosfera no es únicamente un conjunto de ideas, sino una arquitectura de visibilidad gobernada por plataformas, datos y mecanismos de recomendación.

La entrevista a Virginia Martín Jiménez cumple una función vertebradora ya que conecta la genealogía de la misoginia mediática con los cambios estructurales del entorno digital y sitúa el problema en el cruce entre desinformación, polarización y violencia de género. Su insistencia en que no es lo de siempre permite comprender el funcionamiento de la machosfera como una maquinaria que combina apariencia de normalidad, efecto de mayoría (y, con ello, silenciamientos y autocensuras), incentivos económicos y coordinación discursiva. Ese diagnóstico dialoga con el conjunto del monográfico en el que se muestra que la machosfera es peligrosa no solo por lo que dice, sino por cómo lo dice, dónde lo dice y con qué infraestructuras de difusión, monetización y legitimación cuentan.

En este mapa, era imprescindible incorporar el artículo sobre brecha digital de género en población migrante, que aporta un contexto estructural clave sobre la desigualdad en competencias digitales condiciona la exposición a riesgos y la capacidad de respuesta frente a la violencia y el odio en línea. A partir de datos de encuesta y un enfoque cuantitativo descriptivo, el texto muestra que las mujeres migrantes presentan mayores limitaciones en habilidades digitales y de seguridad, lo que incrementa vulnerabilidades y refuerza la necesidad de políticas de alfabetización e inclusión digital con perspectiva de género.

Desde la perspectiva del proyecto «La manosfera en las redes sociales. Produsage cultural para revertir los estigmas de género y la cultura del odio», este número contribuye a consolidar una agenda científica situada y necesaria. Primero, porque desplaza la discusión del moralismo («contenidos malos») hacia el análisis de ecosistemas, es decir, redes, subculturas, formatos, estéticas, métricas, afectos y economías. Segundo, porque propone herramientas metodológicas combinadas (análisis de contenido, análisis mixto de métricas, lectura material-afectiva, aproximaciones comparativas y, en el caso del estudio sobre brecha digital, análisis cuantitativo de competencias) que permiten comprender un objeto en mutación permanente. Ter-



cero, porque incorpora una dimensión estratégica. Si el proyecto se plantea desde la lógica de la produsage cultural, atendiendo a cómo se coproducen, circulan y se disputan significados en las plataformas, el diagnóstico no puede quedarse en la mera descripción del fenómeno, sino que debe traducirse en capacidades sociales concretas para revertir estigmas y contener la cultura del odio. Esto implica, al menos, cuatro líneas de intervención complementarias: alfabetización mediática con perspectiva de género; intervención pedagógica y comunitaria (especialmente con adolescentes y jóvenes, principales destinatarios de ciertas gramáticas manosféricas); debate regulatorio y de gobernanza de plataformas (moderación, transparencia algorítmica, responsabilidad sobre monetización del odio); y estrategias narrativas contrahegemónicas capaces de disputar en el mismo terreno donde opera la seducción manosférica (formatos breves, humor, códigos meméticos, comunidades).

Cartografiar la machosfera, por tanto, no es fijar un mapa estático. Es describir trayectorias, conexiones y umbrales de normalización. Cómo un videopodcast convierte el antifeminismo en conversación amable; cómo un influencer del rendimiento traduce precariedad en culpa individual y ordena la masculinidad como disciplina; cómo una estética *tradwife* reconfigura nostalgia en política; cómo la «verdad biológica» se usa como arma cultural; cómo los algoritmos premian intensidades emocionales y, con ellas, polarización y odio; cómo la desigualdad digital condiciona la capacidad de respuesta y aumenta vulnerabilidades. En esa misma operación, la cartografía se vuelve una práctica crítica, ya que permite reconocer patrones, anticipar desplazamientos discursivos y comprender por qué ciertas narrativas «funcionan» culturalmente, más allá de su falsedad o su violencia.

Este monográfico aspira a ser una invitación a pensar críticamente las relaciones entre cultura digital, poder y género desde enfoques plurales y situados. Nuestro objetivo es hacer inteligible un fenómeno que reorganiza la esfera pública digital y afecta de manera directa a la igualdad, la convivencia democrática y la vida cotidiana de mujeres. Y hacerlo, además, desde la convicción de que comprender es condición para intervenir, porque toda cartografía es también una toma de posición.

Dunia Etura Hernández (Universidad de Valladolid)

Elena Esteban Ramos (RTVE/ Universidad de Valladolid)

Asunción Bernárdez Rodal (Universidad Complutense de Madrid)