

**NUEVO INFORME**

# Varones y cuidados: un compromiso necesario

**NUEVAS NARRATIVAS PARA UNA  
SOCIEDAD MÁS IGUALITARIA**



**OXFAM**



**ECOFEMINITA**



## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	3
¿QUÉ ESTÁ PASANDO?	5
VARONES DE LA MANÓSFERA	6
La ideología de género a partir de los incels	7
Hostigamiento virtual	10
“Hombres de alto valor” y “ <i>tradwives</i> ”	11
¿HAY VARONES QUE NO SEAN OPOSICIÓN?	13
Interpelar a esos varones	15
SUS INTERESES Y NICHOS DE ENCUENTRO	18
El fútbol, la meca de encuentro entre varones	19
El fútbol como ventana a otras narrativas	20
HABLEMOS DE CUIDADOS	21
Elementos demográficos	22
¿De qué hablan los varones?	23
Paternidades y licencias	27
Insistir con la carga mental	30
El miedo a “no saber”	31
Varones y la crisis de los cuidados	33
¿VARONES FEMINISTAS?	34
CONCLUSIONES	39



## INTRODUCCIÓN

Desde Oxfam y Ecofeminita, nos venimos preguntando qué ocurre con los trabajos de cuidados y qué avances encontramos hacia una economía del cuidado en América Latina y el Caribe. En particular, hacemos foco en cómo la región le hace frente a la crisis de los cuidados ya que durante las últimas décadas aumentó exponencialmente la participación de las mujeres en el mercado laboral, pero eso no redujo su dedicación a los trabajos de cuidados. Por lo que, aún al día de hoy, las mujeres siguen dedicando más del doble de tiempo a estos trabajos que los varones.

Lejos de estar resuelta la crisis de los cuidados, la demanda de ellos se acrecenta ante poblaciones más envejecidas que quedan a merced de la oferta que pueda proveerse, principalmente, dentro de los hogares y, dentro de ellos, de las mujeres. De esta manera, hay una desigual e injusta distribución de los cuidados tanto entre los distintos actores del diamante del cuidado (Estado, hogares, comunidades, mercado), como entre varones y mujeres.

**Sin los trabajos de cuidados, no habría economías que produzcan lo necesario para poder subsistir y reproducirse. Es decir, no podemos prescindir de estos trabajos, ni podemos bajar su demanda, por lo que es necesario pensar en una organización social de ellos que incorpore a los demás actores a participar y, dentro de ellos, que aumente la participación de los varones.**

Lo anterior se relaciona con estereotipos de género, ya que nada tiene que ver la capacidad supuestamente “natural” de las mujeres para cambiar pañales, preparar la comida o hacer las compras. Los varones también son parte de la organización social de los cuidados y son ellos quienes, por estos mismos estereotipos, no participan de su propia reproducción social y, por ende, de su propio bienestar. De esta manera, es fundamental echar luz sobre el rol que tiene



la sostenibilidad de la vida como el motor y el centro de nuestras sociedades y economías.

Teniendo en mente lo anterior, en este informe nos proponemos investigar en mayor profundidad la potencia que tiene la incorporación de los varones en la organización de los cuidados. Por lo tanto, primero analizaremos cuáles son los mensajes y narrativas que conectan con las audiencias masculinas en el mundo online para, luego, profundizar qué relación actual tienen hoy con los trabajos de cuidados. El objetivo de este informe es que sirva para ofrecer algunas pistas que nos permitan dialogar con los varones para aumentar su participación en la organización social de los cuidados y, así, generar una distribución que sea más justa e igualitaria.



## ¿QUÉ ESTÁ PASANDO?

A fines de enero de 2024, John Burn-Murdoch, periodista de datos del Financial Times, publicó una columna titulada "Está surgiendo una nueva división mundial de género. Las visiones del mundo de los hombres y las mujeres jóvenes se están separando", donde presenta una serie de datos y gráficos que muestran cómo los varones jóvenes tienden a tener ideas políticamente más conservadoras que las mujeres en países como Corea del Sur, los Estados Unidos, Alemania y el Reino Unido. Más allá de los análisis y las críticas, el impacto que generó habla de la necesidad de dar cuenta de la sinergia entre las nuevas derechas y el masculinismo.

Particularmente en Argentina, a mediados de febrero de 2024, Ernesto Calvo, Gabriel Kessler, María Victoria Murillo y Gabriel Vommaro publicaron en la revista Anfibia los resultados de una investigación que arroja que "ser hombre y menor de 25 años es hoy en Argentina un muy buen predictor de conservadurismo". Apenas un mes después, Argentina coincide con la columna de Burn-Murdoch. En esta oportunidad, el estudio argentino muestra la existencia de una brecha ideológica entre mujeres y varones en temas sociales, políticos, económicos y culturales, que quedó reflejada en la elección de Javier Milei como presidente.

Respecto a esa elección, Natalí Incaminato escribió para ElDiario.ar "El género en disputa: el voto libertario y el post-feminismo de Las Pibas de Milei", donde compartió un dossier de enero 2023 de la consultora Zuban y Córdoba —titulado "Las juventudes en año electoral"— que revela que "existen diferencias estadísticamente significativas entre las preferencias expresadas por varones y mujeres jóvenes": el 62,4% de los varones considera que el Partido Libertario es el que genera más políticas para jóvenes y el 61% de mujeres considera que, al contrario, es el Frente de Todos. Las preferencias electorales tuvieron porcentajes similares, ante lo cual los encuestadores plantean lo siguiente: "el vínculo entre géneros, juventudes y preferencias políticas debe ser profundizado



y los datos nos invitan a preguntarnos si las agendas feministas inciden en esa relación”.

**Esta división tan marcada tuvo un espacio de formación: Internet. Así como unió a las mujeres durante la última ola feminista para compartir e intercambiar conocimiento, experiencias e intereses, también lo hizo con los varones para reaccionar ante ella.**

Además, la pandemia profundizó esta brecha debido a la crisis social y económica que aprovecharon los movimientos de ultraderecha para atacar a los movimientos feministas, que llegaron incluso a responsabilizarlas por la crisis económica. A su vez, ese espacio de formación tuvo una aceleración debido a que el mundo estaba digitalizado por los confinamientos y, por lo tanto, se vivía más en la nube que en el plano terrenal, un espacio 2.0 ideal para la desatención y rápida distribución de contenido emocional.

## VARONES DE LA MANÓSFERA

El mundo online es ideal para la germinación y esparcimiento de violencia porque aún no está lo suficientemente legislado y, además, no hay que poner el cuerpo. Al estar deshumanizado, no hay que lidiar con las sensaciones que nos genera otra persona interpeándonos: la pantalla es el mejor escudo.

**Si la violencia ya es un terreno familiar para las masculinidades, Internet es el espacio más cómodo.**

Samir Petrocelli, en un artículo para el libro *La masculinidad incomodada*, introduce el concepto de manósfera: “conglomerado de blogs, sitios, páginas de Facebook, canales de YouTube, etc., cuyo contenido está dirigido casi exclusivamente a varones, en particular varones jóvenes, tocando una amplísima variedad de temas, pero compartiendo una visión declaradamente antifeminista”.



Aunque su epicentro está en los Estados Unidos, la manófera tiene una audiencia global y brinda un cierto anonimato para quienes desean producir y consumir contenido misógino sin chances de sanción social. En este capitalismo salvaje, no sólo los productos y consumos culturales se globalizan, las comunidades digitales también.

Por su parte, la escritora británica Laura Bates, en su libro *Men who hate women*, la describe como un “espectro interconectado de grupos diversos pero relacionados entre sí, cada uno con su propio sistema rígido de creencias, vocabulario y modos de adoctrinamiento”. Entre ellos, se encuentran los incels (acrónimo de *involuntary celibate*, celibato involuntario), los artistas de la seducción (*pick up artists*) y los varones que optan por no tener contacto con mujeres (MGTOW, pronunciado "mig-tau", acrónimo de *Men Going Their Own Way*, varones que toman su propio camino), entre otros. Estas distintas comunidades antifeministas tienen un denominador común: la militancia no sólo contra ellas, sino contra todo lo que implica la supuesta ideología de género.

## La ideología de género a partir de los incels

Nos parece importante mencionar quiénes definen y cómo definen a la “ideología de género”. Los “anti-ideología de género” definen a la ideología como “un conjunto de ideas y creencias falsas y valores perniciosos que refuerzan determinados intereses de poder”.

**La filósofa Danila Suárez Tomé analiza que lo que se oculta detrás de la lucha contra la “ideología de género” es un presunto “orden natural” de la sexualidad humana, el cual se basa en la división sexual (macho-hembra) y su complementariedad para la reproducción.**

En sus palabras, “esto significa que el movimiento contra la ‘ideología de género’ considera que todo el conocimiento producido por los estudios feministas, de género y LGBT desde los años ‘70 en adelante no son más que una deformación de



la “verdadera naturaleza” de la humanidad. Esta naturaleza se encuentra expresada en el dogma católico de la creación y el de la complementariedad, y también tiene su contraparte secular en el discurso biomédico del dimorfismo sexual, el cual ha sido ampliamente criticado, desarmado y reformulado a lo largo de los últimos 50 años por epistemólogas y científicas feministas.”

La comunidad incel es la más virulenta de la manósfera. Creada en un foro de Internet por una estudiante canadiense a fines de los ‘90, en su origen estaba dedicada al intercambio de experiencias de personas a las que les costaba entablar relaciones sexoafectivas. Con el tiempo, su composición y razón de ser fue variando hasta convertirse en el grupo misógino más radicalizado de nuestro tiempo. En nombre de esta comunidad se han cometido hasta actos de terrorismo misógino a lo largo de todo el planeta, como la masacre de la Escuela Politécnica de Montreal de 1989 y la masacre de Isla Vista de 2014, entre otros.

El movimiento incel recluta jóvenes con problemas y vulnerabilidades reales (tanto materiales como psicológicas y afectivas) y les inculca la idea de que las mujeres son la causa de sus problemas. El mito fundante de esta comunidad es que el feminismo ha inventado la idea del privilegio masculino y la ha explotado en beneficio de las mujeres. En particular, los incels están obsesionados con la autonomía sexual de las mujeres. La idea de ser "célibes involuntarios" es elocuente: son varones a quienes les es negado algo que consideran que es su derecho, el sexo. El feminismo está en la raíz de la autonomía sexual de las mujeres, por ende, es el gran enemigo a derrotar.

**Los incels, al igual que los otros grupos de la manósfera, tienen creencias biologicistas muy rígidas. Consideran que genéticamente los varones nacen con un fenotipo ganador o perdedor y a ellos les ha tocado estar del lado de los perdedores.**

Por esta razón, no tienen chance de cumplir con su "propósito biológico" (tener sexo y procrear), a menos que algún tipo de "redistribución sexual" se ocupe de



garantizarles su derecho a través de la aniquilación de la autonomía sexual femenina.

En el imaginario de la manósfera, el fenotipo de ganador, o "Chad", tiene determinadas características óseas que demuestran su virilidad como, por ejemplo, una mandíbula angulosa y bien definida. Muchos varones intentan alcanzar esta imagen a través de prácticas como el *mewing* o el *bone smashing*. Este fenómeno se encuentra detrás de la obsesión por el retoque de la papada del presidente argentino Javier Milei. El creador del *mewing*, John Mew, un ortodoncista británico, sostiene que los ejercicios de "ortotropía" que creó y diseñó, permitirían a todos los varones recuperar un rostro masculino bien definido, al que caracteriza como un "patrimonio perdido de nuestros antepasados".

Esta apelación a un "patrimonio perdido" conecta a esta tendencia con otro fenómeno surgido de la manósfera: la nostalgia de civilizaciones pasadas, como el imperio romano. La historiadora Mary Beard sostiene que la fantasía masculinista con el imperio romano presenta a Roma como una especie de lugar seguro para la masculinidad.

Esta unidad digital antifeminista es un fenómeno de Internet que se organizó en el plano digital y logró injerir el terrenal. ¿Cómo? Aprovechando esta era de sobreinformación y desatención, distribuyeron su pensamiento en diferentes campañas presidenciales y lograron imponer su agenda.

En Argentina, por ejemplo, en la última campaña presidencial —donde ganó el partido La Libertad Avanza, conducido por Javier Milei—, Ecofeminita creó #Ecofemibot, un bot de Whatsapp donde se podían enviar todos los contenidos de desinformación de género que se cruzaran en el mundo digital. El bot recibió la información para luego ser clasificada y analizada manualmente y, de esta forma, entender patrones y comportamientos alrededor de discursos de odio y desinformación en torno a la campaña electoral argentina. Este proyecto



cobró una importancia particular ya que surge como un cambio de estrategia frente al retroceso que tuvo la agenda de género dentro del debate público en general, y en la elección presidencial, en particular.

Se analizaron un montón de contenidos electorales y se comprobaron los ataques a los movimientos feministas, en particular a la ideología de género.

**La mayoría de la información fue más que nada dirigida en contra de la agenda transfeminista y grupos y organizaciones feministas (77%) difundidas en páginas personales y públicas de redes sociales (65%) y páginas públicas de medios de comunicación (31,5%).**

La última elección argentina fue movilizada por el odio y canalizada por un líder que, retomando a Mary Beard, considera ser la reencarnación de un gladiador romano y que, además, realiza constantemente apelaciones en tono épico a “las fuerzas del cielo”. Además, los libertarios serían sus soldados que están “batallando” 24x7 en las redes sociales denostando a quienes estén en su contra. Toda esta épica bélica no hace más que incentivar discursos de odio, destructivos contra quien piense distinto en vez de tejer puentes por un bien común.

## Hostigamiento virtual

La organización de estas masculinidades no es sólo de encuentro, sino también de ataque. Se mueven en grupo en la “calle digital” y hostigan a mujeres y diversidades al mismo tiempo, en manada. Por eso, según una investigación de LATFEM, las periodistas mujeres de América Latina cada vez hablan menos en redes —silenciarse para preservarse— por el ciberacoso que reciben. Un ejemplo es el de Bianca Santana, una mujer negra nacida en San Pablo, de 35 años, periodista de la revista Gama, que denunció al entonces presidente de su país, Jair Bolsonaro, y a su ejército de trolls ante el Consejo de Derechos Humanos de las Naciones Unidas en 2020 por ataques virtuales del mandatario contra ella. Bianca había investigado los vínculos que tenía el jerarca y sus hijos con la milicia



acusada de asesinar a la defensora y activista Marielle Franco. En diciembre de 2019 había publicado un artículo con Anielle Franco, la hermana de Marielle, feminista asesinada en 2018 en Río de Janeiro. En aquella semana le hackearon el WhatsApp, atacaron sus casillas de correo y el acoso virtual se trasladó al mundo analógico: un grupo de hombres la hostigó en su lugar de trabajo. El odio virtual de estos varones condensó en el plano terrenal.

“La participación en Internet en general, y en redes sociales en particular, es parte del derecho a la comunicación de las personas. Las redes son hoy los foros públicos, mucho más en contexto de pandemia. Que la violencia hacia las mujeres que se manifiesta en estos espacios sea mayor que la que reciben los varones, y que, como consecuencia de la misma las mujeres se estén retirando del debate público (...) afecta su derecho a la libertad de expresión”, dicen Sandra Chaher, de Comunicación para la Igualdad, y Lina Cuellar, de la organización Sentido Colombia -con respaldo de UNESCO- en su libro *Ser periodista en Twitter. Violencia de género digital en América Latina*.

Siguiendo con el informe, el 80% de las comunicadoras con voz pública en la región limitó su participación en las redes. Es decir, omite opinar o manifestarse sobre determinados temas, según el reporte “Violencia de género en línea hacia mujeres con voz pública. Impacto en la libertad de expresión” de ONU Mujeres de 2022. El ciberacoso, la suplantación de identidad, las extorsiones en línea y las amenazas de judicialización, o los comentarios xenófobos, racistas y machistas son moneda corriente y, como se dijo anteriormente, al no estar legislado por ser un “mundo nuevo” pareciera valer todo. Recién ahora empiezan a conocerse casos pero generalmente están asociados con personas de carácter público. Por ejemplo, acaban de procesar a una persona que había amenazado a la ex legisladora argentina Ofelia Fernández durante la pandemia —el momento que sirvió de chispa para encender la manófera—. También el influencer libertario Emmanuel Danann tendrá que hacer tareas comunitarias por violencia de género y hostigamiento sistemático contra la periodista argentina Mariana Abiuso.



La violencia en redes está a la orden del día, y para comprobarlo basta con entrar a los comentarios de algún tuit o publicación en Instagram de alguna mujer pública. O no necesariamente pública, ya que la condición de ser mujer es suficiente para ser hostigada.

## “Hombres de alto valor” y “*tradwives*”

Si hacemos foco en los trabajos de cuidados, encontramos que este perfil defiende los valores tradicionales y los estereotipos de género a través de los cuales el “varón de alto valor” es aquel que puede proveer a su mujer una vida lujosa y la “mujer de alto valor” es aquella dedicada a cuidar y consentir a ese varón. En este perfil de audiencia vemos, no solo una reivindicación de los roles de género tradicionales, sino, una vez más, una narrativa antifeminista según la cual, los feminismos vienen a romper con ese supuesto par de opuestos complementarios.

El movimiento *tradwives* también va en esta misma línea. Este movimiento de “esposas tradicionales” promueve un retorno a los roles de género tradicionales, donde las mujeres se dedican a las tareas de cuidados y a la familia, mientras los hombres son los proveedores. Las "*tradwives*" además valoran la feminidad clásica, la sumisión en el matrimonio y las tareas domésticas como una elección empoderadora y voluntaria. Todo esto está relacionado con la crisis de los cuidados ya mencionada, ya que no hay una solución estructural para la mayoría de las mujeres que no sea la doble jornada laboral. Por lo tanto, es esperable que muchas de ellas vean la posibilidad de bajar su carga de trabajo a través del varón proveedor como una solución a dicha crisis, y crean más fácilmente que esa solución es el camino que las “libera”.

Este movimiento también promueve el antifeminismo, considerándolo una ideología que ha presionado a las mujeres a asumir roles que no desean y que ignora el valor de las elecciones tradicionales. Algunas incluso argumentan que el feminismo suele menospreciar la maternidad y las tareas del hogar. Si bien esta

tendencia está enfocada en las mujeres, los contenidos relacionados suelen tener gran apoyo de la audiencia masculina:

Buscar contenido relacionado

POV:  
You made it to  
tradtok

Reply to ella's comment  
the misery in the eyes gets worse and worse 😞

su nombre significa "esposas tradicionales" y no solo promueven un estilo retro

mariomendoza2256  
Todo el amor y todo el dinero a las "Tradwives"! 🥰  
2-1 Responder 7787  
Ver 69 respuestas

Reinartz  
Yo me casé con una tradwife y es mi reina. Sus valores, tradiciones y demás, me encanta 🥰  
2-2 Responder 1511  
Ver 26 respuestas

SuperTr3s  
Esposas tradicionales, el verdadero modelo bíblico. Una mujer así se gana el respeto del hombre y nos hace tratarlas como a reinas. 🙌🙌🙌  
2-5 Responder 608  
Ver 88 respuestas

josemarcosvargas77  
por finnnm....donde encuentro mi trad wives....donde debe promoverse el amor a la familia y respeto a la relación...sin feminismo, ni machismo..  
2-1 Responder 736  
Ver 28 respuestas

Reyno del sol  
yo quiero unaaaaa, dónde las encuentrooo, fantásticas, LA TRNDRIA CUIDADA COMO UN GRAN TESORO 🥰  
2-2 Responder 26  
Ver 9 respuestas

## ¿HAY VARONES QUE NO SEAN OPOSICIÓN?

La violencia masculina no se inventó con Internet, desde ya, pero si se reencontró y reorganizó para volver a imponerse cuando parecía que sufría un retroceso gracias al movimiento feminista, que también sigue la misma lógica: Internet sirvió para reorganizarse e imponer su agenda, una mucho más igualitaria que se encontró con un sector reaccionario en un espacio donde se tracciona más la reacción que la acción.

En el informe "Collaborating Across Differences to reduce Authoritarianism", los investigadores Repucci y Slipowitz señalan algo clave:



**“Las redes sociales y la tecnología impulsan aún más estas tendencias al amplificar las conversaciones divisivas, borrando los matices, la complejidad y el civismo”.**

Y añaden, “esta dinámica crea un terreno fértil para el retroceso de las normas democráticas y el auge del autoritarismo, lo que conduce al declive de las democracias en todo el mundo”. Esta observación está muy clara en el documental *The Social Dilemma*, donde personas que trabajaron en gigantes tecnológicas explican cómo funcionan las redes sociales y el desinterés que tienen esas empresas por los efectos adversos que generan.

En esta era de la comunicación 2.0, todos dejamos de ser consumidores de información para estar de ambos lados del mostrador: no sólo consumimos, sino que también generamos, por lo tanto, la comprensión de este mundo digital que habitamos es más accesible que el de los medios tradicionales, donde no conocemos su funcionamiento a menos que trabajamos en él.

El ya mencionado informe de LATFEM dice que no es casualidad que haya una avanzada de ultraderecha en la región y que se haya conformado una “internacional reaccionaria”, como la llamó en 2018 en la revista *Crisis* el analista político Juan Gabriel Tokatlian. La extrema derecha gana espacios de poder en Latinoamérica y El Caribe y los grupos antidemocráticos aprovechan estos escenarios convulsos para avanzar en la diseminación de discursos de odio que alcanzan a distintos sectores, en especial las juventudes masculinas. Esta avanzada tiene como objetivo no sólo modificar pactos culturales, avances en relación a la conquista de derechos colectivos e individuales, sino también implementar un modelo económico que beneficia solo a unos pocos. Del “Nadie se salva sólo” en la pandemia a que no importe quien está al lado. O peor: ignorarlo, no reconocerlo.

Frente a este panorama, cobra aún más importancia la necesidad de ampliar las audiencias, de salir del nicho feminista —muchas veces “mujeril”— para pensar en mensajes que convoquen a otras identidades, entre ellas, los varones.

## Interpelar a esos varones

**En un mundo cada vez más polarizado y motorizado por herramientas digitales que favorecen y son responsables de esa acrecentada división, cómo hacer para interpelar a las masculinidades que encontraron fidelización en su zona de confort parece ser una misión muy difícil (pero no imposible, claro).**

Si estos varones no fueron interpelados hasta ahora, cuando los matices eran más comunes a la hora de discutir agendas, encontrar grises entre blancos y negros será el desafío. El gris por sí mismo pareciera no existir más, así que habrá que meterse en esos otros colores para generarlo. La gran pregunta es cómo hacerlo ante tanta intolerancia, desatención e individualismo.

Respecto a esta interpelación, conversamos con algunos varones que deciden seguir cuestionando los mandatos patriarcales. Luciano Fabbri es docente y capacitador sobre masculinidades, políticas de género y sexualidades; también es licenciado en Ciencias Políticas, doctor en Ciencias Sociales, profesor universitario y educador popular. Le consultamos sobre posibles abordajes y maneras de interpelar a una audiencia masculina.



LUCIANO  
FABBRI

*“Para persuadir o para invitar a la reflexión, en un principio hay algo que es súper necesario que es la identificación. Que ese sujeto, en este caso ese varón, se identifique con el discurso que le estás proponiendo. Y ahí tenemos una gran dificultad porque cuando les queremos proponer, digamos, en clave de imperativo moral, o de exigencia ética en comprometerse con las cuestiones de género porque tienen que ser más justos con aquellos que se encuentran en una posición de subordinación, es muy difícil entrar. **Entonces creo que una de las***



***puertas de entrada para generar identificación son con aquellas cosas que les afectan. Que en muchos casos tienen que ver justamente con los impactos que los mandatos de masculinidad tienen para con ellos mismos, cómo afectan sus formas de vivir”.***

Luciano cree que la vía de entrada para que se sensibilicen con la problemática es que noten que les afecta a ellos también: “El mayor desafío metodológico, pedagógico, discursivo, es que se asuman como las primeras víctimas del mandato de masculinidad”. Por su parte, Andrés, administrador y generador de contenido de la cuenta Privilegiados —donde se cuestiona el mandato patriarcal—, cuenta que la violencia y la polarización que encontramos en el mundo digital, avalada muchas veces por el anonimato, no siempre se reproduce de la misma manera en el plano terrenal: “Dando talleres, charlas, capacitaciones en escuelas, sindicatos, organizaciones sociales, empresas multinacionales y pymes sentimos que cuando vos das la charla presencial, estás una hora, una hora y media o dos hablando con un grupo mixto o un grupo de varones, todas esas resistencias que leemos en las redes, que están cargadas de violencia, no suceden: nunca vivimos una en vivo, pero nunca, nunca tuvimos un varón muy enojado diciéndonos que ‘esto es ideología de género, que somos unos zurdos, que vamos a correr”. Siguiendo con la pregunta de este apartado, entonces, podríamos inferir que hay luz más allá de la manósfera.

Andrés coincide con Luciano en que una estrategia para entrar es la de “hablar de los costos de la masculinidad”, que entiendan, por ejemplo, que en Latinoamérica el cáncer de próstata es la segunda causa de muerte por cáncer y que el 45% de los cánceres de próstata se diagnostican tarde. Es decir, es la segunda causa y la mitad de esa causa se diagnostica tarde por el prejuicio al tacto, al testeo, por el prejuicio también por la idea del aguante, de la salud, de ser inmortales, superpoderosos. “Con los siniestros viales pasa lo mismo”, complementa Andrés. “Somos más los varones que morimos en siniestros viales causados por nosotros mismos y que tienen que ver con manejar rápido, con

imponer nuestro auto, con pensar que nuestro ego arriba del auto es más importante que el auto de al lado”, dice y explica:



**ANDRÉS ARBIT  
PRIVILEGIADOS**

*“Cuando podés conectar que hay una construcción de género, que no es una cuestión individual tuya —que justo a vos se te ocurrió ser un varón cis heterosexual—, podés pensar con la perspectiva de género. Entonces si podés ver que esa construcción tiene costos para vos, **¿por qué no los va a tener también para las mujeres y diversidades?**”.*

Varones antipatriarcales (VA) es una organización política conformada por maricas y varones heterocis que convoca a otros varones a dejarse interpelar por el feminismo. Ellos coinciden con Andrés en que los lugares de encuentro en el mundo terrenal, no virtual, son fundamentales: “Desde nuestra experiencia en talleres, que realizamos desde el año 2010, podemos afirmar que lo que hacen faltan son espacios de encuentro, donde los varones podamos hablar, preguntarnos, escucharnos y empatizar con la multiplicidad de masculinidades y de otras identidades que existen en la sociedad y así reflexionar para cambiar y promover acciones concretas de cambio, tanto en el orden privado como en el público. Hay que apelar a la empatía y la conciencia colectiva”.



**VARONES ANTI-PATRIARCALES**

*“Necesitamos evidenciar cómo el patriarcado o el machismo también nos condiciona y oprime, mucha de las violencias que sufrimos siendo niños o de la violencia como forma de resolver algún conflicto, son consecuencia de ese sistema”.*

Las narrativas son estructuras de la experiencia: estamos hechos y atravesados de historias. No importa en qué formato se cuenten, la humanidad es una sucesión de historias, es condición humana narrar.



**En un mundo cada vez más individual, si no se puede interpelar colectivamente, habrá que apelar a lo fenomenológico, buscar y tocar la fibra personal.**

La estrategia ante este escenario radicalizado no sería de tejer puentes porque eso sería agarrar algo de un mundo y llevarlo al otro (un poco del blanco en el negro o viceversa); y hoy en día esos colores funcionan más bien como el agua y el aceite, por lo tanto habrá que primero sensibilizar al varón para que después sí pueda tejer un puente y ver a la mujer como un igual.

Para dialogar con los varones en nuestra región, es fundamental intercambiar con sus espacios de interés. Ante una coyuntura tan polarizada y el avance de las extremas derechas, nos preguntamos qué le interesan hoy a los varones, y qué historias pueden llegar a sensibilizarlos.

## **SUS INTERESES Y NICHOS DE ENCUENTRO**

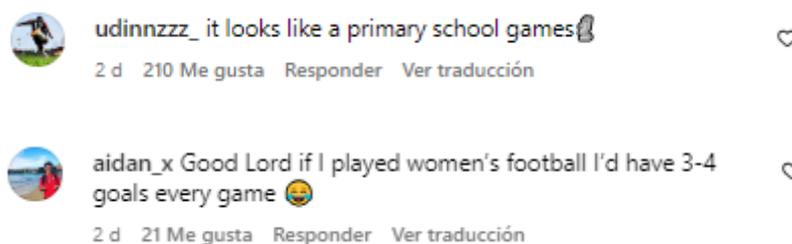
En los apartados anteriores, identificamos que las narrativas conservadoras tomaron protagonismo frente a audiencias masculinas, pero a través de entrevistas con referentes varones que cuestionan estas ideas, identificamos que hay varones fuera de la manófera y que un posible abordaje hacia ellos es a través de historias que apelen a su sensibilidad, por un lado, y mensajes que muestren cómo ellos también son víctimas de esas ideas masculinistas que muchos de sus pares hoy reivindican. Para profundizar este análisis, los espacios en donde los varones más interactúan nos pueden dar pistas de cómo puede armarse ese diálogo con ellos.

## El fútbol, la meca de encuentro entre varones

Una investigación de la consultora Rebold realizada al finalizar el mundial de fútbol de Qatar en 2022, reveló que el 58% de los fanáticos de fútbol del mundo está en América Latina. Por lo tanto, indagar en las narrativas que circulan alrededor de este deporte, puede ser un puntapié para entender sus valores e intereses complementarios.

Esta misma encuesta también reveló que los mayores consumidores de fútbol son en su mayoría hombres jóvenes (66%); que el 89% de los consumidores en Latinoamérica prefieren ver los partidos de fútbol desde la comodidad de su hogar; que el 34% quiere hacerlo en casa de amigos y el 29%, con sus familiares, lo que confirma que para muchos varones este deporte no sólo es una afición, sino que es un momento de encuentro con otros varones.

Para empezar a entender qué mueve a los varones, alcanza con ir a una cuenta de noticias y ver los comentarios cuando comparten alguna novedad respecto al fútbol femenino.



En 2023, se celebró el Mundial de mujeres y la Asociación de Fútbol de Francia realizó un spot donde mostraba golazos de la Selección masculina, pero resultó ser que en realidad eran de la femenina, porque se habían alterado los videos con inteligencia artificial. La campaña se volvió viral en todo el mundo, pero en LATAM no salió ninguna similar porque el fútbol femenino no tiene el mismo nivel de financiamiento que en Europa.



Siguiendo con la temática Mundial, el último masculino, el de Qatar 2022, demostró, incluso desde el país hospedador, que estructuras patriarcales y religiosas lograron resistir a la última ola feminista. Basta poner en el buscador de X (exTwitter) “Dios, patria y familia” para ver cómo se reinstaló la lógica de ese “orden natural” que tuvo su apogeo durante noviembre y diciembre de 2022. Messi, por ejemplo, subió una foto a Instagram con el copy de “FAMILIA ❤️” antes de jugar el partido más importante de su carrera. O incluso se puede ver en los comentarios en la foto de Antonella Rocuzzo, esposa de Lionel Messi, donde los varones reproducen el código de “no mirarla” como si fuera un mandamiento religioso: “No mirarás a la mujer de tu ídolo”. En ese “orden natural” de aquel evento, las mujeres de los jugadores fueron posicionadas como sostenes emocionales de esos “guerreros”, para seguir la línea de Mary Beard y el imperio romano, y dejaron su status despectivo de botineras que se casan por dinero.

## El fútbol como ventana a otras narrativas

El fútbol, al convocar a una amplia audiencia masculina en toda la región, también se presenta como una oportunidad única para transmitir narrativas con componentes emocionales que a menudo se alejan de la norma masculina tradicional. El deporte puede ser una herramienta poderosa para abordar otras narrativas, ya que muchos hombres se sienten cómodos y conectados a través del fútbol, lo que facilita la recepción de mensajes que, de otro modo, podrían resultar incómodos o desconocidos.

Un ejemplo de esto es la campaña #ReachOut lanzada por la FIFA en 2021, destinada a sensibilizar sobre salud mental. Esta campaña utiliza la popularidad y el alcance del fútbol para animar a los varones a hablar sobre sus problemas de salud mental y buscar ayuda cuando la necesiten. El testimonio de futbolistas famosos como Richarlison, que han compartido sus experiencias personales, ayuda a romper el estigma y a normalizar las conversaciones sobre salud mental entre los seguidores del deporte.



Otra campaña notable es la del Norwich City, que lanzó un video emotivo en el Día Mundial de la Salud Mental 2023. El video muestra la relación silenciosa pero significativa entre dos aficionados del club, destacando cómo la depresión puede pasar desapercibida incluso entre amigos cercanos. Este tipo de narrativas, que conectan emocionalmente con la audiencia a través de situaciones cotidianas y reconocibles, puede ser particularmente eficaz para llegar a varones que tradicionalmente no se involucran en conversaciones sobre su bienestar.

En definitiva, el fútbol concentra los estereotipos machistas más conservadores, pero también puede servir como una puerta de entrada para que los varones se conecten con otras historias, utilizando la familiaridad y la pasión por el deporte para abordar temas que no suelen formar parte de su cotidianidad.

## HABLEMOS DE CUIDADOS

En los apartados anteriores vimos cuáles son las narrativas, los valores y las ideas que comparten las audiencias masculinas que hoy vemos radicalizadas y que se oponen de manera explícita al feminismo. Con la intención de pensar mensajes y narrativas que se enfrenten a esas ideas conservadoras, volvemos a preguntarnos, ¿hay varones que no sean oposición? Y puntualmente, ¿cuáles son las ideas preconcebidas, los valores y los miedos que operan sobre ellos para frenarlos a avanzar en la idea de corresponsabilidad de los cuidados?

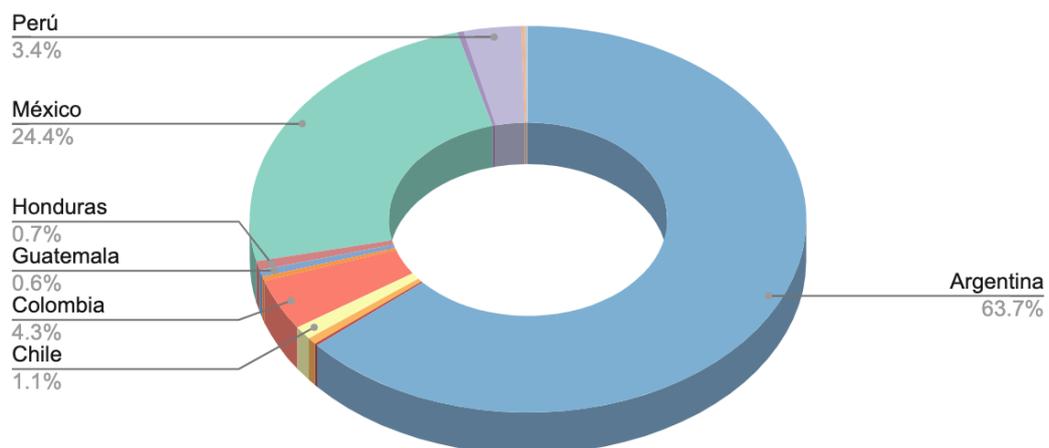
Para empezar a responder estas preguntas, lanzamos una encuesta con la intención de tener un primer acercamiento a la relación que tienen los varones con los trabajos de cuidados. Circulamos esta encuesta vía Whatsapp y obtuvimos 537 respuestas de varones cis de América Latina. Además, avanzamos en las entrevistas en profundidad con varones referentes en organizaciones y colectivos que deciden seguir cuestionando los mandatos patriarcales

preguntándoles específicamente sobre la relación entre sus audiencias y los trabajos de cuidados. A continuación compartimos datos y conclusiones clave.

## Elementos demográficos

La mayoría de las respuestas recibidas en nuestra encuesta son de argentinos de entre 20 y 39 años de edad. A los argentinos, le siguen los mexicanos, componiendo casi un 25% de los encuestados.

### Nacionalidad de los encuestados





## ¿De qué hablan los varones?

Uno de los objetivos de nuestra encuesta era tratar de entender qué espacio tienen las temáticas relacionadas a los trabajos de cuidados en el día a día de los varones. Para esto, les preguntamos a los encuestados qué tan frecuentes eran en las conversaciones entre amigos las siguientes temáticas:

- Parejas / vínculos
- Familia
- Deportes
- Política
- Recetas de cocina
- Tips para la casa (limpieza, cuidado de plantas, instalación de muebles, etc.)
- Salud física
- Salud mental
- Trabajo
- Dinero

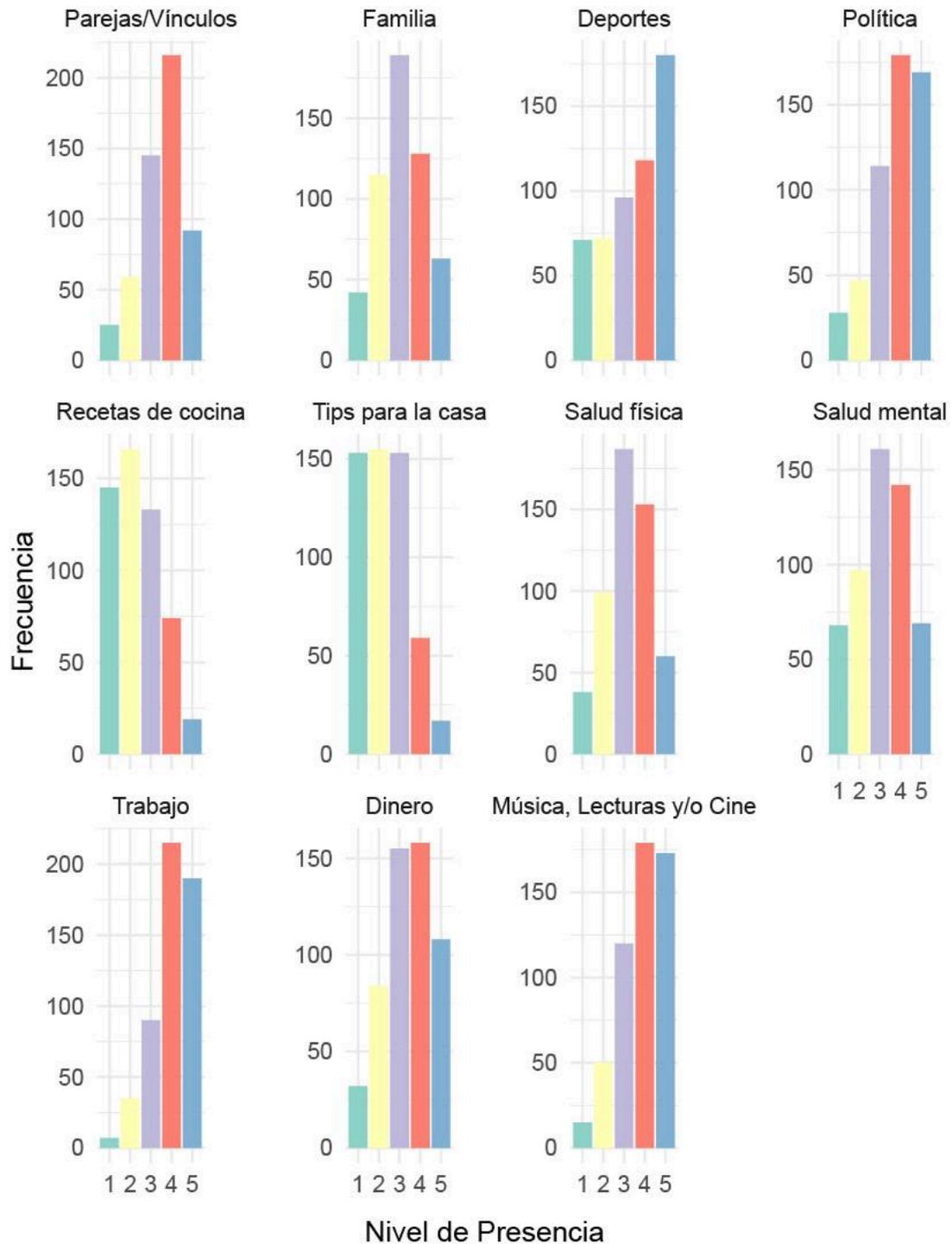


- Música, lecturas y/o cine

De esta pregunta surgieron algunos datos que parecen demostrar que las temáticas asociadas a las tareas de cuidados tienen muy poca presencia en las conversaciones entre varones.

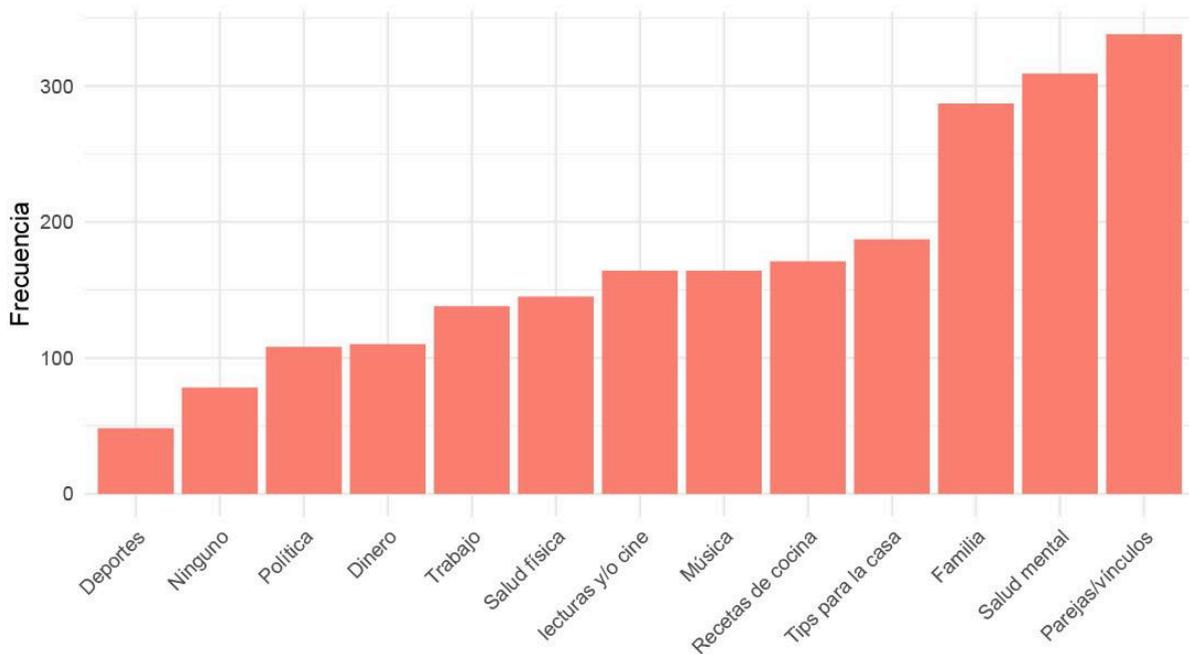
**Los datos obtenidos confirman los intereses analizados en el apartado sobre espacios de encuentro de audiencias masculinas: las temáticas que más aparecen con frecuencia de conversación alta son política, deportes, trabajo y consumos culturales. En cambio, las temáticas que más aparecen con frecuencia de conversación baja son recetas de cocina y tips para la casa.**

## Temas de conversación con amigos varones



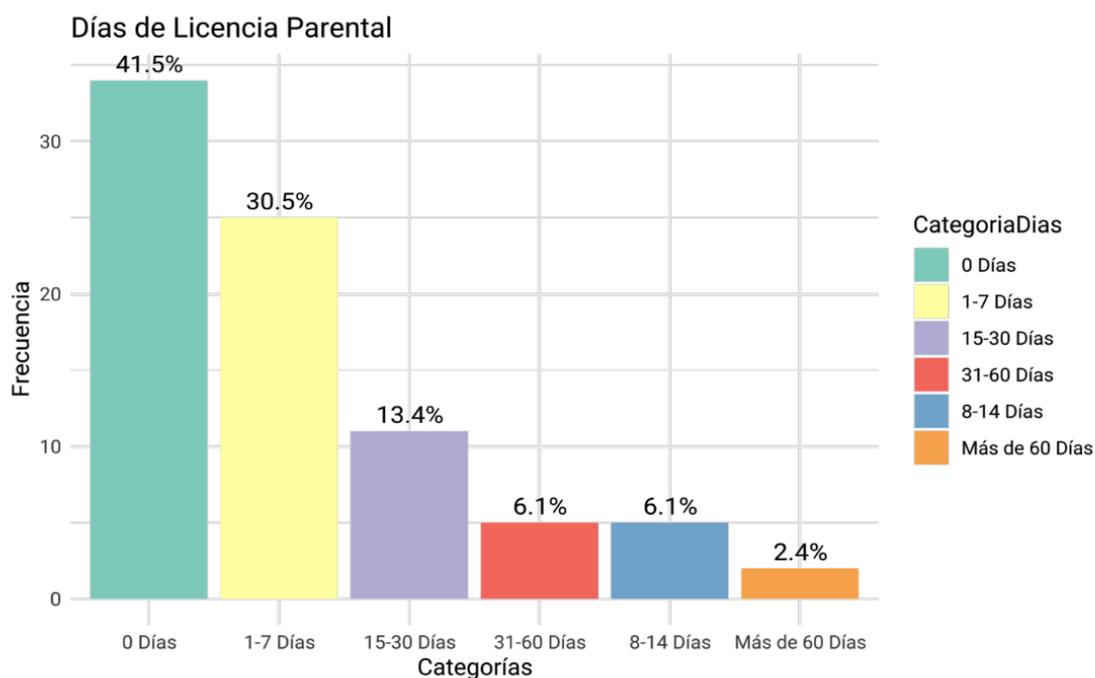
Cuando les preguntamos a esos mismos varones si hay alguna temática que piensen que pueden conversarlas mejor con su pareja o amigas mujeres, esta relación se invierte: vemos que los varones hablan menos con las mujeres de sus círculos sociales de deportes, política, dinero y trabajo y pueden hablar más sobre temáticas asociadas a los cuidados (vínculos, salud mental, familia, hogar, etc). Los roles y estereotipos de género se siguen replicando en nuestras conversaciones.

**Temas de conversación con mujeres**

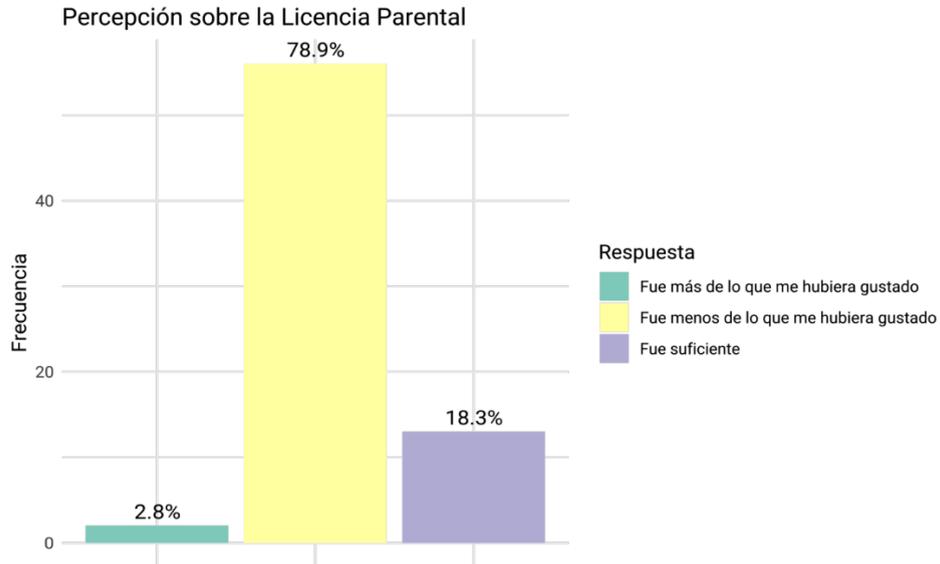


## Paternidades y licencias

Para seguir profundizando en el análisis de la relación de los varones con los trabajos de cuidados, quisimos saber cuántos de nuestros encuestados eran padres y cómo habían vivido el momento de su licencia por paternidad.

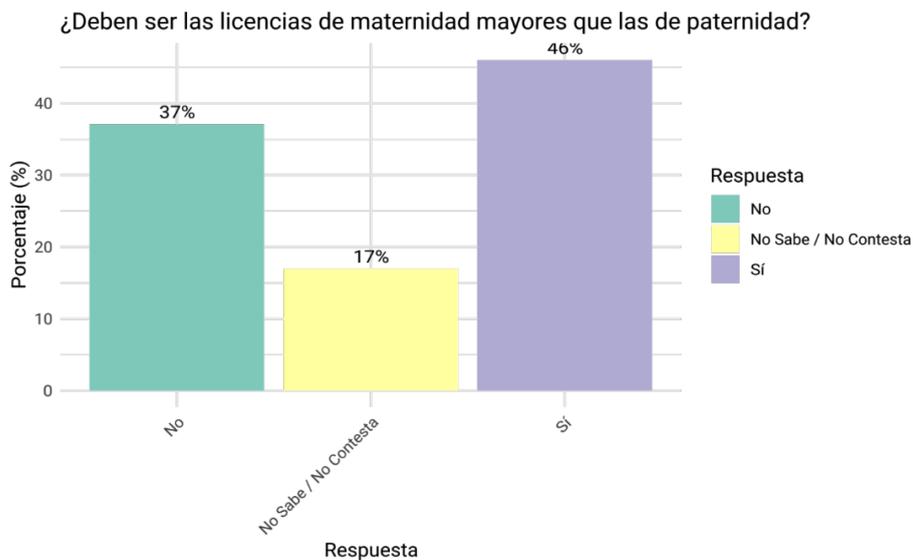


**Más del 70% de los padres encuestados tuvieron menos de 7 días de licencia y casi el 80% de los padres manifestaron que su licencia por paternidad fue más corta de lo que les hubiera gustado.**



A continuación nos propusimos indagar qué piensan los varones de las diferencias que existen hoy en día entre las licencias por maternidad y paternidad.

**El 46% de los encuestados afirmó que las licencias por maternidad deben ser más extensas que las licencias por paternidad.**



Es interesante analizar las razones por las que los varones encuestados tienen esta creencia, algunas de sus respuestas fueron:

- *“La madre es más importante en los primeros días de nacimiento de un bebé por el periodo de lactancia, tacto y por el desgaste físico y mental que trae consigo un parto.”*
- *“Porque los bebés necesitan más a la mamá que a los papás, la relación con ambos es distinta. Puede ser por una cuestión natural”*
- *“Estoy de acuerdo, porque es muy importante la presencia de la madre en los primeros meses/años de vida de un niño”*
- *“Si bien es necesaria la paridad ante los cuidados del hijo (en este caso, en su instancia de neonato), la gestación del bebé y su posterior amamantamiento exigiría como contraprestación una licencia de maternidad más larga.”*
- *“Porque tiene muchas más responsabilidades.”*
- *“Porque es mucho mayor la carga que lleva la mujer en todo el proceso de gestación.”*
- *“El vínculo desde lo hormonal es superior. Además de la alimentación mamaria en caso de poder alimentar al bebé de esa forma.”*
- *“Estoy de acuerdo en que las licencias por maternidad sean más largas por un tema físico y mental más demandante.”*
- *“Porque el desgaste mental y físico es mayor en la maternidad que en la paternidad.”*
- *“Porque la madre realiza más esfuerzo físico/mental y calculo que cuesta más recuperarse.”*

De sus respuestas, podemos inferir algunas de sus creencias limitantes para involucrarse más abiertamente en los trabajos de cuidados en la etapa inicial de su paternidad:

1. **Se impone la cuestión biológica:** los encuestados argumentan que la gestación, el parto y la lactancia necesariamente influyen en la extensión de las licencias. Lo interesante es que varias respuestas incluyen el “desgaste mental” como parte de las variables asociadas a los cambios naturales que sufre una persona gestante durante la gestación y la crianza. Los elementos como la carga mental, los estereotipos y las



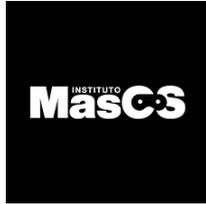
presiones sociales que suelen recaer sobre las madres durante la gestación y la crianza no aparecen entre las respuestas.

2. **Se hace foco solo en los cuidados vinculados con la crianza:** varios padres encuestados sostienen que la madre necesita licencias más extensas por la especificidad de su vínculo con unx hijx. La pregunta es, si las personas recién nacidas necesitan del tiempo de sus madres en los primeros días, ¿quién se encarga del resto de las tareas de cuidados? Los padres parecieran no contemplar que durante las licencias por maternidad tareas como limpiar la casa, cocinar, lavar la ropa o hacer las compras siguen existiendo.

En definitiva, el argumento principal de los padres es que “las licencias para madres deben ser más largas porque ellas afrontan una carga mayor”. La creencia de que esa carga está asociada a variables biológicas puede ser una limitante al momento de exigir licencias más extensas para varones y empezar a compartir esa carga.

## Insistir con la carga mental

Llama la atención que en varias respuestas de nuestros encuestados aparecen ideas como “desgaste emocional”, “desgaste mental” o “demanda mental”, todas asociadas a cuestiones como la gestación, el parto o el hecho de amamantar. Pareciera que la idea de “carga mental” tal como la conocemos las feministas todavía no está asimilada por gran parte de los varones. Esta idea también surge de nuestra conversación con [Nico Pontaquarto](#) del [Instituto de Masculinidades y Cambio Social](#):



INSTITUTO DE  
MASCULINIDADES  
Y CAMBIO SOCIAL

*“Son frecuentes las narrativas sobre pedidos sin resolver, demandas o deudas que tienen los varones sobre las mujeres. Tanto en situaciones de pareja como de hermanas o madres que reclaman desde la puntualidad hasta presencia y mayor compromiso. “Que tengas la cabeza acá”, es decir, no solo el cuerpo, no solo la tarea manual o logística sino la planificación. **La carga mental, ¿no? Sabés que esta idea aparece entre varones pero como un hábito que no se tiene (y que parece difícil de tener).**”*

Andrés, de Privilegiados, también cree que la carga mental es el elemento central de la cuestión para que los varones puedan empezar a accionar, identificarla como parte de los trabajos de cuidados y así empezar a compartirla. Y agrega:



ANDRÉS ARBIT  
PRIVILEGIADOS

*“Hay que empezar a compartir esa carga mental, y **esa carga mental implica a veces también que nuestras compañeras puedan confiar en que nosotros lo vamos a hacer. Y si nosotros lo hacemos mal una o dos veces, no nos frustramos, aprendamos a equivocarnos, equivoquémonos, pero sigamos haciéndolo porque lo tenemos que aprender y lo tenemos que sacar adelante.** ¿Por qué? Porque no es tan difícil, porque se puede aprender, porque son tareas cotidianas que como adultos responsables deberíamos poder asumir y llevar adelante. Entonces, hay algo ahí en la carga mental que tenemos que aprender a agarrar y dejar de pedir también el micromanaging y consultar dónde está el cuaderno, cuál era la tarea, cuál era el nombre de la mamá del amigo para agarrar el teléfono y llamarlo.*

## El miedo a “no saber”

Sabemos que, históricamente, a los varones no se les ha enseñado a cuidar y participar en los trabajos de cuidados de la misma manera que a las mujeres. Esta división de roles de género es inculcada desde la niñez y hace que los varones, al no recibir la formación ni el estímulo necesario para participar en el cuidado del hogar, llegan a la vida adulta con una notable falta de habilidades en este ámbito.



Pero este vacío educativo y práctico no solo perpetúa la desigualdad, sino que también crea una barrera adicional cuando los hombres intentan aprender y asumir responsabilidades domésticas en su adultez.

Cuando preguntamos a nuestros entrevistados sobre las principales preocupaciones o temores acerca de asumir un rol más activo en las tareas de cuidado, sus respuestas da cuenta de que un gran paso hacia el cambio es reconocer esa falta de preparación y estar dispuestos a aprender y adaptarse, aceptando que esta carencia no es una falla personal, sino un resultado de las normas sociales y culturales en las que crecieron:



**DESARMARNOS**

***“Pienso en principio en el miedo de no poder, de que no sea suficiente, de no registrar problemáticas que a priori no reconocía como una responsabilidad propia. A partir de hacerlo la preocupación es el desgaste emocional que conllevan estas tareas y a la que no estamos acostumbrados. Es una constante que los varones en tareas de cuidado nos “quememos”. Y aún así los varones no solemos llegar a asumir en su totalidad la gestión mental que implican los cuidados.”***

Vemos que ese proceso de aprendizaje, que es clave para que se involucren los varones, genera contradicciones y desafíos. En una sociedad donde la competencia y la autosuficiencia son valores tradicionales del género masculino, admitir que se necesita aprender algo considerado básico, asumir el "no saber" cómo realizar tareas de cuidados puede ser una fuente de vergüenza y fragilidad.

Un escudo para evitar asumir esas vulnerabilidades son las tareas de cuidados masculinizadas, como pueden ser los arreglos de artefactos, electricidad, etc. Andrés, de Privilegiados, también reconoce que a través de charlas con sus seguidores en Instagram identificaron que los varones podían asumir casi cualquier tarea doméstica menos limpiar el baño, y que algunos decían que para ellos era degradante. Para él, un elemento interesante para seguir trabajando entre varones es visibilizar que poder elegir qué tareas de cuidado hacer es un privilegio.



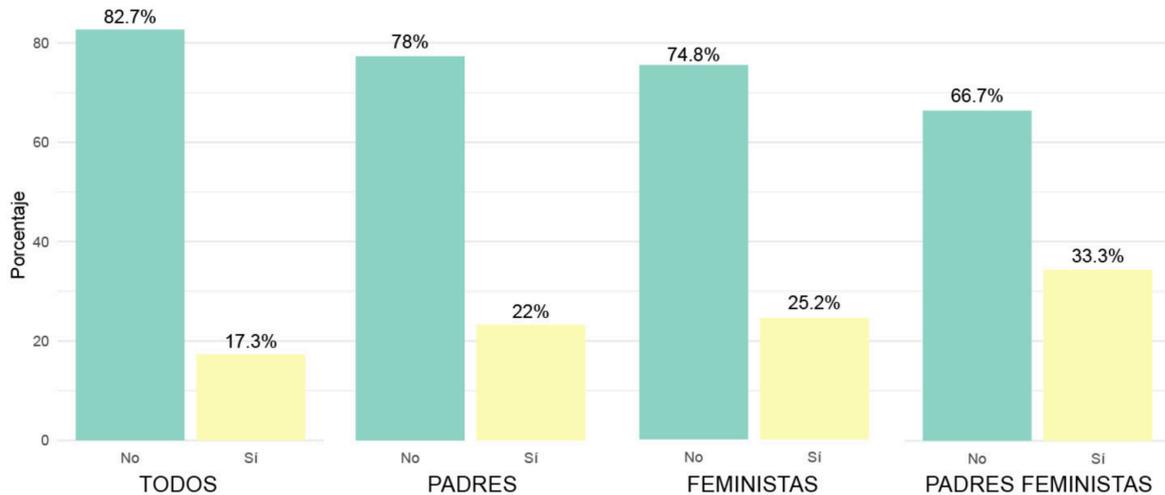
En definitiva, necesitamos pensar mensajes que inviten a los varones a aceptar esa vulnerabilidad como parte esencial para el cambio. Este proceso implica también cuestionar y desaprender las nociones tradicionales de masculinidad, para que puedan estar abiertos a redefinir su rol dentro de los esquemas de cuidados.

## Varones y la crisis de los cuidados

La crisis de los cuidados se refiere a la creciente dificultad para sostener las actividades de cuidado imprescindibles para el funcionamiento de nuestra sociedad. Este fenómeno global evidencia la desestabilización del modelo tradicional de provisión de cuidados. Con la masiva incorporación de mujeres al mercado laboral y el envejecimiento de la población, este modelo ha colapsado. Se ha generado una brecha entre la creciente demanda de cuidados y la falta de una oferta que responda a esta necesidad. Además, es necesaria una redistribución de estas tareas entre los distintos actores que organizan el cuidado (Estado, mercados, familias y comunidades) y, dentro de ellos, entre varones y mujeres.

Al día de hoy, los varones siguen siendo los que menos aportan a este tipo de trabajos. Es por esto que, a continuación, se visualizan los resultados de una pregunta en la que se les consultó a los encuestados sobre su conocimiento de esta crisis.

¿Escuchaste hablar alguna vez de la "Crisis de los Cuidados"?



El 82,7% de los encuestados nunca escuchó hablar de la crisis de los cuidados. Este porcentaje tiende a bajar si filtramos por padres o varones que se consideran feministas y baja aún más, hasta 66,7%, si cruzamos las variables “padres” y “feministas”. Que la mayoría de los varones no sepan qué es la crisis de los cuidados explica, en parte, por qué asocian los cuidados a tareas que deben repartirse al interior del hogar y no como un sistema de organización social que involucra otros actores.

## ¿VARONES FEMINISTAS?

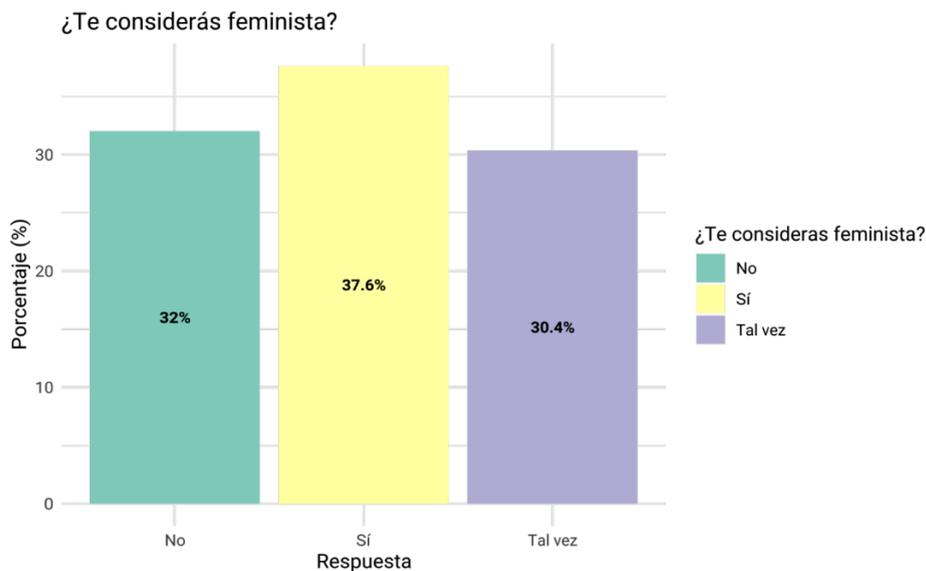
Para entender cuáles son las narrativas que pueden convocar y generar mayor conciencia entre los varones, nos preguntamos qué tan interpelados se sienten por las peleas feministas.

Desde Varones Antipatriarcales, reconocen el valor que los feminismos dieron sobre el trabajo que implican los cuidados de otras personas e incluso de ellos mismos y ve la distribución de esas tareas como algún tipo de justicia histórica por todas esas mujeres (madres, abuelas, tías y hermanas), que se ocuparon sin ningún tipo de reconocimiento de esas tareas durante generaciones.

Todos los referentes de organizaciones que trabajan sobre las masculinidades que entrevistamos afirman que los acercamientos de los varones hacia los cuidados son consecuencia del trabajo de visibilización y reconocimiento que se ha hecho desde los feminismos.

Por eso, quisimos entender qué tan cercanos a la pelea feminista se sienten los varones encuestados.

**El 32% dice que no se considera feminista<sup>1</sup> y, a su vez, más del 30% no sabe si se considera o no feminista.**



Es interesante analizar cualitativamente los argumentos por los cuales los varones encuestados no se consideran feministas. Algunos de ellos son:

- *“Es raro reconocerse feminista siendo varón, pero apoyo el movimiento.”*
- *“Estoy de acuerdo con la mayoría de las ideas del movimiento pero no creo que me corresponda considerarme feminista.”*

<sup>1</sup> Cabe aclarar que la encuesta comenzó a circular vía Whatsapp entre círculos cercanos a compañeras de Ecofeminista y Oxfam, por lo que entendemos que si hubiésemos circulado la encuesta de forma más amplia este porcentaje hubiera sido mucho mayor.

- *“Porque soy hombre y aprendí a aceptar mis micromachismos. También creo que solo las mujeres pueden ser feministas y, los onvres, a lo sumo, sólo podemos respetarlas (?). ((Dios, qué aliado que me siento escribiendo esto.))”*
- *“Apoyo la lucha del feminismo pero como varón cis heterosexual no puedo decir que soy feminista, desde mi lado intento aprender y cooperar con las cosas que se requieran.”*
- *“Creo que los hombres no podemos ser feministas, el rol que ocupamos en la sociedad ya es bastante fuerte. Sería robarles mérito a las mujeres me parece, si acompañar los ideales y hablar los temas con mi círculo para poder cambiar ciertas cosas.”*
- *“Me considero aliado pero no feminista en si ya que entiendo que es un movimiento de mujeres para mujeres.”*
- *“Porque no pertenezco al movimiento, no me define la identidad, aunque acompaño sus reivindicaciones.”*
- *“Por que no formo (activamente) parte del movimiento, de su cuerpo ni de sus discusiones.”*
- *“Porque no es mi lucha, pero siempre apoyo, respeto y acompaño desde mi rol secundario como hombre.”*
- *“Porque creo que es ocupar un lugar un rol que es de las mujeres, lo mejor que puedo hacer es apartarme, apoyar a mis amigas y reveer mis comportamientos.”*
- *“Comparto el pensamiento, pero no dejo de ser varón cis.”*
- *“Por qué considero que aún no supere la contradicción que de serlo siendo varón cis supone. Aún así busco lugares de resistencia, buscar la contra cultura que no dé sustento a la hegemonía individualista y patriarcal que nos propone el hoy.”*
- *“No es mi lugar. Actuó en contra de lo que estoy en desacuerdo desde mi posición.”*
- *“No me corresponde a mí que me asigne yo mismo esa categoría.”*
- *“Me parece bien el movimiento feminista, pero no me considero parte. Creo que está más destinado a la mujer.”*
- *“Me falta mucho, creo que es una lucha de mujeres. Banco, pero no me creo feminista.”*
- *“Entiendo que los hombres no somos parte de la lucha feminista, sino acompañantes.”*
- *“No creo que los varones cis podamos categorizarnos como feministas, sin embargo comulgo con la equidad de género y el afianzamiento de la igualdad real de oportunidades sobre todo para que las mujeres accedan a mejores salarios y trabajos cualificados que les otorguen mayor independencia económica.”*
- *“No siento que sea mí espacio.”*
- *“Porque soy hombre, pero estoy de acuerdo con muchas de las cosas que plantea el feminismo.”*
- *“Apoyo desde el margen. No soy mujer, y tampoco lo seré, por lo que no es mi lucha; sin embargo, estoy en íntegro acuerdo con el movimiento con respecto a las dificultades implicadas en la cualidad social atribuida al sexo. Nunca entenderé el miedo de ser una mujer caminando sola por la calle. Aun así escucho, y lo veo.”*
- *“Solo las mujeres pueden ser feministas.”*

- *“No tengo formación suficiente como para poder autopercibirme feminista o no feminista. Me hace ruido el hecho de que un varón cis se autoperciba feminista. No sé si son cosas excluyentes pero al momento siento que no son cosas que puedan ir de la mano, es un sentir y no un saber. Se puede aprender, escuchar, apoyar, acompañar sin tener que SER parte de un colectivo.”*
- *“Apoyo la lucha, no estoy del todo leído como para formar parte del movimiento.”*
- *“Evito la tilingería del varón cis que reclama el mote. Prestar atención, aprender y modificar mis conductas es independiente de ello.”*
- *“Si bien abogo por la equidad y la igualdad de oportunidades basada en competencias personales, no me siento representado por el movimiento desde mi posición como hombre.”*
- *“Política y socialmente estoy del lado del movimiento feminista. Sin embargo, no me considero feminista porque soy consciente que es un movimiento en el que otro grupo social es el que debe tener el foco de atención, y aunque siempre trato de visibilizar, apoyar o facilitar canales de comunicación a este movimiento (y todos los que aboguen por la justicia social y los ddhh), considero que mi lugar es estar detrás como soporte y difusor de información, más allá de tener un papel activo o considerarme feminista como varón hetero cis.”*
- *“No me siento muy cómodo al usar esta palabra. Yo creo que por ser feminista hay que ser mujer y militante. Sin embargo, apoyo a la causa (en la medida que lo pueda hacer) que me parece la revolución de nuestra generación.”*
- *“Porque el sujeto político del feminismo son las mujeres, no los hombres.”*
- *“Los hombres pueden ser aliados, pero no les atraviesa el género.”*
- *“Desde un posicionamiento de sexo y política solo podría hablar de la construcción de nuevas masculinidades, ya que considero que el Feminismo es un espacio político constructivo de las mujeres.”*
- *“Soy empaticista con el movimiento y filosofía feminista, pero soy hombre cis. El feminismo es (o debería ser) también un espacio seguro para las mujeres.”*
- *“Porque soy hombre y vivo con los privilegios de una sociedad heteronormada.”*
- *“Porque soy hombre. Es un movimiento de mujeres y para mujeres.”*
- *“Creo que todo hombre por mas que apoye el movimiento feminista, tiene algo de machista dentro suyo, como por ejemplo lo que antes se consideraba caballerosidad y hoy en día es cuestionado (e.j: antes el hombre pagaba prácticamente todo).”*
- *“Porque no hay consenso con respecto al lugar que ocupamos los varones en el movimiento, elijo respetar eso.”*
- *“Porque al no ser mujer no puedo comprender del todo el pensamiento feminista, lo apoyo desde mi lugar como hombre.”*
- *“Pienso que puedo ser afín a las ideas del feminismo pero no ser feminista pues es un grupo al que me parece solo deben tener acceso mujeres, así dialogar con libertad y construir desde espacios seguros.”*



- *“No creo que entre lxs sujetxs políticxs del feminismo, esté el conjunto de los hombres, menos aún cisgénero.”*
- *“Porque soy hombre cis, no creo que me corresponda.”*
- *“Es una causa social que no me corresponde como varón incluirme, mi trabajo para esa causa está en mi deconstrucción, no en tratar de entrar en el movimiento.”*
- *“Estoy a favor del feminismo y me consideraría un aliado pero creo que no es apropiado como hombre llamarme feminista.”*
- *“Entendí que el feminismo no incluye a los hombres.”*
- *“Yo creo que ser feminista es una lucha que le corresponde a las mujeres, lo que me compete a mí es no ser machista.”*
- *“Creo que los hombres pueden apoyar las causas de las mujeres pero no se pueden nombrar feministas cuando este es un movimiento creado por ellas y para ellas.”*

A raíz de estas respuestas vemos que gran parte de los varones encuestados que no se consideran feministas, en realidad no están en contra de las reivindicaciones y las luchas del movimiento, sino que tienen otras ideas preconcebidas que los alejan de esa pelea. Estas son algunas que deberíamos combatir:

**“Sólo las mujeres pueden ser feministas”:** En muchas respuestas encontramos la idea de que el feminismo es un movimiento creado “por y para mujeres”.

**“Los varones sólo pueden acompañar”:** Nos preguntamos si esta idea preconcebida lleva a los varones a la inacción. ¿Será que el “varón aliado” del movimiento feminista es la figura análoga al “padre que ayuda con las tareas domésticas” cuando hablamos de cuidados? ¿Podemos pensar en mensajes que los inviten a ser sujetos transformadores sin ser los protagonistas?

**“Mi rol en esa causa es trabajar en mi deconstrucción”:** Esto da cuenta de que los varones asocian el machismo con ciertas actitudes que pueden evitar de manera individual y no como un constructo social en el que también se incluyen normas, estereotipos y prácticas culturales que no solo los permea a ellos.

**“A los hombres no los afectan los estereotipos de género”:** Muchas respuestas hablan de privilegios e incluyen la idea de que ellos no están atravesados por cuestiones de género. Esto confirma algunas de las ideas planteadas en el apartado “Interpelar a los varones” de este mismo informe: muchos varones todavía no tienen una idea acabada de cómo el patriarcado y los roles de género también los afecta.

## CONCLUSIONES

A lo largo de este informe, pudimos echar luz sobre las narrativas orientadas a las audiencias masculinas que hoy en día tienen protagonismo en el mundo online. Identificamos un primer nicho de “varones opositores” que representan un grupo cuya ideología tiende a reafirmar los roles tradicionales de género. Vimos cómo estos hombres a menudo tienen creencias profundamente arraigadas sobre la división de los trabajos de cuidados, sustentadas en ese presunto “orden natural” de la sexualidad humana, el cual se basa en la división sexual (macho-hembra) y su complementariedad para la reproducción. Si bien es importante reconocer y entender estas posturas, ya que muchas de esas narrativas atentan contra los derechos de mujeres y las disidencias, consideramos que este grupo puede ser demasiado distante y resistente al cambio para pensar mensajes que promuevan una distribución equitativa de los cuidados dirigidos a ellos.

Hicimos entrevistas con referentes varones y detectamos que hay vida fuera de la manófera, que existen varones que no fueron interpelados por el movimiento feminista y que todavía no hicieron el click de reconocerse como víctimas de las normas masculinistas que hoy en día fomentan las derechas y sus pares ultra conservadores. Creemos que a estos “varones más varones” no es fácil llegarles con narrativas feministas desde un imperativo moral o de exigencia ética en comprometerse, sino que una puerta de entrada es generar identificación en terrenos en los que ellos se sientan cómodos (vimos que el fútbol es ese espacio por excelencia). A estos “varones más varones” necesitamos llegar con historias



de vida que den cuenta del impacto que los mandatos de masculinidad tienen para con ellos mismos y cómo afectan sus formas de vivir.

Por último, luego de haber encontrado un porcentaje amplio de varones radicalizándose hacia ideas conservadoras, nos preguntamos entonces qué pasa con los varones que llamamos “aliados” y decidimos indagar en su relación con el movimiento feminista en general para luego profundizar en las ideas, creencias limitantes, temores y preocupaciones que ellos tienen cuando hablamos de trabajos de cuidados.

Entre estos varones encuestados encontramos un nicho prometedor: los padres. La paternidad puede ser una ventana significativa para que los hombres comiencen a entender y cuestionar las desigualdades en la distribución de las tareas de cuidados. Los datos de nuestro informe muestran que muchos padres manifiestan un deseo de estar más presentes durante la crianza de sus hijos, aunque enfrentan limitaciones prácticas y culturales, como las cortas licencias por paternidad y las expectativas sociales sobre el rol de las madres. Este grupo puede ser especialmente receptivo a mensajes que enfatizan la importancia de compartir las tareas de cuidados no solo por el bienestar de sus hijos y parejas, sino también como una forma de enriquecer su experiencia paternal y desafiar los estereotipos de género.

Finalmente, los varones que se identifican como feministas, aunque no siempre se autodenominen así, representan un grupo clave: ya están familiarizados con las luchas del movimiento feminista y, en muchos casos, apoyan activamente la equidad de género. Sin embargo, nuestro informe revela que, aunque estos varones simpatizan con las ideas feministas, todavía pueden sentirse inseguros sobre cómo involucrarse activamente en esa pelea. Estos hombres ya han dado el primer paso al reconocer la importancia de la igualdad de género, pero necesitan orientación y herramientas concretas para trasladar estas ideas a la práctica diaria. Recursos educativos, ejemplos de otros hombres en situaciones similares y espacios de apoyo mutuo pueden facilitar su transición hacia una mayor participación en el movimiento feminista y, sin dudas, en la pelea por una mejor distribución de las tareas de cuidados. Resaltar historias de otros varones y



proporcionar una red de apoyo puede ayudar a superar sus inseguridades y miedos al "no saber".

En conclusión, frente al avance de las nuevas derechas y grupos conservadores y antifeministas, necesitamos enfocar nuestros esfuerzos en grupos que muestran una mayor apertura y disposición para cuestionar y cambiar sus prácticas en relación con las tareas de cuidados. Si creamos mensajes claros y prácticos, podemos ayudarles a tomar acciones concretas que no solo los beneficien a ellos y a su entorno, sino que también contribuyan a una sociedad más equitativa.

Para esto, necesitamos reforzar el cuestionamiento que desde Ecofeminita y Oxfam venimos haciendo sobre el poder del patriarcado y su alianza perfecta con el sistema capitalista, y como esto profundiza cada día más la contradicción que existe entre los cuidados y la producción que se sostiene en ellos.

Necesitamos poner sobre la mesa una narrativa feminista que invite a los varones, que dé cuenta que nuestros reclamos no son contra ellos como individuos, sino contra la clase social que se beneficia a diario de mantener a las mujeres y diversidades bajo este régimen de desigualdad. Estas narrativas son las que nos van a permitir incorporar otro enfoque, el de la sostenibilidad de la vida, tanto humana como no humana, como el motor y el centro de nuestras sociedades y economías, en beneficio de todas, todes y todos.



**Redacción:** Lautaro Torres, China Rodríguez, Justina Lee

**Entrevistas:** Lautaro Torres

**Elaboración de Encuesta:** Justina Lee, Natsumi S. Shokida, China Rodríguez

**Análisis de datos:** Justina Lee

**Edición:** China Rodríguez, Justina Lee, Candelaria Botto, Nasheli Noriega Izquierdo, Sara Lía Hallo



**OXFAM**



**ECOFEMINITA**