

“QUÈ ELS HI PASSA ALS TIOS QUE SÓN ANTIFEMINISTES?”

Amat Molero Borràs

Erol Urbà. SCCL.

RESUM

L'auge dels antifeminismes en els homes joves a través de les xarxes socials representa un repte educatiu i social complex i multinivell que cal comprendre per a poder abordar amb efectivitat. L'objectiu d'aquesta recerca és poder comprendre el procés psicosocial de captació i radicalització antifeminista dels homes joves. S'abordarà la temàtica amb una recerca bibliogràfica multidisciplinària complementada d'una recerca qualitativa d'entrevistes a joves captats pels discursos antifeministes. Els resultats ens apopen a una mirada complexa, multinivell i humana de veure com les xarxes socials influeixen en aquest auge dels antifeminismes i la construcció de les masculinitats. Alhora, dotem d'eines de com podem comprendre i abordar aquesta realitat amb els joves caminant com a professionals de l'educació.

PARAULES CLAU: Antifeminismes, Joves, Xarxes Socials, Masculinitats, Educació

ABSTRACT

The rise of antifeminist sentiment among young men on social media constitutes a complex, multi-level educational and social challenge that must be thoroughly understood in order to be effectively addressed. This study aims to elucidate the psychosocial processes by which young men are recruited into and radicalized within antifeminist movements. We approach the subject through a multidisciplinary literature review, complemented by qualitative interviews with youth who have

been influenced by antifeminist discourses. Our findings provide a nuanced, multi-layered, and human-centered perspective on how social media platforms contribute to this surge in antifeminism and shape contemporary constructions of masculinity. Furthermore, we offer practical tools for education professionals to understand and engage with this phenomenon among young people.

KEYWORDS: Antifeminism; Youth; Social Media; Masculinities; Education.

- **Carta inicial de l'autor, justificació personal**

Podria aproximar-me a aquesta temàtica des de diversos rols els quals em puc situar; com a professional de l'educació social que fa més de deu anys que treballa amb joves aquesta temàtica de les masculinitats, també podria fer-ho des d'un punt més intel·lectual d'haver investigat i escrit durant anys sobre aquests temes, o potser podria parlar de les trencades de banyes que he tingut amb aquest tema entre amics, o podria parlar de les meves ferides d'infant o joves amb aquest tema... totes aquestes parts no serien pas mentida i podrien justificar el perquè com a home i educador he volgut escollir aquesta temàtica tan necessària socialment. Però aquest treball també parla de mi, d'una part més vulnerable i íntima, d'una part que voldria i podria amagar i és la que afirma que: jo també he sigut captat pels antifeminismes. No vull percebre aquesta investigació tractant als joves que han sigut captats pels discursos antifeministes com a "l'altre", sinó com a quelcom que ens pot interpel·lar, influenciar i captar a tots i a totes. Els antifeminismes penetren amb força en la nostra cultura i, per tant, en la nostra ment, expressió, idees i formes de fer. I jo també formo part d'aquesta societat. He viscut moments vulnerables a la meua vida i en aquests moments de pèrdua de sentit, desubicació i desorientació m'he vist a mi mateix reproduint pensaments i discursos propers a l'antifeminisme, ja que el meu dolor necessitava trobar algun cap de turc, explicació fàcil o humor per poder destensar la frustració i malestars.

Acceptar aquesta part de mi em costa, ja que tinc una profunda por de rebre un estigma com a masclista o antifeminista que comporti un judici social punitiu. Fa anys que intento trobar la forma de prendre responsabilitat com a home sobre la meva masculinitat i relacions en l'àmbit de gènere per a fomentar la igualtat i si connecto amb aquesta contradicció em puc arribar a auto-criticar com a farsant o hipòcrita. Però acceptar la meva contradicció i la meva part antifeminista, també em relaxa i em fa prendre consciència d'una escala de grisos que tots hi formem part. Em fa humanitzar i veure'm en "l'altre antifeminista" i també em fa creure en la transformació social i l'educació, ja que si jo he pogut transitar aquests discursos un altre també ho pot fer.

Si exclusivament m'identifiqués com a feminista sense abraçar la contradicció i la complexitat de la meva història de vida i masculinitat potser recauria en facetes de mi que vull conflictuar: simplistes, de pamfletaristes d'esquerres, punitivistes contra els homes, gandules esquerranoses o adultistes amb discursos contra els joves com a caps de turc.

Poder identificar i acceptar que jo també he reproduït pensaments i discursos antifeministes em fa poder mirar amb compassió i empatia als altres homes. Situar a l'altre en mi mateix m'ajuda a comprendre enlloc de confrontar, rebatre, criticar... defugint d'una mirada que moralitza o estigmatitza. En conclusió, humanitzant-me amb tots els meus processos i contradiccions.

Aquesta mirada també vol partir de la base que ja sóc adult, amb un rol de poder educatiu i amb la facilitat de transferir als adolescents les meves pors o cabòries polítiques i pedagògiques. I, com a acte de prevenció adultista, vull recordar-me tres coses: no transferir les meves necessitats cap a ells i enfadar-m'hi sota discursos objectius; recordar que el meu procés de deconstrucció (si li podem dir així i si es tracta d'un objectiu assolible) és llarg, laboriós, amb alts i baixos, força sapastre i no els hi puc atribuir aquest treball a adolescents i joves; que el context, la generació i la història ha canviat partint, entre altres coses, d'una bretxa digital que m'hauré d'esforçar a surfejar per no fer interpretacions mil·lennials. Per això, entre altres coses, la metodologia emprada per

aquesta investigació és la d'històries de vida, ja que trobo que és la forma més tendra i pedagògica de poder comprendre als joves (i no tan joves) que són captats per aquests discursos. Així que, som-hi.

- **Justificació de la recerca**

Aquesta investigació parteix de la idea que a través de les xarxes socials s'està normalitzant, estenent i radicalitzant pensaments, valors i pràctiques d'extrema dreta, entre ells, antifeministes. De forma més quantificable podem veure estadístiques que mediàticament han generat molt ressò com que: el 40% dels homes catalans creu que “el feminisme ha anat massa lluny” (CEO, 2023) o que el 45% dels homes joves afirma que “Parlar tant d'assetjament sexual pot empitjorar les relacions personals entre homes i dones” (CEO, 2023). Aquestes dades s'han utilitzat mediàticament simplificant una realitat més complexa i generant alarma social, ja que la realitat és molt més complexa i, com ens explica Delgado (2023), hi ha matisos i dades d'aquests d'informes que no se'ls hi ha donat visibilitat, donen una visió més completa i que simplificar la realitat retroalimenta l'estigma juvenil i normalitza la radicalització. Però el que resulta una veritat és que la tendència està creixent i, entre altres factors, les xarxes hi juguen una variable important d'influència.

Tot i l'anàlisi simplista mediàtic ens trobem amb la realitat d'un auge i normalització dels antifeminismes que mobilitza vots cap a l'extrema dreta institucional (Anduiza i Rico, 2022) i l'esfera digital antifeminista és instrumentalitzada per a rebre suport polític masculí (Castillo Jara, Marchena Montalvo y Quiliche Arévalo 2019; Álvarez-Benavides y Jiménez Aguilar 2021; Polo-Artal, 2023). Això representa una amenaça per a la democràcia, els drets socials i, per tant, el mateix dret l'educació. L'antifeminisme a les aules es presenta com un repte que cal abordar com a professionals de l'educació formal de forma transversal i interdisciplinària, ja que si no ho fem estarem contradient un seguit de lleis que ens obliguen o, com a mínim, recomanen abordar la

temàtica a les aules com la: Llei 12/2009, de 10 de juliol, d'educació de Catalunya; Llei 17/2015, del 21 de juliol, d'igualtat efectiva de dones i homes de Catalunya; Llei Orgànica 3/2007, de 22 de març, per a la igualtat efectiva de dones i homes (aplicable a tot l'Estat, però de referència a Catalunya); Llei Orgànica 2/2006, de 3 de maig, d'Educació (LOE); Llei Orgànica 3/2020, de 29 de desembre (LOMLOE). Sigui per necessitat ètica i social de defensar la llibertat democràtica o l'obligatorietat professional cal que abordem aquest complex fenomen.

Aquesta investigació vol comprendre com és el procés psicosocial de captació i radicalització antifeminista dels homes joves que es dona a través de les xarxes socials.

- **Objectius de la recerca**

Objectiu General i específics:

- Comprendre el procés psicosocial de captació i radicalització antifeminista dels homes joves influenciat per les xarxes socials
 - Conèixer el fenomen social dels antifeminismes
 - Entendre les dinàmiques socials dels homes joves amb els antifeminismes
 - Connectar l'auge dels antifeminismes amb les xarxes socials com a eina que ha afavorit la radicalització
 - Comprendre com aquest fenomen antifeminista a les xarxes pot influir en la construcció de les masculinitats dels homes joves
 - Proposar un model d'aproximació a conèixer l'origen psicosocial de captació dels homes joves en l'antifeminisme
 - Testimoniar l'impacte d'aquest fenomen als joves
- Testimoniar com es dona aquest procés de captació i radicalització en homes joves a través de les xarxes socials
 - Explorar el procés de captació i radicalització antifeminista usant el model de les 3N

- Verificar el model de les 3N com a eina per comprendre el procés psicosocial de radicalització i captació antifeminista dels homes joves influenciats per les xarxes socials
- Mostrar claus pedagògiques per prevenir i intervenir el procés psicosocial de radicalització i captació antifeminista basades en les experiències dels testimonis

- **Marc teòric o estat de la qüestió**

La lluita per la igualtat, la joventut i les masculinitats en un context d'onades i contraonades:

Per a poder “Comprendre el procés psicosocial de radicalització i captació antifeminista dels homes joves influenciat per les xarxes socials” ens porta a fer-nos preguntes fent un zoom enrere tals com; “Quina és la situació social i política institucional dels antifeminismes?”, “Què volem dir amb antifeminisme o antifeminismes?”, “Què està passant amb els homes joves i l’antifeminisme?”, “Perquè hi ha aquesta tendència creixent i es reflecteix a les aules?”. És per això que cal fer un petit recorregut al voltant de la lluita feminista de l’última onada, l’auge de l’antifeminisme i com aquest auge ha arribat, sobretot, a un sector creixent d’homes joves fent-se present a les aules.

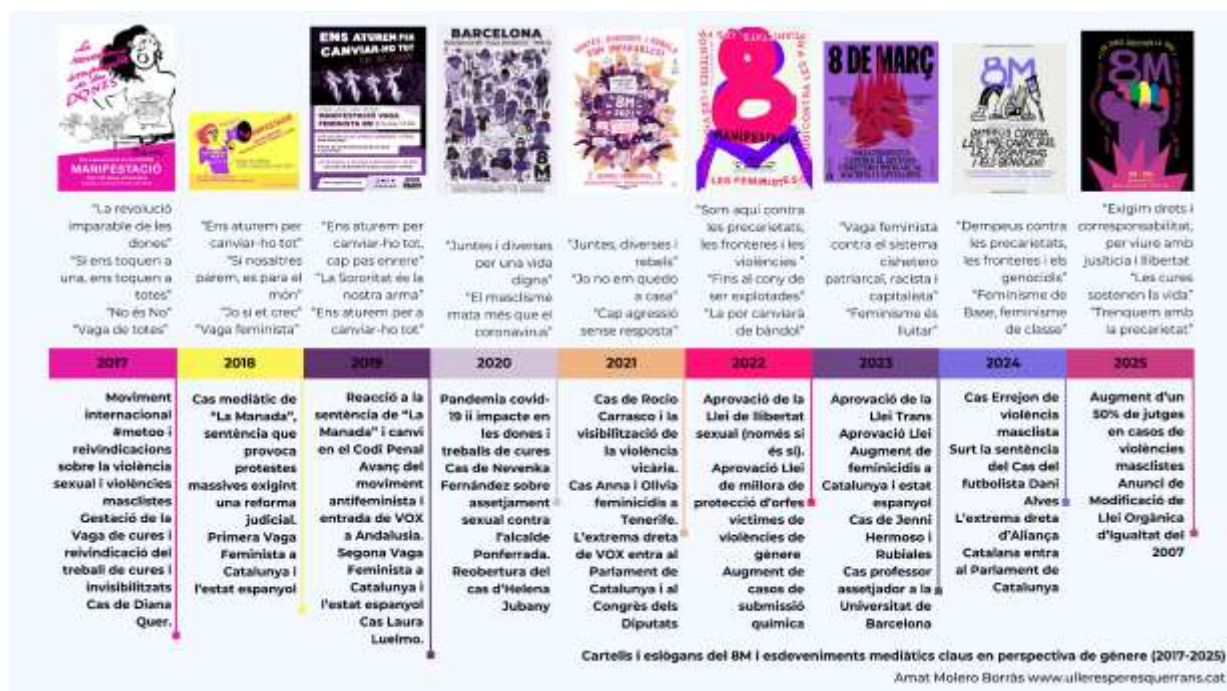
Abans de començar cal desenvolupar que entenem per joventut, ja que durant la recerca estarem fent referència constant al concepte joves, és a dir, persones categoritzades en aquesta identitat. Margulis i Urresti (1996) ens parlen críticament de construcció de la joventut com una condició de moratòria social determinada per l’edat, és a dir, una etapa de transició que culturalment es relaciona amb una edat immadura, inexperta, esbojarrada, rebel, explosiva, inconscient... una percepció adultista de la identitat juvenil mancada d’agència pròpia i de dret. Protto (2014) ens parla d’una construcció de la joventut com a consumista, problemàtica, de carència i infracció, que legitima l’espera passiva (Bourdieu, 1978; Comas, 2011) a l’esdevenir adult. Aquesta perspectiva de la joventut fomenta un estigma (Goffman, 2012) creant una veritat i realitat (Foucault, 1973) que alimenta l’estructura d’opressió adultista (Duarte, 2012). En aquesta recerca volem entendre

les persones que viuen la joventut més enllà de l'estigma, fent referència a la perspectiva plural de joventuts (Sepúlveda, 2011) i comprendre que les joventuts s'interseccionen amb molts eixos de desigualtat creant realitats i necessitats complexes i diverses (Coll-Planas, 2019). Parlem llavors de joves com una categoria d'edat física, però no com a preconcepció de què és, com s'és, com s'enten o com es viu la joventut.

Durant aquests darrers anys s'ha observat com les lluites feministes han passat de ser perifèriques a tenir una major visibilitat i impacte; de ser una minoria mobilitzada a una massificació de les manifestacions als carrers; d'una invisibilitat a un visible debat mediàtic i polític; d'un segon pla marginal a una priorització en l'agenda política i les polítiques públiques; o el fet que unes reclames socials com l'eslògan capdavanter del gran debat sobre la llibertat sexual de: *només si és sí*, es transformessin amb una llei estatal de la *Ley Orgánica 10/2022, de 6 de septiembre, de garantía integral de la libertad sexual*. Això ha portat al fet que la lluita feminista per la igualtat de gènere sigui avui en dia quelcom viu, actiu i visible a tota l'esfera pública. Un debat social que, com molts temes socials roents, també s'instrumentalitza en la política institucional per a guanyar vots aportant narratives, molts cops, populistes i desvirtuant o simplificant l'essència iniciàtica promoguda des dels moviments socials.

Agafant l'evolució de les manifestacions del 8M, com a fotografia significativa del moviment, podem veure com l'assistència a les manifestacions del 8M passen dels 2000 fins l'any 2016 amb una assistència oscil·lant les 800 manifestants fins a 9.000 manifestants. L'any 2017 es dispara a 40.000 i l'any 2019 la xifra arribava a 375.000 persones (Cidón, 2024). Aquesta nova onada trenca amb el fals miratge de la igualtat, és a dir, la falsa percepció que la igualtat de gènere és quelcom que ja s'ha assolit a la nostra societat i es posa el focus, entre altres coses, en visibilitzar temàtiques marginalitzades que són mostra de l'actual desigualtat com la violència sexual. Una clara problemàtica que es mostra en dades genèriques de violències masclistes com les 70.000 trucades per violències de gènere al 112 (Gencat, 2023), l'augment de 8,3% de violències de gènere a

32.644 casos (INE, 2022), o les 10.740 dones víctimes de violències masclistes a Catalunya d'entre gener a octubre del 2024. O de forma més específica en com que, segons els Mossos d'Esquadra, hi va haver l'any 2023 fins a 4.027 denúncies per delictes contra la llibertat sexual, un increment del 34% respecte al 2022. Això representa una mitjana d'una dona denunciant cada dues hores; onze cada dia; 335 cada mes. D'aquestes, 731 eren menors d'edat.



Infografia d'elaboració pròpia: Cartells i eslògans del 8M i esdeveniments mediàtics claus en perspectiva de gènere (2017-2025)

L'onada feminista obre nous debats sobre què és la violència, sexualitat, consentiment, desig, etc. un debat que remou els fonaments culturals i la percepció de la realitat per tal d'atendre a aquestes necessitats socials marginades, poc conscienciades o invisibilitzades. Però aquesta onada, a diferència de les anteriors, no es centra en reivindicacions a l'esfera pública (dret al vot, dret al

treball, dreta a l'educació...), aquest cop, es posa una demanda cap als homes i la masculinitat en l'àmbit més íntim i privat de cadascú de nosaltres. Ho podem veure en reivindicacions com la de la violència sexual que assenyalen casos d'abús sexual en l'àmbit festiu, d'oci nocturn, laboral, cultural, etc. assenyalant l'educació sexual dels homes o l'abús de poder en aspectes tan privats com la sexualitat (en tot el seu aspecte, afectivitat, lligar, insinuar-se, fer l'amor, flirtejar...). O també ho veiem en reivindicacions sobre les cures i els treballs invisibilitzats que generen una desigualtat en la corresponsabilitat de les cures per part dels homes, assenyalant directament la intimitat de la llar i l'organització familiar. Aquestes, entre altres reivindicacions, apunten a una responsabilitat que toca directe a l'home i la construcció de la masculinitat.

Aquest dubte i debat social sobre les masculinitats remou encara més la crisi cultural de la masculinitat que, com tota crisi, genera moltes reaccions socials i costa de sostenir. A l'article "Què fem amb els homes i la igualtat de gènere" (Molero, 2025) exploro amb l'ajuda d'altres professionals especialitzats en masculinitats la resposta dels homes en aquesta crisi de la masculinitat i com transita per molts estats emocionals: silencis per la incomoditat de la temàtica; sensació d'acusació constant i injusta; irritació davant els canvis imposats institucionalment i pels adults referents; distància empàtica de no entendre allò que les dones reivindiquen; incomprensió de per què "si m'han dit sempre que som iguals" ara em diuen que no ho som; por i incomprensió de les polítiques de discriminació positiva cap a les dones; sensació de desorientació de no saber "què he de fer?"; acusació constant de "no dir-ho bé" o "no fer-ho bé"; shock o fugida de ser assenyalat com a masclista o agressor... diverses reaccions socials enmig d'una onada que ens posa en judici social als homes i ens obre clars debats cap a un subjecte (l'home) que no té un clar moviment social organitzat per donar resposta col·lectiva, forta i, encara menys, generant un diàleg fàcil amb els feminismes.

En aquests moments de crisi també apareixen contra-forces i resistències a la transformació, en aquest cas, els antifeminismes. Segons Lamoureux i Dupuis-Déri (2015) podem definir

l'antifeminisme (en el seu conjunt plural) com a aquell moviment que sorgeix per oposició a les idees, polítiques i persones que integren el moviment feminista entenent-lo com a *backlash* (reacció) de l'avanç del moviment feminista.

Aquestes resistències s'han fet servir històricament com a nínxol polític d'on moviments i partits polítics canalitzen el malestar i necessitats socials elaborant narracions i relats de la realitat amb la intenció d'aconseguir o mantenir el poder. L'extrema dreta, oculta i camuflada durant anys, ha sabut utilitzar i narrar aquesta crisi de la masculinitat, les resistències i malestars cap a un discurs antifeminista (Ferreira, 2019) a través de criminalitzar el feminisme, victimitzar els homes i solidificar el maselisme i la misogínia. La normalització d'aquests discursos antifeministes i l'aparició política institucional d'extrema dreta té un efecte de radicalització de partits de dretes conservadors que incorporen posicionaments d'extrema dreta com ens explica Mudde (2023), és el cas, entre altres, del Partit Popular qui ha radicalitzat el seu discurs des de l'aparició de VOX com a competència directa del vot de dretes.

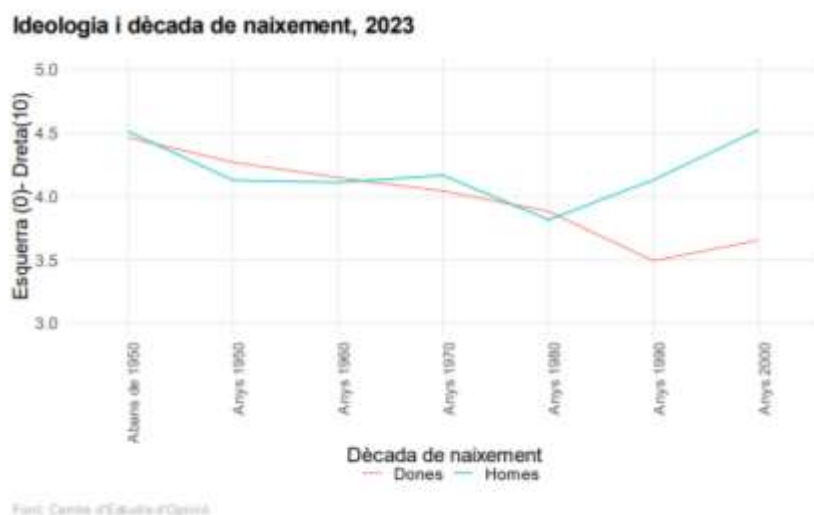
Aquesta reacció antifeminista ja havia aparegut històricament durant la Segona República, la Guerra Civil, la dictadura de Franco o com a contramoviment de l'alliberació de la dona o LGBTIQ+ durant la democràcia en moments clau (lleï de l'avortament, llei del matrimoni homosexual...) Com ens explica Ortega-López (2019) aquest antifeminisme històric prové dels discursos reaccionaris, el pensament tradicionalista, la dreta integralista i antiliberal, l'organicisme nacionalista, antiparlamentarisme, el catolicisme, el tradicionalisme monàrquic o, directament, el feixisme. Aquests discursos no varen desaparèixer durant l'estafa de la "transició a la democràcia", com ens explica Jordi Borràs (2022) han estat durant aquests anys provant i trobant l'estratègia per a tornar a prendre poder ja sigui sota diversos paraigües: moviments de radicals caps rapats feixistes, hooligans a les grades del Camp Nou; partits com Fuerza Nueva, Democracia Nacional, Plataforma per Catalunya, Vox o Aliança Catalana; o organitzacions com CEDADE, Somatemps, Moviment Espanya i Catalans, Hazte Oír o Societat Civil Catalana. I, tal com ens expliquen

Anduiza i Rico (2022), sembla que els discursos antifeminismes són una de les potes ideològiques que estan mobilitzant actualment el vot cap als seus partits i prenent cada cop més força política institucional.

En l'actualitat, com ens explica Bonet-Martí (2020), a mesura que l'onada del feminisme avançava també ho feia l'antifeminisme de diverses formes: normalitzant casos de ciberassetjament a qui es declarava feminista; declaracions càrrecs polítics institucionals que s'autoanomenen antifeministes; la forta crítica de l'església davant el que anomenen "ideologia de gènere"; moviments masculinistes extenent la percepció que "el feminisme ha anat massa lluny"; expansió a les xarxes de discursos que posicionessin als homes en un paper de víctimes i subjectes de discriminació. Diversos fenòmens, pràctiques i discurs que ens mostren que l'antifeminisme és un fenomen plural i complex (Bonet-Martí, 2020).

És necessari no caure en l'error d'embotir en un mateix calaix de sastre un fenomen divers que, tot i compartir ser un contramoviment feminista, no té les mateixes motivacions, formes d'organització o repertoris d'acció (Bonet-Martí, 2020). No són el mateix els antifeminismes masculinistes del moviment INCEL (Ging, 2020), que les pràctiques *gendertrolling* d'internet (Mantilla, 2013), que l'antifeminisme d'estat que considera l'ideologia de gènere com a idea estrangera o que antifeminisme dels grups de pares separats que actuen com a lobby polític per canviar les lleis del divorci en benefici propi utilitzant el que ells anomenen patir el Síndrome d'Alienació Parental (no reconegut pel CIE-11 o DSM-V). És per això, que en aquesta investigació parlaré d'antifeminismes en plural, ja que més enllà de l'especificitat d'antifeministes (d'estat, masculinistes, religiosos, post-feministes, ciberantifeminismes, interseccionals...) el que m'interessa és saber què ha captat l'atenció dels joves i, llavors, s'ha anat donat un procés de politització i radicalització antifeminista. També cal especificar que posarem el focus en els homes joves qui resulten ser estadísticament el "target" d'aquesta radicalització antifeminista, però aquest fenomen no és exclusiu dels joves, com ens explica Medina-Vicent (2024), és un discurs que també

interpel·la i la incorporen les dones tal com passa amb el classisme o el neoliberalisme amb la classe treballadora.



Centre d'Estudis d'Opinió. (2024). *La nova divisió ideològica de gènere*. Generalitat de Catalunya.

https://ceo.gencat.cat/web/.content/30_estudis/03_publicacions/Apunts/2024_generacioz.pdf

Aquesta tendència creixent d'homes i antifeminismes la podem veure reflectida estadísticament en dades que presentava a la introducció com que; El 40% dels homes catalans creu que “el feminisme ha anat massa lluny” (CEO, 2023) i, si ens focalitzem en aquesta afirmació només amb els joves, la xifra puja a un 54%; El 17% dels joves catalans creuen que “la violència de gènere és un invent del feminisme” (ICIP, 2023); el 45% dels homes joves afirma que “Parlar tant d'assetjament sexual pot empitjorar les relacions personals entre homes i dones” (CEO, 2023); que 4 de cada 10 catalans creuen que “Algunes dones posen denúncies falses per obtenir beneficis i fer mal a la seva parella” (CEO, 2023). O fent referència la radicalització d'ultradreta que el 35% dels joves catalans acceptarien una dictadura (ICIPS, 2025). Aquestes dades ens mostren que els

discursos antifeministes existeixen en la nostra societat i en la joventut i que, per tant, tenen un potencial perill d'extensió dels discursos d'odi, els drets socials i la mateixa democràcia.



Boneta-Sádaba, N.; Tomás-Forte, S.; García-Mingo, E. (2023). Posicionamientos discursivos en torno a la violencia de género. Culpables hasta que se demuestre lo contrario. Percepciones y discursos de adolescentes españoles sobre masculinidades y violencia de género. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, Fundación Fad Juventud. DOI: 10.5281/zenodo.7797449

Aquestes dades han generat una alarma social molt alimentada mediàticament i s'ha narrat, en moltes ocasions, amb un discurs de sobre-responsabilització en la joventut d'aquesta tendència política i de forma simplista. És important no simplificar aquesta narració de la realitat i cuidar, com ens explica Delgado (2023): (a) no reforçar i alimentar prejudicis injustos cap a la joventut i antagonitzar als homes joves; (b) difuminar les causes socials del fenomen; i (c) només focalitzar-nos en la joventut i no en el conjunt de la societat quan el perfil de votants de Vox és home de 35-44 anys, urbà i de classe mitja i les associacions conservadores (catòliques o laiques defensors dels drets dels homes, de la família, dels homes maltractats...) són fonamentalment adults. I, fins i

tot, podríem extrapolar que es tracta d'una tendència mundial creixent a Europa, Estats Units o Amèrica Llatina (Fundación de Estudios Espacio Público, 2021; Kaiser, 2022), un fet que ens planteja que cal abordar-se el fenomen com a problemàtica sistèmica global i no només “dels joves”.

Alhora, la narració pessimista mediatitzada no visibilitza a tots aquells joves que surten d'aquesta radicalització antifeminista i aporten esperança. I, com sosté Delgado (2023), aquest discurs pessimista respecte als homes joves pot tenir un efecte de retroalimentació masculinista complint el teorema de Thomas en què: “la normalització de la radicalització antifeminista masculina en els joves dona major realitat social al fenomen, el qual avala a què certs homes prenguin de manera més oberta i a vegades orgullosa la posició antifeminista.”

Si ens focalitzem en aquesta creixent tendència juvenil, Garcia, Miranda, Bettina, Díaz i Sueiro (2021) ens detallen factors que afavoreixen aquesta tendència com: (a) la situació de precarietat juvenil; (b) La desinformació i manca de veracitat de la informació accedida; (c) El desconeixement dels fonaments ideològics i històrics de l'extrema dreta; (d) La falta de pensament crític; (e) La manca d'alfabetització digital; (f) La carència d'educació coherent en matèria de drets humans en el programa d'estudis obre camí a l'extrema dreta. I estudis com el de Sanmartín Ortí, Kuric Kardelis y Gómez Miguel (2022) ens apunten que els joves amb aquesta tendència radicalitzada antifeminista tenen característiques com: un nivell baix d'estudis; s'autoidentifiquen a pertànyer a la classe alta; experimenten condicions materials difícils; es posicionen a una dreta ideològica; tenen un fort sentir religiós. Aquestes variables també les podem veure a la realitat catalana que identifica l'ICIP (2024) on les variables més significatives són la precarietat econòmica, el gènere, el nivell d'estudis i, una variable interessant, és que les persones que usen la llengua catalana estan més allunyades de discursos antifeministes, una variable que podria obrir un interessant debat.

El que podem veure és que, més enllà del gènere, les variables socioeconòmiques i culturals són influents i, com analitza Delgado (2023), no s'han tingut en compte mediàticament a l'hora de narrar aquest fenomen i la seva complexitat. L'abordatge d'aquest fenomen, per tant, precisa un abordatge no només cultural (revisió de la construcció de les masculinitats, coneixements reals sobre feminismes, habilitats i competències crítiques, etc.), sinó també un abordatge de garantir drets de les condicions materials de l'existència bàsiques (habitatge, menjar, llum, aigua, salut, educació... de qualitat) que a poc a poc es veuen precaritzades i manllevades per la voracitat del capitalisme. Per tant, no només estem parlant d'una crisi de la masculinitat, estem parlant d'una crisi social i econòmica que travessa als homes per moltes bandes més enllà del gènere.

Tenir en compte totes aquestes variables sobre els antifeminismes en la joventut ens portaria a comprendre que cal:

- 1) Entendre que és un fenomen complex i no simplificar
- 2) Que existeix més diversitat i gama de grisos en el fenomen dels antifeminismes
- 3) Que ens enfrontem a un problema que requereix un abordatge sistèmic i transversal
- 4) Que és impossible comprendre les masculinitats d'una forma monofocal i cal tenir en compte una perspectiva interseccional (tenint en compte: classe social, religiosa, edat, etc.).
- 5) Que en les polítiques públiques cal tenir en compte tota aquesta complexitat de forma transversal (no només com una qüestió educativa o de gènere)

El que podem veure és que els antifeminismes actuals que arriba als joves s'articulen i s'estén mitjançant la dimensió digital (Ging, 2019 i 2020), en el conjunt heterogeni d'espais i discursos anomenat *Manosfera* on existien des dels seus inicis, però han anat prenent poder i normalitzant-se més enllà de petits reductes d'internet (Sidera i Arnau, 2022). Es tracta de grups i comunitats online que basen la seva activitat en la difusió d'idees, discursos i imaginaris misògins, la promoció d'una agenda política contra la "ideologia de gènere" i alimentant la posició masculinista de ressentiment, victimisme i suport entre homes (Delgado, 2023).

Els espais diversos de la *Manosfera* organitzen i difonen els discursos antifeministes (informació, bulos, fake news, material audiovisual, articles, hashtags, memes...) i també realitzen pràctiques de violències contra les dones de forma online. Aquesta ciberviolència misògina és caracteritzada per tres aspectes segons West (2014): l'anonimat que genera impunitat; la facilitat d'accés a la informació; la facilitat de contacte i difusió; la permanència i dificultat d'erradicar el contingut. L'antifeminisme de la Manosfera triangula una estratègia que ha anat agafada de la mà entre la creació de campanyes i discurs antifeminista (simbologia, conceptes, argumentari, bromes com: alfas, betas, gymbros, Staycy, Ken, simps, MGTOW, Pepe the frog, redpill, incels, kek...) i l'agenda política d'extrema dreta que, en el cas de Vox a l'estat espanyol, ha tingut objectius com: el negacionisme de la violència de gènere (Bonet-Martí, 2020), a crítica agressiva i bel·ligerant als feminismes (#StopFeminazis), la crítica a les noves lleis d'Igualtat de gènere (Llei sobre la llibertat sexual o llei trans*)...

És aquí on ens hem de preguntar: “Com funcionen aquestes xarxes i l'esfera digital?”, “Quina relació tenen les xarxes socials amb l'antifeminisme?” i “Com es pot donar aquest procés de radicalització antifeminista a través de les xarxes?”.

Joves, xarxes socials i radicalització antifeminista

L'expansió d'Internet i les tecnologies que l'acompanyen ha revolucionat i transformat el món sencer. L'era digital ha avançat amb tanta rapidesa que en un sol objecte (un telèfon intel·ligent amb accés a internet) pot acumular i suplir objectes i eines que, en el seu moment, van ser trencadores i innovadores (gps, mapa, ordinador, targeta de crèdit, rellotge, llanterna, videoconsoles, diaris, ràdio, cartes, estació meteorològica, càmera de foto i vídeo, àlbums de fotos, telèfon...). Aquest avanç tecnològic ha portat tantes facilitats i avantatges que totes acabem escollint “lliurement” consumir-ho i usar-ho. Però aquests canvis també han portat al fet que la nostra societat s'organitzi i es relacioni de formes completament diferents generant, entre altres coses, una gran dependència a aquesta tecnologia i digitalitat. Ho podem veure clarament quan el

28 d'abril de 2025 hi ha el “gran apagón” que deixa tot l'estat espanyol, Itàlia i Portugal sense electricitat i es genera una verdadera crisi social d'incapacitat d'afrontar la quotidianitat que hem creat sense l'ús tecnològic i digital.



WeAreSocial (2023). Essential digital Headlines. Meltwater.

<https://datareportal.com/reports/digital-2023-spain>

Com ens explica Onorato (2022) de fonts de l'informe anual del 2021 de WeAreSocial a l'estat espanyol: es consumeixen 181 minuts diaris; 160 consultes de mòbil al dia; el 80% de les persones consulta el mòbil només despertar; consultem el mòbil amb 18 minuts de freqüència; 68% dels menors de 40 anys s'informen a través de xarxes socials; usem el mòbil una mitjana de 38 dies l'any; el 85% dels joves presenten dependència del mòbil; es destinen 145 minuts d'ús de xarxes socials diaris; del 2011 al 2021 s'ha augmentat +460% l'ús del mòbil. I segons, l'INE (2024), el 95,8% de la població fa ús d'Internet i els joves de 16 a 24 anys han utilitzat Internet els últims dies un 99,9% les dones i un 96,6% els homes. Un munt de dades que ens mostren la creixent normalització, hegemonia, dependència i quotidianitat d'ús d'Internet i, també, les xarxes socials com a plataformes de comunicació i construcció de relacions i comunitat, sobretot, entre els joves. Com ens diu Onorato (2022) “Aquesta eina a la qual estem lligats per la seva utilitat, s'ha convertit

en imprescindible per viure en societat” i aquesta imprescindibilitat i quotidianitat genera un hàbit que ens pren la consciència dels seus usos i efectes.

Aquestes eines digitals no només són creades per a ser útils i imprescindibles, en el cas de les xarxes socials, el seu disseny també ha sigut perfeccionat per a ser addictiu i com ens diu Na Pai (2021) que esdevingui una addicció socialment acceptada per a passar a ser normalitzada i, així, obviar els seus efectes adversos.

A Catalunya el 95% dels majors de 16 anys són usuaris d'alguna xarxa social i s'hi passen una mitjana de més de 2 hores diàries (Metadata, 2023) representant una eina de socialització clau en el seu desenvolupament com a persones. Aquest ús generalitzat presenta, però, una forta estratificació d'edat i gènere. Segons l'edat es tendeix a fer ús d'unes plataformes o unes altres i també canvia el motiu pel qual es fa servir. A Catalunya, per posar dos exemples, típicament TikTok és una xarxa d'ús exclusivament adolescent i, en canvi, Facebook avui en dia és pràcticament exclusiva de mil·lenials cap amunt.

Més enllà de l'ús merament comunicatiu o recreatiu, és important destacar que les franges més joves (dels 16 als 34 anys) s'informen preferentment a través de les xarxes socials, mentre que les franges de més edat opten per la televisió en directe (persones entre els 50 i els 65 anys) (Consell Audiovisual de Catalunya, 2023). Aquest fet és especialment rellevant perquè les xarxes socials i el seu fàcil accés a través dels smartphones es presenten com un agent socialitzador en una etapa vital determinant pel desenvolupament biopsicosocial de la persona i la conformació de la seva identitat (Díaz i Arab, 2014). Les xarxes socials es transformen en un agent educador amb una combinació infalible: accessible, assequible, anònim, voluntari i dissenyat per a captar la teva atenció. I, per tant, l'exposició de la persona amb una pantalla a diferents marcs discursius i llenguatges polítics que acaben influint en la formació d'opinió política i ideologia.

Les plataformes de les xarxes socials busquen conèixer-te com a usuari, donar-te el contingut que a tu t'agrada i mantenir al màxim la teva atenció i temps d'ús. Funcionen a través de microsegmentació que permet que els algoritmes de recomanació de contingut també influeixen en l'ús de la plataforma. És a dir, si ens fixem en el gènere típicament les noies fan servir TikTok durant més temps i consumeixen més continguts de moda i bellesa. Els nois prefereixen vídeos de videojocs i esports (Virós-Martín, Montaña-Blasco i Jiménez-Morales, 2024). Aquesta identificació per gènere és clau en l'inici de recomanació que et categoritza com a noi i, pels teus gustos com a noi (gimnàs, fitness, esport, videojocs...), pot començar un procés d'embut que condueixi a contingut antifeminista.

Per a les plataformes, l'ús de tecnologies que permetin recomanar contingut específic a cada usuari és la clau per a sobreviure i competir en un ecosistema empresarial multimilionari de competència extrema. El valor econòmic de les plataformes, almenys durant el cicle econòmic que va de la crisi financera del 2008 a la pandèmia del 2020, depèn pràcticament en exclusiva de la mida de la base d'usuaris habitual i potencial. Així, molt sovint completament d'esquena a la generació de beneficis reals (Geektopia, 2023), l'accés a rondes d'inversió de capital de risc per part de les plataformes depèn de la retenció de la base d'usuaris amb la promesa de poder-los exposar a publicitat d'altres empreses. Amb altres paraules el producte que enriqueix una plataforma com TikTok, Instagram o Facebook és la nostra pròpia atenció que es ven al millor postor, ja que el principal benefici de moltes de les grans empreses controladores de les bigtech és la publicitat que ens inoculen dins del que pensem que és una cerca "lliure" (Visual Capitalist, 2021). Internet ha passat de ser un somni de xarxes de suport, coneixement mundial i creixement social a un oligopoli d'enriquiment de les bigtech gràcies a la nostra addicció i dependència (Proyecto Una, 2024).



Visual Capitalist. (2021, 4 de maig). *Visualizing How Big Tech Companies Make Their Billions* [Infografia]. Visual Capitalist. <https://www.visualcapitalist.com/big-tech-companies-billions/>

La monetització de la nostra atenció ha arribat a ser tan rendible l'última dècada que ha permès a les plataformes oferir una ínfima part d'aquesta rendibilitat als mateixos usuaris per incentivar-los a llençar-se a la creació de contingut. La generació de contingut de forma genuïna i recreativa pròpia dels primers anys de les xarxes socials ha donat pas a una professionalització espectacular amb casos de joves de clar enriquiment i ascens social. En el cas de l'estat espanyol, aquest

enriquiment ha pres una deriva tan neoliberal que molts d'ells han decidir marxar a Andorra per evadir impostos com és el cas d'influenciadors com: El Rubius, The Grefg, Willyrex, Vegetta777, Lolito Fdez o AuronPlay. La monetització de la nostra vida i intimitat fa que qualsevol acte quotidià, sigui menjar o anar de vacances, és una oportunitat perduda com a emprenedor si no queda registrada a la plataforma.

La teva personalitat i vida pot esdevenir una marca i la teva identitat és la garantia d'autenticitat que les empreses necessiten per vendre els seus productes. L'efectivitat del marketing en xarxes socials és tal que les rendes ofertes per les plataformes, retribuïda al nombre de visites rebudes, ha quedat àmpliament superada per l'aportació directa de les marques en forma de col·laboracions pagades i altres mecanismes.

El model de les plataformes per retribuir als creadors de contingut és variat i canviant, però per fer-nos-en una idea actualment; TikTok paga uns 2 o 4 cèntims per 1000 visites i Youtube 1 o 2 cèntims (Rodríguez, 2024). Un creador de contingut que tingui 300mil seguidors a Youtube pot tenir uns ingressos anuals d'entre 15mil i 200mil € anuals només en visites (Social Blade, 2025). Amb aquest mateix volum de seguidors a Instagram les marques podrien pagar entre 800 0 3000€ per publicació (col·laboració). A aquestes dues vies d'interessos, la retribució per visites de les mateixes plataformes i la col·laboració per contingut amb marques caldria sumar-li una tercera font derivada de l'explotació de la marca personal: marxandatge, cursos, enllaços referits, etc.

Aquests sous de creador de contingut a xarxes es presenten com una opció més rendible i exitosa econòmicament que el salari mitjà mensual en joves a l'estat espanyol és 1.387,4 euros (de 16-24 anys) i 2.011,5 (de 25 a 34 anys) (INE, 2023). Una xifra que mostra la punta de l'iceberg d'una precarietat juvenil que ha augmentat des de la crisi de la covid-19 (Departament de treball, 2020) que arrossega varies crisis d'un sistema capitalista centrat en l'enriquiment de pocs i la precarietat

de molts (Fernández, 2024). Aquesta creixent tendència a esdevenir creadors apunta dues dinàmiques a destacar:

1) Aquest fort incentiu econòmic genera una competència entre els creadors de contingut (i sobretot els aspirants). Cal constantment diferenciar la teva marca, trobar nous nínxols de mercat, cridar l'atenció, fer créixer els seguidors i fer contingut viral que doni el major nombre visualitzacions. El contingut que crida més l'atenció és aquell que genera indignació (McLoughlin, Brady, Goolsbee, Kaiser, Klonick i Crockett, 2024), reacció emocional (McLoughlin i Brady, 2023) i moral (McLoughlin i Brady, 2023). D'aquí neixen estratègies i fenòmens com el *clickbait* en què els creadors de contingut i mitjans de comunicació utilitzen captar la teva atenció de forma fàcil i emotiva per a impulsar-te a una acció (reaccionar, comentar, compartir, accedir a un link, comprar...) i generar major viralitat i posicionament a les xarxes. Molts cops aquest contingut que genera tanta emocionalitat prové d'informació falsa i simplista, però com que té tanta reacció social es viralitza. I les plataformes digitals, prioritzant el guany econòmic, ometen la moderació o càstig a aquells que difonen contingut fals o, directament, discursos d'odi.

Això fa que les xarxes socials provoquin un efecte de difondre i premiar informació falsa (McLoughlin i Brady, 2023), difamació, *beef*, *ciberbullying*, violència... contingut ple d'odi que sota la bandera de "llibertat d'expressió" neoliberal està provocant desinformació, polarització i radicalització social. És aquí on els discursos d'odi, la desinformació i les *fake news* sumades a una moderació de les plataformes sense clars límits als discursos d'odi s'acaben transformant en font d'ingrés, visibilitat i domini de l'extrema dreta tal i com ha passat amb X o està començant a passar amb Facebook i Instagram (Proyecto Una, 2024). És el que Cuellilargx (2023) també anomena com a monetització de l'odi.



cuellilargo. (2023, 14 de desembre). *Monetizadores de odio* [Vídeo]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=rkIZBWHG1Qw>

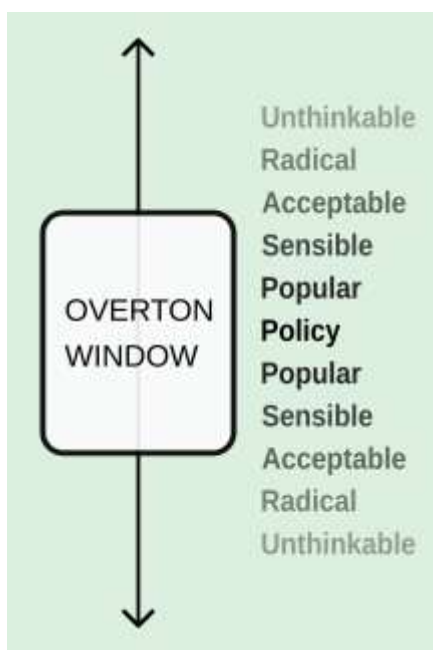
2) Per altra banda, aquest model d'emprenedoria i enriquiment acostuma a reforçar la fantasia neoliberal de la meritocràcia, l'ascens social fàcil i l'aspiracionisme. Com explica Proyecto Una (2024) és *“l'enfocament centrat exclusivament en l'èxit personal que ignora les estructures que perpetuen l'opressió, i contribueix a consolidar una realitat de privilegis i desposseïció. Aquesta perspectiva menysprea el benestar comú i reforça la creença, errònia, que el progrés personal pot aconseguir-se sense passar per sobre de la responsabilitat col·lectiva (...) l'aspiracionisme vinculat a l'individualisme desmesurat, serveix com a vàlvula d'escapament il·lusòria d'aquest sistema. (...) Encobreix el fet que perquè existeixi la riquesa d'una minoria, és necessària la pobresa de la majoria”*. Un model d'emprenedoria que sobre-responsabilitza a la classe treballadora de no tenir èxit econòmic i obvia la realitat de repartició desigual de la riquesa en què 10% de les persones més riques de l'estat espanyol controlen el 76% de la riquesa (Fernández, 2023) o que els somnis de ser jove multimilionari està reservat a qui ja ho era per herència familiar (Forbes, 2024).

Tal com ens diuen Proyecto Una (2024) *“El discurs d'odi, en dividir i alienar comunitats, crea una atmosfera propícia per a l'ascens del feixisme, que al seu torn defensa i protegeix els interessos dels qui posseeixen el poder econòmic. Mentrestant, l'aspiracionisme naturalitza i distreu l'atenció de les causes de les injustícies sistèmiques. Alhora, contribueix a mantenir les*

circumstàncies actuals amb la promesa de la salvació personal, i impedeix un qüestionament profund de la realitat”.

Enmig de tot això ens trobem els homes en completa crisi de la masculinitat, un fenomen social ple de dubte, qüestionament, debat i judici del model tradicional de masculinitat que necessita i busca una resposta i sentit. El model clàssic comença a esquarterar-se donant peu a una pluralitat de masculinitats i s'intenten generar moviments i discursos que donin una alternativa més o menys propera als feminismes, defensant la igualtat de gènere i posant el patriarcat com a creador del malestar, també, masculí (Molero, 2025). Es desenvolupen conceptes i models que recentment hem escoltat com a noves masculinitats o masculinitats alternatives (Enguix, 2024), però els discursos de la masculinitat tradicional i fonamentalista (Bonino, 2009) també resisteixen i muten estigmatitzant aquestes alternatives, aferrant-se en alguns casos a l'antic model o hibridant en diversos discursos i models de masculinitats culpabilitzant del malestar masculí al feminisme (Bravo-Villasante, 2023).

Tot això sumat a una crisi socioeconòmica de la covid-19 que amplifica el malestar i sentiment de pèrdua d'identitat masculí (Bravo-Villasante, 2023) i que partits d'extrema dreta com VOX aprofiten per difondre una narrativa antifeminista llençant missatges senzills, emocionals i reiteratius per a difondre desinformació sobre el feminisme i culpabilitzar-lo de malestars generats durant la pandèmia (Lacalle, Martín i Etura, 2023)



Viquipèdia. (s.d.). *Finestra d'Overton*. Recuperat el 30 d'abril de 2025, de https://ca.wikipedia.org/wiki/Finestra_d%27Overton

En aquesta debat de narracions i discursos les xarxes socials hi juguen un paper fonamental, ja que són el principal mitjà d'informació dels joves. Doncs els discursos d'extrema dreta i antifeministes, de forma progressiva, passen d'un discurs residual i minoritari a obrir-se espai i visibilitat on Castellet i Pedro-Carañana (2022) ho atribueixen pel fenomen conegut com a Finestra d'Overton. La finestra d'Overton és aquella tècnica que permet l'acceptació i legalització de temes o criteris inacceptables i intolerables per a la comunitat, transformant l'impensable en radical, de radical a acceptable, d'acceptable a sensat, de sensat a popular i, finalment, a normatiu.

Castellet i Pedro-Carañana (2022) ens parlen de com temes proscrius o prohibits mitjançant l'humor (com els *memes*: caricatures, ridiculitzacions, sàtires...) han anat naturalitzant les ideologies extremes, les visions conspiranoiques i legalitzat els discursos d'odi. L'humor ha sigut l'estratègia clau, perquè l'inacceptable ha passat a ser graciós, divertit i, també, ha retroalimentat la

dinàmica masculina de cohesió i llenguatge intern del “nosaltres els homes” fent riota de “els altres” com per exemple: dones, homes deconstruïts, gays, lesbianes, feministes, trans*... normalitzant llavors els discursos antifeministes partint de l’humor i proliferant odi i nihilisme. I, tal com ens expliquen Proyecto Una (2024), que persones amb posicionaments acceptats hegemonícamment posin en dubte a través de l’humor el pensament majoritari, l’algoritme els capti amb contingut més extrem que els porti a profunditzar i assimilar una nova idea i acabi transformant-se en fonamentalisme i radicalització.

Aquesta tendència sumada a la desconfiança respecte als mitjans de comunicació i la desafecció política i institucional que mostra l’enquesta del CIS, genera l’ambient propici per a l’auge de teories de la conspiració, negacionistes i fake news (Lara, 2024). Per tant, els creadors de continguts a les xarxes poden difondre la desinformació sense conseqüències ètiques o legals. Una tendència que, com ens explica Lara (2024), els mateixos mitjans de comunicació estan prenent per tal d’augmentar l’audiència donant cobertura a negacionistes del franquisme i la repressió franquista com la Fundación Francisco Franco o portant a youtubers antifeminista com Roma Gallardo. Tota aquesta tendència, sota la bandera de la llibertat d’expressió, està fent que el coneixement científic (observat, sistematitzat, contrastat...) perdi poder davant l’opinió personal. I tal com mostra l’informe de The Truth Gap (Des)informadas online de Plan Internacional (2021), el 55% de les joves no sap distingir les informacions falses i només el 30% ha rebut formació per saber identificar la desinformació.

A manera de conclusió i generant un possible raonament deductiu simplista, ja que estem parlant d’un fenomen molt més complex, podem dir que:

- (a) La crisi de la masculinitat ha generat dubtes als homes que necessiten respostes i sentit a aquesta crisi i debat cultural sobre la masculinitat
- (b) Les xarxes socials representen una de les fonts principals d’informació i aculturament, sobretot per les generacions més joves

- (c) Les xarxes socials majoritàries i dominants són controlades per les *bigtech*, empreses multimilionàries que han dissenyat i perfeccionat plataformes addictives, hegemunitzades i habituades socialment
- (d) La Manosfera ha generat resistència digital i discursos que a través de l'humor o tècniques premiades a les xarxes (extremisme, violència, ridiculització...)
- (e) El contingut d'extrema dreta i antifeminista mobilitza afectivament tocant la identitat, indignació moral i emocionalitat dels homes enmig d'un auge feminista, la crisi de la masculinitat i una crisi socioeconòmica pròpia del capitalisme
- (f) La lògica capitalista de guany econòmic de les empreses que controlen les xarxes socials premia al contingut que genera més reaccions i moviment a les xarxes fomentant la seva viralitat
- (g) L'omissió ètica de moderació de contingut que fomenti l'odi està normalitzant, retroalimentant, enriquint i beneficiant discursos d'odi i la desinformació donant "llibertat sense responsabilitats" a fenòmens com els antifeminismes
- (h) La desafecció política i desconfiança amb els mitjans de comunicació sumada a la manca d'eines digitals juvenils propicien la desinformació i l'auge de les teories conspiranoiques, fake news i negacionistes
- (i) Alguns homes han pogut viure a través de les xarxes un procés de radicalització antifeminista que ha narrat, polititzat i donat sentit a la crisi social de la masculinitat i del sentit del sistema actual.

Com a professionals de l'educació que volem fomentar una convivència i benestar social entre les joves cal que abordem aquesta crisi de la masculinitat apropant-nos als homes abordant la masculinitat des de la complexitat de la seva crisi (Delgado, 2021) i anant a conèixer una cosa essencial: Quines masculinitats s'estan promovent des de la Manosfera? Quina connexió tenen amb l'extrema dreta institucional? Com es dona aquesta construcció de les masculinitats?



Eaton, T. (2014, 3 setembre). *Don't Feed the Trolls* [Imatge]. Calling Through The Fog.
<https://callingthroughthefog.wordpress.com/2014/09/03/dont-feed-the-trolls/>

Masculinitats, antifeminismes i extrema dreta

El gènere, com a pràctica social (Connell, 1995), ordena la vida, els cossos i les pràctiques lligades a institucions, símbols, normes, polítiques i una cultura que dialoguen amb l'individu que les aprèn i incorpora creant en aquest la seva percepció, idees i pràctiques que es mostren en els seus comportaments i relacions. Com ens diu Delgado (2021) els homes accepten, negocien o resisteixen a les nocions de masculinitat en contextos específics. Les masculinitats, per tant, canvien, i per això, com ens explica Lomas (2003), necessitem parlar de masculinitats en plural, ja que és un concepte canviant, històric i contextual. En conclusió, entenent la masculinitat com una construcció social, històrica i contextual.

Aquesta pluralitat cultural la podem veure reflectida de diverses formes; amb clàssics de l'antropologia com Margaret Mead qui va estudiar els aborígens australians l'any 1930 que de forma comparativa va veure com els homes Arpesh, caracteritzats per ser amants de l'art i pacifistes, tenen masculinitats molt oposades als Mundugumor, referenciats com a agressius i

violents (Badinter, 1992); o amb els estudis de Gutmann (1997) qui ens mostra representacions de masculinitats d'arreu del món com els Hijras de la Índia que un objectiu vital pels homes és la castració; o els homes de Nicaragua que tenen tradició de vestir-se de forma coqueta; o, fins i tot, els homes Berdache o Badea de pobles nadius d'Amèrica del Nord qui trenquen per complet l'estereotip hegemònic d'occident.

La diversitat i la pluralitat de les masculinitats també la trobem en un mateix territori tot i els processos de globalització i hegemonització de les masculinitats. No és el mateix les dinàmiques i expressions masculines en els espais esportius (Adams, Anderson y McCormack, 2010), que dins els videojocs online (Gómez i Gómez, 2022) o dins dels moviments d'extrema dreta (Mudde, 2020). I és que no es repeteix exactament un mateix patró a tot arreu (Connell, 2002).

Les masculinitats, però, no són valorades socialment des d'una perspectiva igualitària, existeix una jerarquia que les ordena desigualment i, també, s'estableix una hegemonia dominant d'aquelles masculinitats més normalitzades i expandides. Aquest procés d'hegemonització, com ens explica Azpiazu (2017), és el procés el qual una relació de poder es manté de forma invisible, sent acceptada i sense generar un desig de resistència, per tant, creant una invisibilitat i suposada normalitat. Aquestes masculinitats normalitzades i hegemonitzades predominen determinant una certa normalitat i, en conseqüència, normativitat social. Jeràrquicament, sota aquestes masculinitats hegemòniques trobaríem, com ens diu Connell (1995), les masculinitats marginades (com les masculinitats racialitzades) o masculinitats subordinades (masculinitats gays o trans*), que restarien a una escala inferior de les masculinitats més hegemòniques.

Diversos autors han teoritzat al voltant d'aquestes masculinitats situades al cim de la jerarquia fent-hi referència com a: masculinitat hegemònica, masculinitat dominant, masculinitat heteropatriarcal, masculinitat fonamentalista o masculinitat tradicional. Poso en dubte si les masculinitats fonamentalistes o tradicionals s'han mantingut en l'hegemonia i normalització social, una pregunta

que caldria respondre amb complexitat, però si que podem veure com aquestes tornen a prendre força actualment com a resposta tradicionalista a la crisi cultural actual.

S'han identificat pilars normatius que donen fonament a aquesta construcció d'home més hegemònic (com a identitat, pràctiques, idees i expressió de gènere); Badinter (1992) ens parlava de construir la masculinitat en tres negacions: no ser infantil, no ser com una dona i no ser homosexual. Kauffmann (1999) ens parlava de les 7 P's: poder patriarcal, percepció de dret als privilegis, permís a la violència, paradoxa del poder dels homes (de la inseguretat surt l'estratègia de la violència per adquirir poder), armadura psíquica i emocional, olla psíquica de pressió i passades experiències d'herència patriarcal apresada; Bonino (2000) ens parlava de seguir aquestes normes: no tenir res de dona, ser important, ser un home dur, enviar a tots a l'infern, respectar la jerarquia i la norma de la masculinitat. Fins i tot jo, fa anys, vaig estandarditzar uns pilars del que veia a les intervencions educatives que feia a joves i adults: heroïcitats, independència, raó, públic i violent (Molero, 2015); O Heilman, Barker, Harris (2017) identificaven aquesta caixa de la masculinitat en set pilars: autosuficiència, ser fort, atractiu físic, rols masculins rígids, heterosexualitat i homofòbia, hipersexualitat i agressió i control. L'estandardització de pilars o fonaments de les masculinitats ens poden ajudar a identificar alguns trets que es repeteixin i, així, poder identificar millor com aquest paraigua o caixa social normativa. Alhora, ens pot ajudar a poder veure si té connexió amb les masculinitats que es deriven dels antifeminismes o, si investiguéssim quina és la normativitat en el nostre context català, veure si les masculinitats antifeministes estan pol·linitzant els models hegemònics.

Cal fer l'apunt que les identitats de les masculinitats i les relacions que se'n deriven són molt més complexes, canviants i esmunyedisses que aquesta masculinitat hegemònica. Cal dir això per no caure en tendències socials que he pogut veure com: (a) La simplificació masculinitats: La construcció, vivència i relació de la masculinitat és complexa, no tenir això en compte pot portar a anàlisis i reflexions sobre masculinitats populistes, pamfletaris, generalistes o reduccionistes (b)

L'estigmatització dels homes: En aquest procés sociopolític d'onada de debat i crítica de la masculinitat, s'ha pogut assenyalar la masculinitat hegemònica simplificant fenòmens complexos i generant una visió estigmatitzadora de l'home generant narracions poc completes (c) La monofocalització en el gènere: el gènere és una categoria molt influent en les identitats i relacions socials, però som travessats per moltes interseccions identitàries d'opressions i privilegis (edat, classe social, racialització, salut mental...) i contextos canviants.

És per això, que cal qüestionar la idea mediatitzada que “les masculinitats antifeministes són el mateix que la masculinitat hegemònica” o que “les masculinitats antifeministes són de VOX” i preguntar-nos: quines són les masculinitats que es construeixen des dels antifeministes a les xarxes i el món digital? Quina relació hi tenen aquestes masculinitats antifeministes amb les masculinitats hegemòniques o les proposades pels partits d'extrema dreta? Quin impacte tenen aquestes masculinitats en la creació d'identitat, discurs, pràctiques i expressió de gènere dels homes?

Segons Ging (2020), Lacalle (2023), Delgado i Sánchez (2022) existeixen quatre subcultures dins la Manosfera que generen identitat, discurs i pràctiques de masculinitats antifeministes. Cadascuna de les subcultures acull uns malestars i inquietuds masculines, genera una comunitat entre homes, desenvolupa una narració sobre la realitat dels homes i potencia unes expressions de masculinitats concretes. Tot i les diferències entre els subgrups, tots ells comparteixen el fet de configurar els seus discursos, identitats i pràctiques des de l'antifeminisme i el fet d'organitzar-se, reivindicar-se, donar-se suport, identificar-se, visibilitzar el seu malestar, promoure models concrets de masculinitats, entendre i narrar la realitat amb teories de la subcultura i, alguns, promoure assetjament o violència tant online com física. Lacalle (2023) ordena i distingeix cadascuna de les quatre subcultures en quatre tendències d'estratègies relacionals que ens ajuden a entendre la diversitat de reaccions: fugida, confrontació, seducció i eliminació.



Lacalle, C. (2023). Estrategias relacionales de la construcción discursiva de la misoginia
THE OTHERLESS OTHER: LAS PASIONES MISÓGINAS DE LA MANOSFERA
ESPAÑOLA. Signa: Revista De La Asociación Española De Semiótica, 32, 41–53.
<https://doi.org/10.5944/signa.vol32.2023.36111>

La primera subcultura són els Men's Rights Activists (MRA o Activistes pels Drets dels Homes), moviment que neix ja als anys setanta reivindicant una percepció d'injustícia cap als homes en les sentències de divorci, les pensions alimentàries i la custòdia dels fills. Els MRA posen el focus en els costos de la masculinitat, però a diferència de postures més feministes o profeministes que estructurin un discurs sobre aquests costos responsabilitzant al patriarcat, els MRA prenen un discurs de culpabilització del feminisme com a causant del seu malestar i posicionant a l'home com a verdader afectat per la societat, per tant, adquirint un rol exclusivament victimista. Les seves reivindicacions actuals són: lleis injustes de divorci, discriminació en les custòdies, l'alta taxa de suïcidi masculí, l'alta taxa d'homicidi masculí, l'alta taxa d'accidents laborals, les denúncies falses, etc.

La segona subcultura són els *Man Going Their Own Way* (MGTOW o homes que segueixen el seu propi camí), que prenen un discurs sexista de clara distinció entre home i dona, fomenten una masculinitat independent, autosuficient i orgullosa que s'alliberi de les urpes femenines. Les dones són percebudes com a interessades, controladores, capadores de les llibertats i abusives contra els

homes, aquesta dinàmica social s'atribueix al feminisme com a causant d'aquesta situació social que les empara. Davant aquesta interpretació de la realitat, la proposta de MGTOW és rebutjar tenir contacte amb les dones, rebutjar el sexe amb elles i reivindicar l'apropiació dels propis cossos, el dret a dir "no" a les dones a la seva vida, rebutjar els estereotips de gènere imposats socialment i criticar ser objectes d'ús i abús per a les dones. Des d'aquests discursos s'ha desenvolupat conceptes com "La Regla de Pence" basada en no quedar-te mai a soles amb una dona, això fa referència a Mike Pence, exvicepresident del govern de Trump de 2017-2021, qui va declarar que mai soparia amb cap dona a soles, llevat que fos la seva dona, ja que si no podria ser acusat d'assetjament sexual. Aquest moviment també ha hibridat en tendències i models de masculinitats centrat en un èxit basat en: l'acumulació de capital eròtic (gimnàs i bona dieta), capital social (popularitat i fama) i econòmic (esdevenir ric). Un model de masculinitats que s'agafa de la mà del neoliberalisme, l'individualisme i l'aspiracionisme.

La tercera serien els Pick Up Artists (PUA o artistes de la captació/seducció) que difonen un discurs antifeminista i neoliberal centrat en l'objectiu de seducció i conquesta de les dones. S'acostuma a donar el format que un gurú coneixedor dels codis socials de seducció i imparteix cursos d'autoajuda i d'adquisició tècnica de mètodes per a aconseguir exitosament dones a altres homes. Altres casos són els grups d'homes que de forma online comparteixen pràctiques i estratègies d'èxit de seducció. Aquestes eines i tècniques (molts cops basades en la manipulació, engany, dominació...) fomenten una masculinitat cosificadora i materialista d'entendre les relacions amb les dones. Els PUA fomenten una percepció cosificadora de les dones avaluant-les, entenent les relacions i les dones com un mercat d'oferta i demanda. Des d'aquesta perspectiva el feminisme no és del tot dolent, sinó que fa canviar les normes del joc i representa un nou repte de seducció. Des d'aquest subgrup es crea una terminologia pròpia per entendre la realitat de les masculinitats de forma jerarquitzada distingint els homes entre: alfes (dominants, líders...), betes (bons jans, perdedors amables, enganyats per les dones...), sigmes (qui rebutgen l'engany

feminista i milloren les seves qualitats per esdevenir alfes) i omegues (perdedors del mercat sexual, desfavorits, sense qualitats...).

La quarta subcultura serien els Incel (“Involuntary Celibate” o ceilibat involuntari), el grup més radicalitzat de la Manosfera. No renuncien voluntàriament a les dones, sinó que la seva abstinència sexual ve de la dificultat per trobar parella per les seves condicions físiques i genètiques, per les inseguretats o complexos i culpabilitzen a les dones i a la societat d’aquest celibat. Els discursos dels incels es centren en el cos (alts i baixos, mandíbules grans o encongides...) i desenvolupen tot de teories per donar un relat al perquè estan fora del mercat sexual i relacional amb les dones.

Els seus discursos es basa en la crítica als subjectes exitosos relacionalment i sexualment als qui anomenen com a Chads i Stacys (persones amb un alt capital eròtic: afavorides genèticament, atractives...) i també a les Beckys promiscues (dones de cos “normal” que no s’ajunten amb ells perquè volen anar amb els Chads). Aquesta crítica a les dones promíscues es desenvolupa amb el que s’anomena *bodycount*, una perspectiva cosificadora de què el valor de les dones és menor com amb més homes ha compartit sexualment i és preferible estar amb una dona anomenada *km 0*.

També desenvolupen teories com és la “Llei 20/80” o el “Principi de Pareto”, que sosté que el 20% dels homes sedueixen al 80% de les dones, és a dir que els Chads controlen un 80% del mercat femení deixant a la resta d’homes com a perdedors i en celibat. Aquesta visió s’ha retroalimentat per estudis que han sortit de xarxes socials de trobar parelles com Tinder (Lacalle, 2023), entre altres estudis i estadístiques creades, generant una bomba de relloteria dins de les xarxes i amplificant el discurs misogin.

A diferència d’altres subcultures de la manosfera que fomenten el desenvolupament de capital eròtic, social o econòmic com a forma d’esdevenir exitosos, molt lligat a la teoria red pill que després parlarem, part del moviment incel creu en la filosofia blackpill que, resumidament,

argumenta que el teu cos determinarà el teu èxit amb les dones facis el que facis. D'aquesta teoria apareixen idees extremes del retorn a èpoques medievals on “tothom tenia parella”, del dret a tenir parella o d'esclavització de les dones.

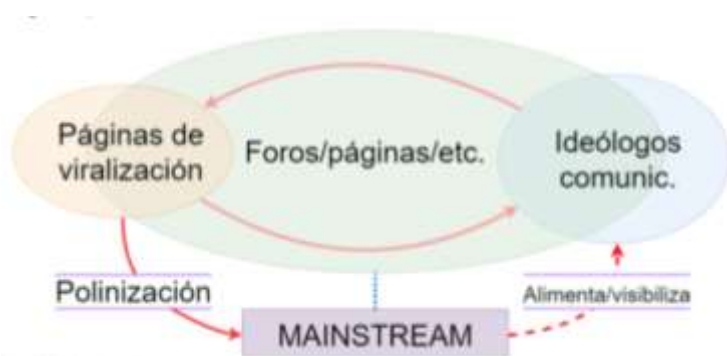
Aquesta subcultura transcendeix la ciberviolència i als Estats Units s'han donat casos d'assassinats massius com els de Stephan Balliet o Elliot Rodger, que han sigut punta de llança per promoure la misoginia i l'anomenat alçament incel, rebel·lió dels betes o aixecament dels homes betes. Mediàticament, s'ha tractat aquests casos de misogínia, sumada a xenofobia i racisme fent referència principalment a la salut mental individual dels autors dels crims, però, com ens diu Kaiser (2022) es tracta de radicalització misògina i d'extrema dreta.

Aquestes subcultures de la Manosfera promouen unes masculinitats que cal diferenciar de les hegemòniques i les tradicionals (Nagle, 2017). Tal com ens diu Ging (2019) i Proyecto Una (2019) hi ha nous codis com: formes d'expressar-se (mostren emocionalitat, expressen tristesa i malestar...), noves formes de discurs (simbologia, terminologia, teories per donar sentit al seu malestar, qüestionament de l'homofòbia...), nous codis estètics (cultura geek, univers manga i dels còmics, cultura friki...) i noves formes de narrar-se a uns mateixos (perdedors, rebutjats, ressentits, inútils, afeminats, immadurs, víctimes...) que disten de la representació hegemònica i, fins i tot, podríem arribar a categoritzar-les com a masculinitats marginades. Alhora, trobem que hi ha un anhel i desig d'èxit de la normativitat hegemònica, per això algunes propostes de gestió del malestar semblen promoure la recuperació d'una masculinitat de dominació, els privilegis masculins o de la transformació dels seus cossos i l'adquisició d'habilitats per tal d'esdevenir exitosos (ja sigui allunyant-se de les dones, triomfant amb elles, confrontant-les o directament exterminant-les o sometent-les).

Centrant-nos exclusivament en l'estat espanyol i, basant-nos principalment en la investigació de García-Mingo i Diaz-Fernandez (2022), podem veure com les principals subcultures que s'aterren en creadors de contingut i comunitats a són de MRA i PUA.

Però ens trobem que existeixen altres creadors de contingut antifeminista barrejats entre les categories i influenciats per aquestes subcultures. Serien els casos de: Roma Gallardo, Infovlogger, Libertad y lo que surja, Jordi Wild, Wall Street Wolverine, The Red Pill Podcast... entre d'altres. Sembla, per tant, que existeix una relació fluctuant i complexa de simbiosi i hibridació cultural entre les masculinitats antifeministes de la Manosfera i les masculinitats més hegemòniques i patriarcales. Hi podem trobar punts de nexa, influències i, alhora, diferències, límits i conflictes entre aquestes.

Això ens reafirma la idea de la complexitat del fenomen i la impossibilitat social d'encaix amb els models de masculinitats en el seu extrem (blanc o negre), existeix, per tant, una construcció de la masculinitat en una gamma de grisos canviant. Aquesta complexitat, simbiosi i hibridació la podem veure en la subcultura de la Manosfera *The Red Pill*, nom que fa referència a *The Matrix* que manlleva de la metàfora de prendre la pastilla vermella per sortir del sistema i ser conscient de la veritat, desenvolupant discursos en contra el feminisme, tècniques per lligar actualment, atac a les noves masculinitats, hipergàmia femenina i creixement personal masculí. The Red Pill, com passa i probablement seguirà passant per la rapidesa i hibridació d'Internet i el món modern, s'escapa de la categorització que proposa Ging (2019) i hibrida entre influències de MGTOW, PUA i MRA.



Delgado, L. S. (2022). *Unitat 3.1: Masculinitats patriarcales* [Material educatiu]. Escola d'Administració Pública de Catalunya.

<https://formaciooberta.eapc.gencat.cat/contingutsdels cursos/cavm/m03/031/inici.html>

La Manosfera, com qualsevol cultura i encara amb més facilitat per la seva viralitat, també té la dinàmica de pol·linitzar i transmetre el seu discurs en altres espais, plataformes, comunitats i referents d'internet que no abandonen l'antifeminisme. Les seves teories, nomenclatures, codis, idees, pràctiques... penetren en l'hegemonia i s'entreveuen de forma menys radicalitzada, el que Julia Ebner (2022) anomenaria com als ecos de la Manosfera. Això provoca, encara més, un procés de normalització d'aquestes masculinitats i discursos antifeministes en altres contextos, cultures i creant possibles embuts d'entrada a la radicalització, polarització davant dels feminismes i possible mobilització de vots a l'extrema dreta. Per exemple, Lladós University amb 321.000 subscriptors, podria acostar-se a la subcultura de MGTOW pel seu neoliberalisme, individualisme i foment de l'aspiracionisme i la seva idea d'èxit basada en acumulació de capital eròtic, social i econòmic, però el discurs MGTOW està molt més hibridat.

La viralització massiva i obertura de la finestra d'Overton fa que trets de les masculinitats antifeministes (identitats, expressions de gènere, discurs...) implantin la seva llavor amb possibilitat de créixer, o no, en els homes com a part de la seva construcció de la masculinitat i forma de donar sentit a la seva identitat, relacions, malestars i actual crisi de la masculinitat. No es

tracta només de casos que mostren la punta de l'iceberg, sinó entendre-ho com a fenomen cultural que entra en contacte amb l'hegemonia i hibrida en la construcció de la nostra persona i societat. En conclusió, que l'accés o reproducció de discursos antifeministes no et porta directament a esdevenir d'ultradreta i votant a Vox.

Les masculinitats antifeministes de la Manosfera tenen similituds molt properes a la subcultura dels MRA i diferències amb les masculinitats antifeministes que fomenta el partit d'extrema dreta Vox que presenta una masculinitat tradicional modernitzada amb ideologia ultranacionalista, ultrareligiosa i ultraracista. Com ens expliquen (Álvarez i Jiménez, 2021), la seva estratègia binòmica (bé/mal, bons/dolents...) es mostra també en la seva expressió de masculinitat de: força i múscul enfront dels covards i el bonisme, la unitat nacional enfront de la diversitat, la valentia enfront dels covards o la intel·ligència de qüestionar-ho tot enfront al servilisme. Una expressió de masculinitat marcial (militarisme), tradicional (religiosa), d'èxit empresarial (neoliberal), home fet a un mateix (individualisme i self-made man) i home/pare de família (família tradicional). Tot això sumat a una masculinitat lligada a l'espanyolisme que planteja un repte de salvació guerrera de la nació en la batalla cultural contra els separatistes, les *feminazis*, els *perroflautes*, la ideologia de gènere, la bogeria trans, etc. (Rodríguez, 2024).

La Manosfera i les masculinitats antifeministes que neixen d'ella transcendeixen la proposta política de l'extrema dreta, però la seva producció de discurs opera com un difusor i normalitzador de l'argumentari de l'extrema dreta i, en alguns casos, referents de la Manosfera acaben connectant amb l'antifeminisme de Vox, però també del PP o fundacions d'ultradreta catòlica com Hazte Oír (Delgado i Sánchez, 2023).

Cal fer l'apunt que l'extrema dreta antifeminista institucional té una clara connexió amb l'espanyolisme i, en el context d'extrema dreta catalanista, no es reproduceix i articula aquest discurs antifeminista de la mateixa forma. La representació de l'extrema dreta catalana

institucional del partit Aliança Catalana pren un discurs de reapropiació del feminisme i més proper al homonacionalisme i feminacionalisme (Monge, 2024). Aliança Catalana difon un discurs en contra les polítiques feministes, però al mateix temps alava la lluita feminista, els drets de les dones i, també, de les persones LGBT argumentant que el malestar d'aquests col·lectius prové principalment d'aquelles cultures migrades que sí que són masclistes i homofòbiques. Per tant, una apropiació del feminisme amb fins racistes. Alhora, s'ataca a les polítiques públiques d'Igualtat dutes a terme fins ara com a "feminisme de mentida o de postal". Seria molt interessant poder desenvolupar més aquest nínxol d'investigació, ja que l'antifeminisme institucional sembla no operar igual per un eix clau: la nació i la llengua. Alhora, els creadors de contingut i comunitats de la manosfera o pol·linitzades per aquesta són de parla castellana. Aquí obriríem un interessant tema d'investigació on ens podríem preguntar: per què la Manosfera és en castellà? Per què triomfen aquests influenciadors castellanoparlants? La llengua i cultura catalana és un factor de prevenció de la manosfera? Encara no s'ha organitzat aquest malestar? O genera un altre tipus de dinàmica social? Deixo obert aquest interessant fil en clau nacional i sociolingüística.

Més enllà de l'embranchida que donen les *bigtech* als discursos d'odi, cal posar sobre la taula que els antifeminismes, com a discursos i moviments, prenen una força tan gran perquè existeix un múscul de capitals (econòmic, humà, social, polític, institucional, històric...) que els fa jugar amb avantatge aquest debat cultural. Alexis Lara (2024) retrata i connecta aquest auge dels antifeminismes amb l'ultracatolicisme i el gran poder que té a l'estat espanyol; associacions, escoles, fundacions, partits polítics, mitjans de comunicació, negocis... arrelats històricament a un estat teòricament laic que dona privilegis i finança el catolicisme. Com ens explica Lara (2024), parlant de la reacció antifeminista antiabortista,

"existeix una clara relació entre associacions antiavortistes, l'església catòlica, alguns mitjans de comunicació i partits polítics conservadors i negacionistes (...) entre 2014 i 2018, cinc dels col·lectius antiavortistes més actius van rebre quasi dos milions d'euros de diners públics mitjançant subvencions".

Si parlem d'aquest múscul de moviments ultracatòlics antifeministes cal parlar de la rellevància de l'associació Hazte Oír, associació amb un clar vincle al partit d'extrema dreta VOX, amb la secta ultracatòlica El Yunke i l'organització ultracatòlica internacional CitizenGo. Des de la seva fundació, l'any 2001, Hazte Oír ha format part del lobby negacionista i fonamentalista en contra l'avortament, lleis contra la violència de gènere, lleis LGBTIQ+ i, històricament, contra la llei de memòria històrica o l'eutanàsia (Lara, 2024). Gràcies als papers de Wikileaks van poder desvelar com aquesta associació va rebre més de 17 milions d'euros en donacions de fons privats durant el Congrés Mundial de Famílies celebrat a l'estat espanyol l'any 2012. Parlem llavors, tot i semblar una conspiranoia, de què els antifeminismes són fruit d'una acumulació de poder d'aliances mundials, fons econòmics privats, control de mitjans de comunicació o d'influència de partits polítics (Lara, 2024; Kaiser, 2022) que els converteixen en verdaderes institucions fàctiques d'influència social dels seus discursos i l'expansió dels antifeminismes. I, clarament, podem veure com les seves campanyes comunicatives (#StopFeminazis, #StopDictaduraLGBTI o #StopAborto i una extensió d'ideologia i teories en contra l'anomenada "ideologia de gènere") comparteixen clars vincles amb els discursos de la Manosfera.



La Intersección (2021). *Cómo impedir que el odio avance en redes: la estrategia del no casito* [Article online]. La Intersección. <https://lainterseccion.net/autodefensa/como-impedir-que-el-odio-avance-en-redes-la-estrategia-del-no-casito/>

En conclusió,

- (a) La construcció de les masculinitats (identitat, discurs, expressió i pràctiques) dels joves acaba sent resultat d'un diàleg personal i col·lectiu d'acceptació, negociació o resistència constant entre les diverses cultures, subcultures i discursos que entren en debat.
- (b) El fet que les subcultures de la Manosfera i l'extrema dreta institucional prengui poder i força a les xarxes i institucionalment fa que les identitats, discurs, expressions i pràctiques de les masculinitats antifeministes entrin dins d'aquest debat social
- (c) Un àmbit de socialització i informació dels joves són les xarxes socials on la Manosfera i l'extrema dreta tenen un gran poder i influència esdevenint agents claus pels joves en aquest debat.

- (d) El poder econòmic, social i comunicatiu que compten organitzacions, referents, partits i institucions antifeministes atorga uns privilegis dins del debat social i l'accés a normalització de discursos radicalitzats
- (e) El debat cultural acaba obrint el pas de l'antifeminisme a l'hegemonia, fent llavors que l'antifeminisme vagi normalitzant-se i normativitzant-se en la masculinitat
- (f) La construcció de les masculinitats dels joves acaben sent una escala de grisos entre les simbiosis i hibridacions dels diversos discursos socials que entren en debat
- (g) La possibilitat d'entrada a un embut d'identitats, discursos, expressions i pràctiques radicalitzades i antifeministes per part dels joves és més gran

Més enllà d'aquesta aferrissada lluita pel debat cultural, la narració i relat al voltant de la masculinitat i el gènere, sembla que aquests malestars part dels homes existeixen i necessiten canalitzar-se. Què hem de fer amb aquests malestars? Què hem de fer amb aquests desigs? Què fem amb tots aquests nois? Ens preguntem llavors, per aprofundir en aquest procés més social i subjectiu: Què és el que motiva als homes a ser captats per l'antifeminisme? Quin procés psicosocial els porta a apropar-se als antifeminismes? Com s'estructuren aquests processos?

El procés psicosocial de la radicalització antifeminista

La interpretació del fenomen que hem estat construint deixa molts buits d'informació i preguntes que caldria investigar. Però existeix una qüestió rellevant des d'una perspectiva educativa i la qual volem respondre des d'aquesta investigació: el procés psicosocial d'aquesta radicalització antifeminista.

Podríem enfocar aquest procés buscant l'origen des d'una perspectiva materialista, ja que com he parlat anteriorment existeixen eixos com la precarietat econòmica que semblen ser a una variable clau en l'adquisició d'un discurs antifeminista (Garcia, Miranda, Bettina, Díaz i Sueiro, 2021;

ICIP, 2024), però la recerca s'allunyaria del camp educatiu i la competència dels professionals de l'educació. És per això que volem focalitzar la recerca en l'origen de la radicalització antifeminista des d'una perspectiva motivacional, psicosocial i educativa, ja que és un camp d'actuació i coneixement que les professionals de l'educació en tenim competència i poder d'intervenció.

Existeix una tendència de molts professionals de l'educació formal i no formal, que davant d'un discurs radicalitzat, ple de desinformació o *fake news* entrem en un estat d'alerta i ens surt contraargumentar amb dades, experiències, teories o discursos per frenar la radicalització i l'impacte que pot tenir al grup o a la societat (Molero, 2025). A vegades aquestes intervencions poden tenir efectivitat en frenar violència que sabem que es pot normalitzar, en posar un límit ètic clar per la convivència, en donar arguments a les persones que reforcin les persones que no estan radicalitzades o, fins i tot, en desmuntar la construcció discursiva de la persona que s'ha mostrat amb arguments radicalitzats. Però, ens trobem en la situació social que molts joves tenen arguments fermes, discursos arrelats i un arrelat procés de politització en l'antifeminisme que genera un efecte de “tret a la culata” o *boomerang* on les nostres intervencions poden reafirmar, radicalitzar i polaritzar més l'antifeminisme.

Aquesta politització i embut d'entrada en aquests discursos, tot i ser fonamentats amb *fake news* i desinformació, no només es tracta de pensaments efímers o “verborrea sense sentit” fàcil de refutar. Les comunitats antifeministes i influenciadors (siguin més o menys radicalitzades) generen identitat (solucions clares a la crisi de la masculinitat, respostes als dubtes existencials de ser home, promeses d'èxit masculí...) i comunitat (generant seguretat, identitat col·lectiva, donant escolta i suport als malestars, culpabilitzant un clar enemic que provoca aquests malestars...) complint una funció psicosocial en els homes (Bujalka, Ben Rich y Stuart Bender, 2022) i fent que els pensaments passin a ser part identitària i, per tant, atacar els pensaments és atacar a la identitat. No estem parlant llavors d'un debat d'arguments i contraarguments amb flexibilitat, no estem parlant

d'una conversa racional sinó emocional, estem parlant d'una qüestió identitària i d'una reafirmació comunitària d'incorporació d'un discurs (Boudieu, 2000).

Segons Lee McIntyre (2018) existeixen quatre biaixos fonamentals per a poder comprendre l'impacte del nou paradigma de la postveritat i l'atzucac pedagògic en què professionals de l'educació ens podem trobar quan aportem discursos o dades verificades davant la radicalització o la desinformació. Aquests quatre biaixos són:

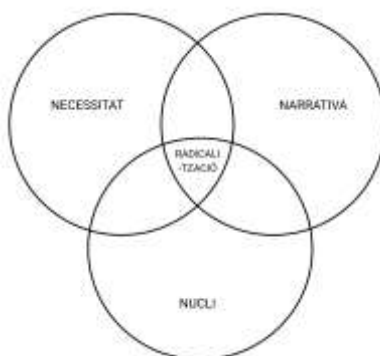
- Conformitat social: la tendència de cedir a la influència de les creences compartides per un grup de pertinença sobre les creences individuals
- Biaix de confirmació: descriu la tendència a afavorir, davant la nova evidència, les creences pròpies per sobre les possibles alternatives, fins i tot, les més plausibles.
- Efecte backfire: descriu la tendència a desestimar crítiques plausibles i aferrar-se a les creences bàsiques prèvies.
- Efecte Dunning-Kruger: descriu la dificultat de reconèixer la incapacitat pròpia en relació amb determinat coneixement o activitat.

Tuñón i Sánchez (2022) aposten pel *fact-checking* com a eina educativa eficaç davant aquests biaixos psicològics com l'efecte backfire per fer front a la desinformació, una eina que s'està desenvolupant a les aules com a forma de prevenció i intervenció exitosa. Podria ser una línia oberta d'investigació el fet de veure si es pot abordar el fet de fer front educativament als antifeminismes des de les eines del fact-checking, ja que el moviment antifeminista utilitza la desinformació com eina.

Aquests tipus d'eines i desenvolupament de competències per fer front als discursos d'odi i la desinformació són claus, però què passa quan la persona es nega a l'evidència científica? Què passa quan la identitat i l'emoció eclipsen la racionalitat? Des d'aquesta recerca ens interessa accedir a una comprensió afectiva i psicosocial. La comprensió d'aquesta motivació psicosocial

ens pot donar una aproximació a comprendre la captació de la radicalització dels homes joves, establir un vincle afectiu amb ells i, llavors, planificar un treball educatiu per a prevenir una major radicalització o acompanyar a prendre un discurs i pràctiques allunyades dels discursos d'odi antifeministes.

Partim de l'estudi de Lobato (2019) qui compara tres models per comprendre els processos de radicalització arribant a la conclusió que el model de les 3N és el més complet per a analitzar aquests processos des d'una perspectiva psicosocial. El model de les 3N està de Kruglanskij, Bélanger i Gunaratna (2019) basant-se en pràctiques molt més violentes i organitzades com el terrorisme, però volem veure si ens serveix per respondre al fet que motiva als individus "normals" a convertir-se en radicals i es mostra com al més complet i adaptable al fenomen de l'antifeminisme.



Esquematització d'interseccions del model 3N. Elaboració pròpia

Kruglanskij, Bélanger i Gunaratna (2019) ens parlen de la intersecció de tres forces psicosocials que poden motivar a la persona a la radicalització:

1. Les necessitats o motivació de la persona: serien les necessitats i motivacions (competència, èxit, estima, autoestima, domini, control, venjança, ascens d'estatus social...) que la persona busca per trobar un sentit o significat vital. Totes aquestes necessitats són definides i interpretades culturalment de formes molt diferents, però si ho relacionem amb les

masculinitats i l'antifeminisme podríem parlar de l'anhel i desig al model hegemònic que es mostra com a exitós i triomfador socialment, en el cas de Vox de l'espanyolització, d'Hazte Oir els valors catòlics i la família tradicional, dels PUA el fet de ser un triomfador amb les dones... Acostuma a haver-hi un esdeveniment desencadenant d'aquesta motivació i Kruglanskij, Bélanger i Gunaratna (2019) ens en mostren tres:

- a. La pèrdua de significat vital (sentir-se insignificant, humiliat, deshonrar i avergonyit) de forma individual o grupal. Molts cops està connectat amb una pèrdua d'èxit o objectiu social (feina, estatus social, aspiracions...). Aquesta pèrdua de significat vital pot relacionar-se perfectament amb els efectes de la crisi de la masculinitat, els costos de la masculinitat o els malestars expressats pels homes que canalitza i capitalitza l'extrema dreta. Alhora, un moment social de tanta precarietat o crisi (econòmica, social, sanitària...) poden portar a una crisi interseccionant altres aspectes més enllà del gènere i posant la masculinitat en situació de pèrdua de significat vital.
- b. La percepció d'una amenaça al significat vital: es pot produir una pèrdua potencial de significat i que això porti al fet que actuïn radicalment motivats per no perdre aquest sentit personal o grupal. Aquesta percepció d'amenaça pot ser creada per l'alarma social activada per discursos d'extrema dreta sobre la llei de llibertat sexual, a por a la pèrdua dels privilegis masculins o l'amenaça ideològica que viuen els lobbies conservadors d'ultracatòlics.
- c. L'oportunitat d'obtenir un guany considerable del significat vital: hi ha una clara atracció al fet de ser més importants, reconeguts i vistos. L'extrem seria esdevenir màrtir o heroi de la causa o sentit que s'estigui buscant. Aquesta necessitat és molt propera a la construcció de la masculinitat hegemònica i com es construeix la perspectiva d'èxit i triomf masculí que genera un desig i anhel social molt capitalitzat socialment.

A partir de llavors, la persona busca aquest significat que el porta a ajuntar-se i integrar-se amb un grup o comunitat radicalitzada que pugui donar aquest sentit vital. Aquest grup acostuma a tenir unes normes i valors que, a canvi d'entrar a formar-hi part, ofereixen a l'individu sentit, admiració i respecte. I, normalment, la violència és identificada i justificada com un mitjà per aconseguir el significat vital. En els antifeminismes el concepte de grup és encara més complex i divers. Com hem vist existeixen xarxes i comunitats (online o físiques) que poden crear aquestes comunitats, siguin més o menys radicalitzades, però que puguin anar inculcant aquests discursos i masculinitats com a porta d'entrada a la radicalització.

2. Les narratives ideològiques de la cultura de la persona: existeixen medis culturals que socialment compartits (religió, nacionalitat, ètnia...) identificats com a propis de la persona i arrelats amb la ideologia del grup en què se subscriu. És llavors quan aquest tret cultural que els uneix prenent una nova interpretació més radicalitzada i comença a prendre mitjans més violents i radicals. Aquestes ideologies acostumen a identificar un enemic i responsable d'un malestar col·lectiu i, per això, justificar la violència com a legítima davant aquesta opressió. Aquest procés de radicalització ideològica i de transformar a "l'altre" en "el mal" fa que la violència generi menys culpabilitat i la transgressió de la moral sigui acceptada.

Podem veure plasmada aquesta dinàmica en els antifeminismes, ja siguin des de les subcultures de la manosphere o els partits i organitzacions d'extrema dreta. El que podem veure és com es capitalitzen i resignifiquen aspectes com l'espanyolitat, la religió o el fet de ser home per a crear un discurs que t'apropi als antifeminismes si "ets verdaderament espanyol, religiós o home". Alhora, de forma menys evident, molts espais, referents, comunitats o organitzacions que han sigut pol·linitzades per discursos antifeministes tenien altres medis culturals socialment compartits (videojocs, anime, humor, música, etc.) i existeix llavors una politització encoberta per aquells mitjans culturals compartits.

3. La interacció entre la pressió grupal i la influència social que succeeix a la xarxa social de l'individu: estariem parlant de la xarxa en què la persona s'ha adscrit que potència aquesta ideologia i radicalització. Aquesta xarxa és la que valida i justifica col·lectivament la violència i, també, serveix com a xarxa de suport, camaraderia, prova de veracitat i solidesa ideològica. Aquest grup acaba prenent una rellevància tan gran que passa a ser una segona família i, fins i tot, creant una identitat grupal fusionada. Aquesta vinculació amb el grup fa que les persones se sacrifiquin, protegeixin i estiguin disposades a tot en nom del grup.

La camaraderia o Fratria (Herranz, 2023) podria explicar molt bé aquestes relacions entre homes de cohesió, autoajuda i també vigilància, reproducció de la masculinitat i foment de la dominació masculina. Fins i tot, les xarxes antifeministes de la Manosfera prenen molts cops aquesta dinàmica de grup d'homes i suport mutu, ja siguin comunitats properes als Incels, els PUA o les comunitats de formació redpill.

De la Corte, Kruglanski, De Miguel, Sabucedo i Díaz (2007) ens expliquen com els processos de radicalització generen efectes psicosocials derivats de la identificació social dels membres en un moviment, organització o ideologia. Aquesta entrada a la radicalització pot generar despersonalització (perdre la noció d'identitat, decisió, capacitat crítica i llibertat individual), conformitat i obediència (com a més identificació sentis menys disposició a desobeir tindràs) i un desenvolupament d'una visió maniquea del món (dividir el món entre ells/nosaltres, culpabilitzar als "altres" del malestar social, distanciament d'aquelles persones no properes a la identitat). Aquests efectes psicosocials porten a una major identificació, radicalització i resistència activant amb més força els biaixos cognitius que defensen el discurs propi.

Ens preguntem aquí: aquest model té sentit per analitzar els processos de captació antifeministes? És aquest model de les 3N una eina clau per a poder comprendre les arrels psicosocials de la radicalització antifeminista? És una eina que pugui ajudar els professionals de l'educació a poder identificar la radicalització? Aquesta identificació pot ajudar a prevenir la radicalització

antifeminista o, fins i tot, intervenir-la si s'està donant? Què podem fer els professionals de l'educació amb aquesta radicalització? Aquestes preguntes són les que intentarem respondre a través de la investigació empírica a través de les històries de vida amb joves que s'han apropiat o han sigut captats pels antifeminismes.

● **Mètode i metodologia**

Aquesta recerca empírica segueix un enfocament qualitatiu basat en la metodologia de les històries de vida a joves que s'hagin apropiat als antifeminismes influenciats per les xarxes. Aquesta estratègia permet aprofundir en les experiències subjectives dels participants i comprendre, des d'una perspectiva fenomenològica, el seu procés psicosocial de captació, resistència o radicalització antifeminista. S'utilitza un enfocament qualitatiu perquè facilita una comprensió profunda del fenomen, donant veu als joves i permetent una anàlisi contextualitzada dels seus discursos i trajectòries.

La població objecte d'estudi són homes joves que han experimentat un procés de captació de discursos antifeministes a través de les xarxes socials. La mostra està composta per sis participants, seleccionats mitjançant un mostreig intencional basat en criteris rellevants per a la investigació:

- Haver sigut captat per discursos i comunitats antifeministes.
- Ser capaços de reflexionar sobre la seva trajectòria.
- Acceptar participar de manera voluntària en la investigació.
- Haver estat influenciats a través de comunitats, organitzacions, referents antifeministes a les xarxes.

Com a instrument de recollida de dades, s'utilitzen entrevistes semiestructurades, ja que permeten abordar temes clau mantenint una flexibilitat que facilita l'aprofundiment en les experiències personals.

Per garantir la fiabilitat de les entrevistes, s'ha elaborat un guió inspirat en el model de les 3N, la recerca bibliogràfica realitzada i una aproximació curiosa, empàtica i comprensiva.

S'han identificat possibles biaixos com la desitjabilitat social en les respostes dels participants. Per minimitzar aquest efecte, s'utilitzen preguntes obertes i un enfocament no directiu en les entrevistes.

La proposta d'entrevista és aquesta:

Objectiu	Informació que vols obtenir	Pregunta
1. Generar vincle amb la persona	Autodefinició, narrativa personal, inici de confiança, com vol ser percebut.	<i>“Abans de res, m'agradaria saber: si jo fos algú que et volgués entendre de veritat, com t'agradaria que et presentés davant del món? Qui ets, més enllà de les etiquetes?” Si ja existeix un vincle previ parlar sobre punts de relació i vincle (música, estudis, amistats, feina...)</i>
2. Conèixer l'origen on aquests temes van començar a generar	Context, relació, vivències, records, etc. on la temàtica va	<i>“Aquest tema ha generat força tensió. En quin moment recordes tu que es parlava més el tema?”</i>

debat i conflicte a la seva vida	començar a generar conflicte o malestar personal i social en l'entorn	<i>Es generaven més debats? Tu com ho vivies?"</i>
3. Conèixer les necessitats i malestars que són travessats per la temàtica (gènere i feminismes)	Percepció d'exclusió, malestar, judici, discriminació per part del feminisme, incomoditat amb el discurs.	<i>"Què t'ha generat a tu malestar d'aquest tema? Hi ha malestars que has viscut que creus que els homes ho vivim pitjor? Quan has passat per moments difícils, t'has sentit escoltat o inclòs per discursos com el feminisme? Hi ha conflictes que t'hagin generat malestar?"</i>
4. Desenvolupar la narració i discurs crític cap al feminisme o antifeminista	Crítiques concretes, arguments, argot propi, teories, discurs.	<i>"Si poguessis parlar amb algú que es defineix com a feminista i t'escoltés de veritat, què li diries? Què et grinyola o et costa dels discursos feministes actuals?"</i>
5. Cercar les fonts del seu discurs i narració	Origen de les idees: influenciadors, lectures, canals, referents, família i arrels.	<i>"Quan has començat a fer-te preguntes sobre aquests temes, on has buscat respostes? Hi ha alguna persona, influencer, llibre, vídeo o espai que diguis: uah! l'ha clavat!"</i>

		<i>“La teva família que en pensen d'això?”</i>
6. Aprofundir amb l'ús de xarxes socials per informar-se sobre aquesta temàtica	Plataformes utilitzades, tipus de continguts, impacte rebut.	<i>“Hi ha alguna xarxa social, canal o perfil que t'hagi fet pensar: ‘Això sí que m'està parlant clar’? Quin impacte han tingut en la teva manera de veure aquests temes?”</i>
7. Conèixer el nucli i comunitats amb discursos similars	Existència de grups propers amb discursos compartits, influència mútua.	<i>“Amb qui et sents còmode parlant d'aquestes coses? Tens algun grup o col·lega amb qui comparteixes punts de vista sobre el feminisme o el que significa ser home avui?”</i>
8. Testimoniar què li ha aportat aquesta perspectiva	Sentiments de validació, seguretat, claredat, identitat masculina reforçada.	<i>“Des que veus aquests temes d'aquesta manera, què creus que t'ha aportat? Et sents més segur, més validat, més enfadat...? Com ha canviat la manera com vius el teu dia a dia? Com ho viuen les dones del teu voltant? Què genera al teu voltant quan mostres aquestes idees?”</i>

9. Explicar el meu posicionament amb la recerca i rebre feedback	Opinió sobre el teu enfocament, si se sent escoltat o jutjat, suggeriments.	<i>“Mira, jo estic fent aquest treball perquè vull entendre millor què hi ha al darrere d’aquest rebuig o malestar cap al feminisme. No és per jutjar, sinó per escoltar. Com ho veus? Què et fa sentir aquest enfocament? Què et sembla?”</i>
10. Explorar què o qui els ha ajudat a sortir d’aquests discursos	Referents positius i tècniques positives que han ajudat a desescalar la radicalització o generar aprenentatge crític	<i>“Hi ha algú o algo que t’hagi ajudat a posar en dubte aquests pensaments?”</i>

Les entrevistes es realitzen en un entorn segur i de confiança, podent ser presencials o virtuals segons les necessitats dels participants. El procediment seguit és el següent:

1. Contacte inicial i explicació de l'estudi als participants.
2. Acceptació del consentiment informat per garantir l'acceptació voluntària i la protecció de dades.
3. Realització de les entrevistes, enregistrades en àudio amb autorització dels participants.
4. Verificació d'haver viscut el procés d'entrevista de forma positiva (confort, seguretat, tranquil·litat...)
5. Convidar a veure i llegir els resultats de la investigació.

L'estudi segueix els principis d'anonimat, confidencialitat i consentiment informat. Es garanteix que els participants puguin retirar-se en qualsevol moment sense justificació.

Les principals limitacions d'aquest estudi són:

- Mida reduïda de la mostra, que no permet una generalització dels resultats.
- Possible biaix en la selecció de participants, ja que es tracta d'un mostreig intencional de persones amb qui s'havia establert un vincle educatiu prèviament.
- Subjectivitat de les respostes, inherent a les metodologies qualitatives basades en històries de vida.

Malgrat aquestes limitacions, aquest estudi ofereix una comprensió profunda i necessària del fenomen de la captació, resistència i radicalització antifeminista en aquests homes joves que pot servir d'inspiració per a futures investigacions amb més capacitat material d'aprofundiment i ampliació de la mostra.

Vull remarcar que aquestes entrevistes no haurien sigut possibles sense un vincle educatiu previ amb tots aquests joves. Com a educador social i professional de joventut del municipi de Cardedeu vaig poder teixir una xarxa i vincle amb una diversitat de joves que m'ha ajudat a poder escollir persones molt concretes amb històries diverses. Gràcies a aquest vincle cuidat i treballat, es pot crear un espai de confiança i seguretat perquè els joves acceptin voler fer aquesta entrevista tot i que sigui una temàtica conflictiva, tensa i complexa. És necessari remarcar això, ja que reforça la importància de què els professionals de l'educació, com a persones amb vincle, puguem fer també una tasca d'investigació, ja que som els qui estem en contacte amb la realitat juvenil del territori. Seria important, llavors, poder garantir el foment d'aquesta tasca d'investigació des de la qualitat i, sobretot, dignitat professional.

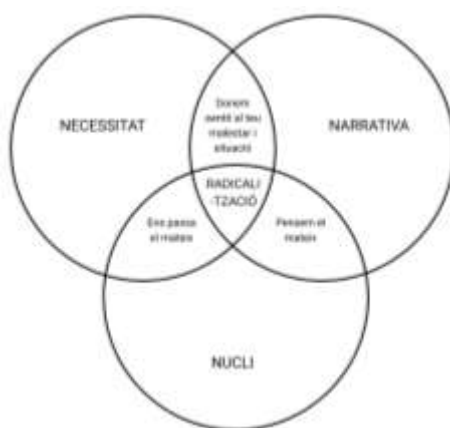
Les entrevistes han sigut transcrits i, seguidament, s'ha realitzat una categorització a través d'un sistema de categories i codis per a poder ordenar els resultats. Els codis s'han creat de forma deductiva en funció dels objectius de la investigació basats en el marc teòric. Alhora, hi ha

informació que s'han codificat de forma inductiva, ja que la informació s'ha trobat rellevant de poder mostrar-se perquè aporta més coneixement rellevant en la temàtica.

CODIS	DEFINICIÓ
OC (Origen Conscient del conflicte)	Context, relació, vivències, records, etc. on la temàtica va començar a generar conflicte o malestar personal i social en l'entorn
N1 (Necessitats)	Percepció d'exclusió, malestar, judici, discriminació per part del feminisme, incomoditat amb el discurs.
N2 (Narració)	Crítiques concretes, arguments, argot propi, teories, discurs.
N2X (Narració Xarxes)	Origen de les idees: influenciadors, lectures, canals, referents, família i arrels. Plataformes utilitzades, tipus de continguts, impacte rebut.
N3 (Nucli)	Existència de grups propers amb discursos compartits, influència mútua.
AP (Aportació afectiva)	Sentiments de validació, seguretat, claredat, identitat masculina reforçada.
FBK (Feedback)	Opinió sobre el teu enfocament, si se sent escoltat o jutjat, suggeriments.
REF (Referents positius)	Referents positius i tècniques positives que han ajudat a desescalar la radicalització o generar aprenentatge crític

● Resultats

“Et toca emocionalment. Et diu un missatge simple i (...) busquen a un individu vulnerable com podem ser els joves que busquen saber qui són al món, llavors ja tenen un moviment el qual identificar-se, un missatge simple amb el qual repetir tranquil·lament i, a sobre, quan tens aquest missatge t'acostumes a unir-te amb gent que també té el mateix pensament. Llavors es retroalimenta i al final, acaben justificant-se els uns als altres.”



Elaboració pròpia: Intersecció de radicalització basada en el Model de les 3N

A continuació es presenten els resultats obtinguts a través de l'anàlisi de les sis històries de vida realitzades a joves captats pels antifeminismes. Per a respondre ordenadament als objectius de les entrevistes als testimonis, s'han ordenat els resultats seguint la codificació per ajudar a estructurar els resultats, alguns apartats s'han ajuntat, ja que la informació estava completament vinculada. El codi de “feedback” es presenta directament com a part de les conclusions pel seu caràcter interpretatiu i no tan ric descriptivament. Enmig de la presentació de resultats se citen literalment fragments transcrits de les entrevistes realitzades.

Origen conscient del conflicte

“Aquí hi ha algo que no quadra. Si tots els homes es queixen de les dones i totes les dones es queixen dels homes. O els homes ho estem fent tot malament o les dones ho estan fent tot malament. O els dos ho estem fent malament?” A

Els entrevistats coincideixen, tot i la seva diversitat d'edats, que la temàtica comença a parlar-se a la seva vida i a generar conflicte entre 2018-2020, és a dir, durant els anys de major auge l'última onada feminista i, alhora, de la contraonada antifeminista. L'institut, com a espai de socialització i convivència amb la diversitat, és el principal lloc on el conflicte emergeix i, en diverses ocasions, fruit d'intervencions per part de professionals de l'educació. Els testimonis recorden la pràctica professional d'aproximar-se a la temàtica del gènere generant reaccions que polaritzaven l'alumnat: arguments poc fonamentats, generalitzacions, etiquetes cap a l'alumnat masculí (“masclista”, “sexista”, etc.), poca argumentació pedagògica, oposició frontal cap a idees de l'alumnat... percebudes llavors com a manipulació o adoctrinament.

Els testimonis identifiquen, sobretot, un ambient on l'odi ha anat prenent més terreny i, sobretot, una radicalització que ha generat una polaritat entre nois i noies reproduint una guerra de sexes. Els testimonis han pogut identificar dinàmiques de: poca tolerància, poca empatia, poca escolta, superioritat moral, humiliació, buscar ferir amb comentaris, bromes constants, estigmes mutus, generalitzacions d'idees... ja fossin dutes a terme pel propi “bàndol” antifeminista o feminista.

“La gent extremista té menys paciència, buscar punxar. Llavors quan resultes ferit et defenses més, et radicalitzes, sents més la ferida tot. I tot i que no estiguin fent-te res a propòsit, generes més odi”

Tots es troben en diverses edats dins l'adolescència i, fent mirada enrere, alguns identifiquen en ells mateixos la vulnerabilitat psicològica, facilitat de manipulació i tendència a la radicalització com a quelcom propi de l'etapa vital.

“Crec que és edat de revolució. Per l'edat durant uns moments sí que ets molt fidel, molt fidel, al que et diu l'opinió dels teus pares i dels teus profes (...) i després vas a un altre extrem”

Necessitats i Aportació afectiva

Les necessitats que capten i activen als entrevistats cap a discursos de radicalització antifeministes provenen d'emocions, sentiments i sensacions molt diverses: exclusió de la cerca de la igualtat, soledat en l'àmbit afectiu, frustració de mai fer-ho bé, ràbia de rebre atacs com a home, injustícia de ser estigmatitzat, por de rebre un judici social o legal, rebutjat i ferit per pensar diferent, estar cremat de la temàtica, tensió social, incomprensió per part de l'altre, atacs constants... Creant en la persona unes necessitats no resoltes (d'inclusió, justícia, coneixement, claredat argumental, raó, comprensió, suport, tranquil·litat...) que busquen trobar una justificació, sentit i solució al malestar. Si aquestes necessitats són ignorades, silenciades, menystingudes, no resoltes o desvaloritzades semblen escalar cap a la venjança, por descontrolada o odi, per tant, emocions més properes a ser captats per la radicalització. Alguns testimonis afirmen que els discursos antifeministes saben entendre les emocions, captar aquestes necessitats i dotar d'una resposta que interpel·la i convenç els homes.

Les necessitats identificades les podem estructurar en tres categories: Necessitats estructurals i de situació vital; Necessitats creades per tendències de gestió de la situació social sobre el gènere; Necessitats creades per les xarxes socials.

“Veig col·legues que tinc que a vegades els han tractat malament algunes dones (...) em van tractar malament les ties i llavors vaig començar a tenir pensaments de “totes putes, totes putes”.

Respecte a les necessitats estructurals o de situació vital podem identificar com alguns dels testimonis poden veure com són travessats per aspectes d'opressions socials interseccionals que els generen malestar (condicions materials de l'existència, pobresa, violències en l'àmbit domèstic...) o que viuen situacions personals que els situen en moments de vulnerabilitat (trencament amorós, relacions de malestar amb dones, soledat, baixa autoestima...) i que això els han portat a apropar-se als antifeminismes. Alhora, parlen que aquestes situacions de malestar generen un efecte bola de neu amb més malestars i opressions.

Per justificar el malestar, busquen un boc expiatori o un culpable d'allò que els hi està generant aquella situació injusta. I identifiquen que el boc expiatori acaba sent, molts cops, les dones perquè la causant del malestar era de sexe femení, o perquè s'acaba canalitzant el malestar prenent com a cap de turc al feminisme, les dones, etc.

Aquest calaix de necessitats té més dificultat de reconèixer-se, ja sigui perquè s'ha de tenir una consciència i autoanàlisi molt complex i treballat, perquè posa a la persona en una situació de fragilitat i exposició o, fins i tot, perquè mostra la contradicció o victimització injustificada dels mateixos pensaments o actes.

“A vegades m'han fotut en un sac, el sac dels homes estàndards pel mateix fet d'haver nascut home (...) entenc que s'hagi d'estandarditzar una mínima part perquè existeix un comportament estàndard. Però jo no veig que em comporti així per tal de rebre. I això fa que em cansi. (...) Per ser home 100% em converteixo en el dolent de la peli i jo no lluitaré per algo que em converteix a mi en el dolent. (...) Ara tot es culpa de la testosterona i ser un home bàsic hetero és un crim de guerra, perquè sembla que sigui així, i jo com a home hetero em sento ferit. (...) em diuen que he

d'abraçar coses que ho vull abraçar (...) doncs m'ajunto amb els mateixos homes heteros i ja està. Vosaltres mateixes a veure què feu sense els homes heteros (...) i llavors em comporto com un machito aposta, tot i que no tinguéis anteriorment aquests comportaments, simplement perquè sento que me'ls voleu envair. I es genera una guerra tonta.”

El segon grup de necessitats sorgeix de la reacció i impacte dels testimonis a gestions del conflicte social sobre el gènere (debats teòrics sobre gènere, gestions d'agressions masclistes, assenyalaments de conductes masclistes, dinàmiques d'aula...). Tot i tractar-se només de sis subjectes entrevistats podem veure com expliquen repetitivament diverses situacions com: “culpabilitzar als homes d'algo que ells no han fet”, “carregar-los del pes de la història masclista”, “generalitzar i estereotipar als homes”, “excloure'ls de la participació”, “fer callar i silenciar l'opinió masculina en la temàtica”, “estigmatització de masclista per mostrar oposició a alguna temàtica”, “demonització de l'home i l'heterosexualitat”... aquestes situacions denoten una gestió dels malestars que genera estigma, simplificació, sobre-responsabilització, inferioritat moral, deslegitimització... formes d'aproximació i gestió a les situacions de conflicte que han acabat generant reaccions contràries a l'entesa i convivència social. I, en conseqüència, semblen haver retroalimentat l'antifeminisme generant un efecte contrari si és que la intenció principal era fer entendre, recapacitar, raonar o empatitzar als subjectes.

Aquesta repetició d'experiències similars dels testimonis podria obrir les preguntes de: han sigut les males praxis professionals o tendències de resposta social que ha influït en l'efecte boomerang retroalimentant els antifeminismes? O és que les narracions antifeministes visibilitzen unes dinàmiques socials que ajuden a que els joves les puguin veure amb facilitat a la seva realitat? Respecte a aquesta segona pregunta, podem identificar com aquestes experiències dels testimonis són també copsades i relatades pels creadors de contingut antifeministes com a estratègia de deslegitimar el moviment. Un fet que no nega que hi ha pogut haver pràctiques que hagin retroalimentat l'antifeminisme.

“Em culpaven personalment de coses dels homes en general. Deien: els tios feu això”

La identitat juga un paper fonamental de polarització i captació d'aquests discursos antifeministes. Vulnerar, atacar o agitar la identitat toca directament a necessitats primordials i íntimes de la persona (identificació de gènere, expressió de gènere, orientació del desig sexual, pertinença, inclusió i cohesió social...) i activa la resposta de cerca de referents que puguin aportar un espai de seguretat, acceptació, cohesió, legitimació i benestar a aquesta. I sembla que els antifeminismes donen aquesta cobertura de seguretat i missatge positiu cap als homes.

Sembla que també existeix una sensació i emoció de sentir-se desemparats o poc aollits per part dels referents adults i professionals o socialment. Algunes de les situacions de conflicte com: els atacs per ser home o heterosexual, les simplificacions de qui i com és la persona, les generalitzacions sobre els homes, les etiquetes de masclista, els estigmes de què l'home és dolent... han generat en la persona una situació de molt malestar, incomoditat i culpa que cal acompanyar. Però enlloc d'acompanyar als testimonis a prendre responsabilitat, créixer o aprendre del conflicte, no s'ha sabut acompanyar al jove en aquest camí. No haver trobat referents positius per fer aquest aolliment i creixement, ha fet que la persona entrés en un procés de victimització i apropament a grups i idees radicalitzades que han validat i abraçat aquests malestars. Aquestes situacions, ens fan preguntar i replantejar quins sistemes tenim d'acompanyar un l'aprenentatge comunitari d'aquests temes i conflictes. I si estem sabent com fer-ho amb els nois i el que els hi està passant.

“Estàs sol, veus un tio així a les xarxes socials i el que agrada molt a l'ésser humà (...) és imitar. Tu el vols imitar per no sentir-te un raret. A qui li agrada sentir-se estrany?”

El tercer calaix de necessitats són creades per les xarxes socials. En aquest calaix entenem les xarxes socials com dispositius de creació d'un desig social i creadores d'un malestar que anteriorment no existia en la persona. Aquestes necessitats les podem veure reflectides en la necessitat de tenir un cos atlètic sota arguments d'augment del capital eròtic, èxit i virilitat. O també en l'activació de sensació d'injustícia i indignació, fruit per veure muntatges de vídeos a través de xarxes socials on hi ha dones que afirmen que preferirien escollir un camí en un bosc on hi ha un os abans que un altre on hi ha un home. Per tant, la creació d'un contingut comunicatiu que activa el desig i la necessitat dels joves problematitzant la seva vida i realitat.

Podem veure també com la construcció d'aquests desigs i necessitats de justícia o seguretat s'activen per l'emoció de la por; "por de ser acusat de masclista", "por a que una dona et denunciï", "por a creuar un límit no consentit i que t'arruïnin la vida denunciant-te", "por al judici legal o social"... pors creades per la desinformació i les notícies falses, sobretot, sobre la legislació o sistema judicial. Aquesta por connecta als subjectes amb la inseguretat, desprotecció, injustícia, desemparament... emocions i sentiments que generen vulnerabilitat. Sembla llavors que l'extrema dreta i els antifeminismes difonen i creen aquesta atmosfera de por social i, aprofitant aquesta fragilitat, arrelen discursos desinformat i d'odi. Una estratègia de propaganda de la por que històricament s'ha utilitzat com a eina política de control social.

En algun cas també ha existit situacions de conflicte d'agressions masclistes gestionades, socialment, des d'una cultura clarament punitivista. Aquesta cultura punitivista, en la qual abordem jurídicament la gran part dels conflictes socials, acaba trencant relacions i comunitats. I no acaba reparant o fomentant un aprenentatge dels danys causats. Podem veure com testimonis que han sigut acusats d'agressions masclistes expliquen com el procés de resolució de l'agressió de forma punitivista ha acabat trencant comunitats, estigmatitzant a l'agressor, dinàmiques de bàndols, ferides a tots cantons, manca de coneixement o empatia... aquesta experiència de vulnerabilitat ha sigut retroalimentada per la por a què això es repeteixi o entri a l'àmbit judicial. Una por que acosta

a les persones a pensaments propers a la comunitat incel o MRA per no rebre un càstig judicial injust.

“En la relació la vaig cagar molt (...) vaig demanar perdó per mil coses: per ser tòxic, gelós, manipulador... (...) Però entre la por i entre que ella tampoc volia saber res. Jo tampoc vaig posar de la meva part. I no vull reviure de nou aquests moments (...) preferim ara allunyar-nos (fent referència a noies que li agraden) perquè ja sabem com acabarà. I això em fot”

Les xarxes socials de la Manosfera (i properes a aquesta) proveeixen respostes afectives a aquestes necessitats donant als subjectes un culpable al seu malestar, trencant la soledat de ser l'únic que viu una situació així, dotant d'un discurs repetitiu i simplista complaent i, fins i tot, facilitant espais de desfogament de l'odi generat. Tot això sumat a una estratègia estètica i comunicativa que els mateixos creadors de contingut són percebuts com a atractius, propers, divertits, llestos, desitjables, cridaners i, fins i tot, revolucionaris. Reproduir aquests models de masculinitat i discurs aporten, per tant, el camí cap a esdevenir aquest referent exitós i desitjat.

“Pensava que era aquí el déu del debat del feminisme, saps? M'agradava. (...) Veure vídeos i anar a l'institut. Pot construir-se un pensament i llavors: estic ready, saps? (...) Et sents guay, dius: és que com molo i a mi em segueix passant (...) no ets igual de merdes que tothom (...) sentir-te diferent agrada molt! (...) i en aquesta societat tu veus un tio quela gent es riu però és diferent i tu escoltes el tio et retroalimenta i veus i dius el mateix. El tio està fort (...) i és el model d'èxit que ens han venut i et cau la bava.”

Narració i Narració Xarxes:

“Em vaig començar a informar una mica sobre el tema. I com s'informa un xaval de 12 anys sobre el tema? Doncs amb les xarxes socials. A les xarxes socials jo seguia de ser youtubers, que eren

típics que van fer entrevistes pel carrer, a preguntar-li a gent que no tenia ni idea (...) i els hi acaben desmuntant tota l'argumentació perquè els tios ho porten preparat i van a fotre. Aquest tio sabia del que parlava i la gent a la qual entrevistava pel carrer, no.”

Tot i codificar-ho de forma diferenciada (N1 i N2X), la realitat de les entrevistes m'ha portat a veure com la narració ideològica dels testimonis ve clarament influenciada per les xarxes, reafirmit que les xarxes esdevenen la font principal d'informació i aculturament dels entrevistats. Un aculturament que alguns testimonis anomenen com a diari i constant, fins i tot, en alguns casos anomenen que l'algoritme els sobresaturava de contingut antifeminista.

“Ahir, el dia sense electricitat. Déu meu! Tot el món al carrer, tothom jugant, sense res. No vaig parlar de política, no vaig parlar d'immigrants, no vaig parlar absolutament de res, simplement vaig gaudir del dia al carrer anant a la muntanya a buscar quars. Va ser un dia magnífic i super bonic. Sense estar a casa veient, vulguis o no, mitja hora mínim de vídeos d'immigrants o feminisme, mínim.”

Les narracions ideològiques que sostenen els discursos antifeministes provenen, principalment, d'un aculturament a través dels creadors de contingut de les xarxes socials. Podem veure una clara reproducció de discursos i informació apresos per part dels testimonis que mostren l'efecte polititzador antifeminista de les xarxes i una clara escola de politització de discursos d'odi.

“Que a Espanya, per exemple, s'inverteixi moltíssims diners en estudis per a la gent trans per no sé què, però llavors pel càncer infantil què?”*

S'identifiquen temàtiques que es van repetint, amb arguments similars, sobre temàtiques com: “el concepte de feminisme i perquè no es diu igualitarisme”, “les denúncies falses de violències masclistes”, “acusacions cap a les anomenades feministes radicals”, “la crítica al feminisme actual

i romantització a les anteriors onades”, “la discriminació legal cap als homes”, “la diferència biològica com a justificació de desigualtats socials”, “la crítica a les polítiques públiques de discriminació positiva en cossos com bombers o policies”, “l’oposició a la imposició feminista i foment de la naturalitat”, “Irene Montero com a subjecte a crítica”, “Cas Dani Alves i la vulneració de la presumpció d’innocència”, “les dones interessades o que es creuen superiors”, “ridiculització de polítiques simbòliques de gènere com els semàfors amb figures femenines o major presència de diversitat als anuncis”, “crítica a les polítiques de discriminació positiva a la comunitat trans*”. Tots aquests exemples els podem trobar dins del debat públic i mediàtic. I, els creadors de contingut de la manosfera, n’han generat un clar relat, molts cops, fomentant la simplificació, desinformació, populisme o l’odi cap al feminisme.

“Quan anava a l’ESO, a nivell de xarxes socials, quan tu tens certs pensaments o publiques certes coses t’apareixen temes relacionats. Per exemple, jo consumia mems contra el feminisme, tot i que no fos el meu pensament, i m’apareixien en conseqüència canals com el de Roma Gallardo, que són antifeministes i, clar, et retroalimenta un pensament que realment no és un pensament correcte. (...) Una persona que no entén críticament ni busca més enllà, ja li cala aquest missatge i va directament a l’atac. (...) Llavors no sé per què l’algoritme sempre tendeix a fer això. Intentar donar missatges simples, que et van directes al cap i a repetir-los”.

La captació ideològica, en el cas dels entrevistats, no provenia pas d’una tendència política o religiosa ja incorporada o d’arrel familiar. Sinó que els subjectes arriben a aquest contingut per dues altres raons: a) L’algoritme de recomanació de les xarxes socials identifica el perfil com a homes i entén que això els hi interessarà i es troben aquests continguts (lligar amb les noies, defensa dels drets dels homes, fitness...); b) A través d’interessos d’oci i cultura (videojocs, creixement personal, humor, música...) han sigut l’embut on altres creadors de contingut amb discursos propers a la manosfera els ha portat a continguts més radicalitzats.

Alhora, el to i estil comunicatiu dels vídeos generen un contingut atractiu i fàcilment consumible (humor, ridiculització, vídeos picats, gamificació...) que les xarxes premien i viralitzen. Ens trobem, per tant, davant un fenomen on les xarxes socials semblen jugar un paper fonamental de captació i viralització antifeminista que decanta als homes cap a la politització d'aquests homes joves, tot i que molts provenen de famílies feministes o de tendències polítiques d'esquerres.

“Jo estava a casa i mentre feia coses escoltava. (...) Estava com abraçant allò i dient-me: Tio, el feminisme aquest extrem està boig, com poden comparar-me amb un os i dir que fa més por un os que un home estàndard qualsevol. I després em posava a sobreanalitzar i em deia: Què faig consumint a un tio que es passa hores buscant a gent per arribar a això? (...) Com he acabat jo aquí consumint això i acceptant això?”

Els creadors de continguts antifeministes són percebuts per alguns dels testimonis com a persones amb un alt rang (capacitades, llestes, crítiques, intel·ligents, cultes...) i que saben com arribar, convèncer i agitar els joves. En el cas d'algun dels participants es pot veure com l'argumentació ideològica i narració antifeminista suplia necessitats personals com les de trobar un raonament o argumentació que no trobaven en l'argumentari feminista. Fins i tot, suplir la necessitat de rebel·lia contra el sistema (adults, professorat, institució) que identifiquen com a feminista. Això els ha portat a reproduir aquest gurú i referent que tant els agrada. Per tant, la narració, l'estil de la narració i el mateix narrador també tenen un potencial de captació a la radicalització en l'àmbit de suplir i proveir necessitats mancades.

“Tenen un discurs així més per cridar a la gent jove, tothom sap quin tipus de discurs ens queda. (...) entre gent de 12 o 13 anys que s'està formant una opinió, van i els hi diuen les coses molt clares. Diuen que tenim aquests problemes per culpa dels altres. I és el que et queda. Els que sempre guanyaran aquesta batalla no seran els que diran que anirem a parlar, anirem a fer un debat de veritat i anirem a posar-nos d'acord.”

Els creadors de contingut antifeministes extremen la polarització i aprofiten la identificació com a “homes” per a defensar allò que interpel·la i beneficia als homes fomentant així una guerra de sexes que toca una identitat primordial del teu ésser: la masculinitat. Existeix clarament la percepció que el feminisme no vol als homes, no parla com els homes, no s'expressa com als homes o no ajuda als homes.

“Aquests temes m'interpel·laven i veia que em tocava a mi directament. Al final és una cosa entre gèneres. I tothom té un gènere. O sigui, tothom és home o dona. Llavors allà t'ho pintaven com (...) com una batalla homes contra dones. Doncs totes les dones les tindràs a una banda i tots els homes a l'altra. I és l'última forma correcta per enfocar-ho, saps? I això és el que estan fent malament per mi tant els d'una banda com els de l'altra.”

Nucli:

“Els nois sobretot opinaven com jo. Opinaven com jo o no opinaven. Hi ha molta pena que no opina i no es mulla i ja està. Els nois sobretot, la pena que havia vist el Roma Gallardo, opinaven com jo.”

Trobem dos tipus de nuclis que retroalimenten i donen peu a la radicalització antifeminista: les amistats i les xarxes. Per una banda, les amistats properes amb les qui comparteixes experiències valors i també una mateixa aproximació ideològica del món. Però, més enllà de compartir una narració fruit de veure el mateix contingut a xarxes o viure experiències que generin un mateix tipus de malestar i necessitats, es dona la dinàmica de defensar els meus amics homes davant l'ofensiva de les dones i el feminisme. És a dir, una fraternitat de suport mutu i defensa entre homes.

“Tampoc parlar-ho amb gent. Perquè la gent, doncs, el que deia abans, et titllaven molt ràpid: Tio, tu ets un masclista i no vols la igualtat! I jo no ho veia gens així, llavors ja no m'agradava parlar-ho (...)”

Però, quasi tots els subjectes, expliciten com el nucli o espai on es retroalimenten aquests discursos i radicalització es troba al món digital a través de les xarxes. Això ens mostra com les xarxes poden prendre aquesta funció social de nucli retroalimentador tot i la soledat física dels subjectes. Un tema que podríem seguir explorant i connectant-lo amb la soledat juvenil com a problemàtica sistèmica a abordar.

Les dinàmiques dels espais comunitaris (aula de l'institut, grups grans d'amistats, espais de socialització...) i la forma en què els debats o diàlegs que es donaven (guerra, agressivitat, etiquetatge...) generaven més rebuig fent que els subjectes busquin espais més aïllats per parlar de la temàtica i, per tant, amb menys feedback o contrast que pugui aportar diversitat, riquesa o nous aprenentatges fruit del diàleg comunitari. Un fet que apunta a la necessitat social, que podria donar-se en l'àmbit educatiu, de poder aportar espais, eines i competències de poder dialogar, debatre i compartir per tal de no retroalimentar la tendència social de crear individus tancats en cercles de pensament estancat i únic.

Referents positius:

Entenem com a referents positius aquelles persones qui poden arribar a suposar agents que duen a terme pràctiques que ajuden a desescalar la radicalització i els discursos d'odi fomentant en la persona un pensament més crític, divers, empàtic o social. Conèixer què fan i com ho fan aquests referents ens dona claus educatives i pedagògiques per a la pràctica professional en la prevenció i intervenció de la radicalització i els discursos d'odi.

Podem extreure de les entrevistes que aquests referents positius tenen diverses característiques:

“I llavors, en el moment en què una persona propera es veu tan afectada i que no és una cosa que passi només un dia. Sinó que (el malestar) es queda allà i que és comú (en altres persones), per molt que tinguis un descontentament amb com s'aplica depèn de quina cosa (del feminisme), no pots negar que aquell mal existeix i que hi és”

- El vincle: els referents positius són persones properes, familiars, íntimes, vincles de llarga durada... relacions amb les quals es pot crear una seguretat, confiança i confort. Sembla que per tal de fer un contrapès a la intimitat que generen les xarxes socials, els referents creadors de contingut o els grups d'amistats radicalitzats, aquest tipus de vincle tan profund, íntim, personal, horitzontal i afectiu pot generar un contrapès. Això ens posa de referència que les intervencions educatives sense vincle poden tenir una baixa efectivitat i que els vincles líquids, distants o superficials tenen un menor impacte en la prevenció o intervenció sobre la radicalització. Aquest aspecte pot donar claus de la importància del vincle educatiu dels professionals de l'educació amb els joves i com estructuralment s'ha de poder garantir que els professionals puguin tenir eines, recursos, formació i espais per a treballar i cuidar el vincle amb l'alumnat. Per tant, cal aprofundir en l'educació no formal i informal, una tasca que professionals com els educadors socials en som experts, però sembla ser no prioritari en el sistema educatiu actual.
- Ser referent: no només el vincle té rellevància, sinó el poder de referencialitat que donen els joves a aquestes persones (pares, mares, educadors, professors...) i la valoració que en tenen del seu criteri (llestos, savis, intel·ligents, crítics, escoltes...). Quan els referents positius tenen aquest poder de “validació del discurs” sumat al vincle es genera un contrapès davant el poder de les xarxes, els creadors de contingut o les amistats. Això posa de manifesta que,

més enllà del rol professional, cal treballar i desenvolupar un seguit de qualitats que et porten a l'esdevenir referent, un procés d'atorgament social i no pas institucional.

- L'amor que abraça a l'altre: és clau fer referència a l'amor entenent-lo com a aquell vincle d'afecte, estima i validació de la bondat de l'altre, més enllà de les errades o conflictes que hi puguin haver. Això fa que persones com parelles, millors amics, pares i mares garanteixin un acompanyament continu tot i la duresa de la radicalització o els discursos d'odi. L'amor parteix des d'una base d'estima enl front la competitivitat o guerra pel relat que es fomenta en espais sense relacions profundes.

El concepte d'abraçar és també rellevant: abraçar a l'altre, abraçar la seva vulnerabilitat, donar la part de raó al seu malestar... aquesta acció que genera acollida i seguretat com a part d'un vincle. Abraçar és també donar un espai on l'altre pugui mostrar el malestar (desacord, por, dubtes, inseguretats...) i ser comprès. Des d'una perspectiva pedagògica professional podríem apropar aquest amor i el fet d'abraçar a una perspectiva humanista de la intervenció i un vincle pedagògic que parteix des de l'estima i validació de l'altre. Una concepció de l'educació que probablement podria despertar resistències, pors o dubtes respecte al model hegemunitzat, però fortament eficaç en la creació d'un vincle i acompanyament més profund. Però que caldria portar a debat si volem l'èxit de les nostres intervencions als discursos d'odi i la radicalització.

"I allà vaig sentir-ho i dir: hostia (...) per molt diferent que sigui la meva opinió amb el feminisme (...) puc entendre la seva ràbia (...) hi ha una cosa personal i és que és la meva mare"

- Les històries de vida: les vivències en primera persona d'un vincle proper, tot i ser del sexe contrari, fan que enlloc d'entrar en debat o provocar una polarització de guerra de sexes s'empatitzi amb més facilitat. Això facilitar dur a terme un diàleg des del fet de posar-se al

lloc de l'altre, reconèixer el seu malestar i fomentar el suport mutu. Les històries de vida semblen apagar la cantarella dels discursos d'odi antifeministes apresos i reproduïts, per tant, tenen un potencial transformador molt potent gràcies a parlar en primera persona i des de la vulnerabilitat. Els discursos teòrics o generalistes en un món amb tants grisos i complexitat sempre tenen petites esquerdes que poden acabar-se desmuntant els arguments, però les experiències pròpies potencien un apropament més humà.

- Escolta i pregunta: l'escolta resulta essencial en la relació amb aquests referents positius, una escolta descrita com que quelcom proper a la pràctica de l'escolta activa, és a dir, una escolta que intenta entendre i comprendre enlloc de jutjar. Però, més enllà d'aquests conceptes ideals d'escolta activa, sembla raure tot en la importància de la sensació íntima sentir-se escoltat i comprès. Una pràctica que dista del tipus d'intervencions pedagògiques que descriuen els joves viure a l'aula quan es tracten aquestes temàtiques de gènere. Això pot posar en dubte la dinàmica d'una adquisició de coneixement o canvi pràcticament instantani que busca el sistema educatiu actual. La productivitat educativa sembla ser la prioritat, però aquesta reflexió ens porta a haver de prioritzar les cures i l'àmbit reproductiu en els centres educatius.

“Una vegada vaig començar a estudiar, vaig començar a llegir coses i m’he informat de fonts fiables com per exemple l’INE o la universitat en sí. Je començant a entendre que a nivell sociològic és molt important tenir lleis que afavoreixin a les persones vulnerables (...) tenir lleis que afavoreixin això (fent referència a dotar de treball, educació... a col·lectius vulnerables) és vital per a aconseguir una igualtat real. Clar, això jo a l’ESO no ho entenia i és molt bàsic. Això es pot explicar tranquil·lament, però no sé per què ningú m’ho va explicar i crec que ho hauria entès bastant bé. (...) moltes vegades, també a nivell escolar, intenten que repetim les coses. De fet el sistema educatiu es basa tota l’estona en memoritzar i escopir”

- L'aprenentatge d'eines: els referents positius no només entren en debat un debat aferrissat, sinó que aporten eines (qüestionament, teories, contrast d'informació, eines d'anàlisi de la realitat...). Aquesta perspectiva d'aportar eines resulta ser força clau, ja que part de la percepció dels testimonis és que se'ls intenta fer pensar d'una forma en concret i convèncer d'un relat. En canvi, aquesta perspectiva d'aportació d'eines diverses faciliten que la persona pugui dur a terme aquest procés de qüestionament del seu discurs o marc mental.
- Calma: sembla que la calma és l'ambient que generen aquests referents. Aquesta calma contrasta completament amb la guerra, la polarització, la tensió... que es viu actualment. L'aproximació a la temàtica des de la calma resulta essencial i, per garantir-la en l'àmbit professional, probablement s'ha de poder donar molt més suport a professorat, aula i alumnat per a que l'estrès i la violència no regni les aules.

“No volia que se'm tatxés d'això: (...) tio ets un masclista. El meu pare ho fa amb arguments, m'anava desmuntant a poc a poc i jo deia: fill de puta, saps? Tens raó! Vaig a mirar més vídeos i al final he acabat pensament més al que ell deia saps? Així és com es convenç a una persona. Amb arguments.”

- Pedagogia i mirada educativa: si es tracta de crear un contra-relat als discursos antifeministes és necessari que es pugui desenvolupar amb molta pedagogia, coneixement i mà esquerra. Aquí és on es posen sobre la taula competències d'oració, coneixement especialitzat, construcció d'un discurs lògic o argumentació sòlida. Part de l'emmiration i convenciment que generen els creadors de contingut antifeministes són el domini d'aquestes competències i una gran professionalització de persuasió i convenciment, doncs, alguns referents positius (sobretot d'àmbits acadèmics) disposaven d'aquestes eines que poden fer front discursivament als debats o a l'explicació d'un altre relat. Aquesta especialització en la temàtica porta a la pregunta si els professionals de l'educació estan preparats per a afrontar

aquestes temàtiques i, si és així, què ha fet el sistema per tal de no cuidar aquesta professionalització.

- **Conclusions i discussió**

Aquest treball ha permès introduir l'objectiu general sobre la comprensió del procés psicosocial de captació i radicalització antifeminista dels homes joves influenciat per les xarxes socials. Parlem d'introducció perquè és un objectiu complex que requereix d'un debat i anàlisi contínua d'una realitat canviant, multinivell i interpretable des de diverses perspectives que poden complementar-se en la construcció d'un relat més complet i amb molts matisos. En aquesta recerca s'ha aproximat a través de l'anàlisi teòrica, l'exploració del context social i acabat amb les entrevistes realitzades als joves fent-nos veure que existeixen dinàmiques socials que els joves reproduïxen i, alhora, que cadascun dels casos es concretava a una realitat única. Podem dir llavors que les primeres conclusions són que: comprendre aquest fenomen complex requereix fugir de simplificacions i generalitzacions estigmatitzadores; que el marc teòric i context social ens ajuden a situar-nos en un mar de dinàmiques socials, però que en cada jove es concreta en casos únics i irrepetibles; que la recerca té clars límits i fuig d'entendre els seus resultats o conclusions com a fets universalitzables; que la recerca no ha trobat la comprensió definitiva del fenomen, però sí el procés de com els professionals de l'educació podem aproximar-nos a comprendre millor els joves amb qui treballem i els processos de captació i radicalització que tots vivim de forma curosa i empàtica.

En relació amb els objectius sobre del coneixement del fenomen social dels antifeministes i com entendre aquesta dinàmica en els joves, s'ha constatat en el marc teòric que aquests discursos i moviments antifeministes són una reacció plural als avenços i auge de l'última onada feminista (Lamoureux i Dupuis-Déri, 2015), com havia succeït històricament en el nostre context (Ortega-López, 2019). Aquesta última onada feminista posa en debat, entre altres reivindicacions, aspectes de l'àmbit íntim i privat (sexualitat, cures, família, relacions, violències...) assenyalant part de la

problemàtica en els homes i les masculinitats. L'assenyalament genera una diversitat de reaccions masculines i malestars (Molero, 2025), creant més agitació a la crisi de la masculinitat ja present. El treball de camp mostra empíricament com aquest sacseig de la crisi de la masculinitat genera un impacte en els homes fent aflorar necessitats varies que surten a la llum fruit de la transformació feminista que precisen ser escoltades i canalitzades. És aquí on apareix una lluita cultural per com narrar, polititzar i crear propostes a com respondre a les necessitats de la masculinitat en crisi connectada altres crisis que s'interseccionen estructuralment.

Bibliogràficament, podem veure com aquesta crisi de la masculinitat s'ajunta amb la crisi d'un sistema socialdemòcrata capitalista en constant auto-destrucció (ecològica, energètica, econòmica, política, de valors...) creant existències vitals precàries i fomentant tendències individualistes, aspiracionistes, tradicionalistes o neoliberals de supervivència a aquesta realitat (Proyecto Una, 2024). Tots aquests multifactors estructurals i socials generen un escenari de crisi i malestars que propicia una tendència del creixement de respostes populistes, victimistes i difonent discursos culpabilitzadors i fomentadors d'odi. Tal com veiem en els subjectes entrevistats, part d'aquesta captació antifeminista també és fruit d'un malestar estructural, no només de gènere, que empeny a les persones a buscar solucions a la precarietat.

Les necessitats no acoïdes pel sistema en fallida s'acaben plasmant i canalitzant, entre altres, en una pluralitat i diversitat d'expressions, moviments i discursos antifeministes (Bonet-Martí, 2020) que alimenten l'auge de l'extrema dreta (Anduiza i Rico, 2022) que creix mundialment (Fundación de Estudios Espacio Público, 2021; Kaiser, 2022). Aquesta diversitat dels antifeminismes la podem veure en les diverses subcultures de la Manosfera (Ging, 2019 i 2020), en la hibridació a noves expressions i moviments (Bravo-Villasante, 2023) i en la pol·linització dels antifeminismes en espais, referents, comunitats i discursos que, aparentment, no són explícitament antifeministes (Delgado, 2022). Els antifeminismes, com es mostra empíricament, arriben hàbilment als joves amb expressions molt diverses, camuflades, atractives i, fins i tot, renovades.

L'apropament juvenil als antifeminismes i la radicalització és fruit d'una influència de molts altres factors socials com: un baix nivell d'estudis, la classe social, condicions materials difícils, posicionaments polítics de dretes arrelats, la forta creença religiosa o la llengua (Garcia, Miranda, Bettina, Díaz i Sueiro, 2021; Sanmartín Ortí, Kuric Kardelis y Gómez Miguel, 2022; ICIP, 2024). També hi influeixen problemàtiques fruit d'unes polítiques públiques que no estan sabent resoldre problemàtiques com la desinformació, la memòria històrica, l'alfabetització digital o l'educació en drets humans (Garcia, Miranda, Bettina, Díaz i Sueiro, 2021). Aquest context feble en consciència crítica, organització social i garantia de drets socials acaba fent que els antifeminismes en els homes joves siguin un discurs en auge i normalització.

El treball de camp mostra l'autopercepció dels joves de si mateixos com a éssers influenciables i vulnerables durant l'adolescència, una percepció que podria reafirmar l'estigma adultocèntric (Duarte, 2012) i probablement activaria tots els mecanismes de la por adulta. Però, el que ens podríem preguntar és fins a quin punt aquesta vulnerabilitat és, més enllà de quelcom biològic i determinat per l'edat, quelcom provocat per aquest sistema que no està sabent o vol empoderar les comunitats (joves inclosos) per fer front als discursos d'odi i als discursos de radicalització com els antifeminismes. Per tant, entendre que la radicalització antifeminista és inherent al fracàs de la socialdemocràcia i d'un sistema que no busca el benestar col·lectiu. La radicalització no una qüestió de l'edat, ja que la radicalització succeeix també en els adults (Delgado, 2023), és producte d'un sistema que la fomenta.

En el treball de camp també s'expressen experiències personals on la gestió del conflicte sobre la temàtica, a les aules i fora, ha sigut percebuda com a hostil, adoctrinadora i estigmatitzadora. Aquest fet ha alimentat a la polarització antifeminista i la deslegitimació del moviment feminista. Aquesta crítica precisa ser reflexionada i integrada per part dels professionals de l'educació que abordem aquestes temàtiques. Més enllà que els antifeminismes hagin alimentat i polititzat aquestes crítiques la nostra intervenció té errades i efectes no desitjats.

Això ens planteja la necessitat de revisar, avaluar i reflexionar el model educatiu d'aprenentatge i metodologia per abordar la temàtica i la clara necessitat de transitar a un model d'acollir les necessitats dels homes respecte al gènere, d'abraçar les crisis dels homes com a part de la comunitat, d'acompanyar emocionalment als homes que han agredit, replantejar la forma de debatre, acompanyar la fragilitat de la masculinitat... probablement cal caminar cap a un model més integratiu, comunitari i humanista que és el que apunten els resultats de la recerca sobre què ajuda als joves a des-radicalitzar-se. Tot això sense perdre de vista la responsabilització, ser crítics o l'objectiu final que és la igualtat.

Cal recalcar que els antifeminismes o l'extrema dreta no sorgeixen del no-res, s'impulsen gràcies a grans institucions de poder econòmic, mediàtic, polític, educatiu o associatiu (Lara, 2024). Entre ells el de l'Església catòlica, associacions i moviments vinculats a l'ultracatolicisme (Lara, 2024). Aquest fet apunta a preguntar-nos quin és el model de polítiques públiques estatals o mundials que estan permetent que aquesta suposada llibertat d'expressió, que més aviat es tracta de llibertat per difondre l'odi sense responsabilitats de l'impacte social, se subvencioni públicament fomentant discursos d'odi o la desinformació.

Sobre l'objectiu d'establir una connexió entre l'auge dels antifeminismes i les xarxes socials, el marc teòric ens afirma aquesta clara connexió i el treball de camp de forma encara més flagrant. L'era digital ha instaurat en la normalitat l'ús i habituació de la tecnologia digital portant-nos a una dependència d'aquesta com a societat (Oronato, 2022; WeAreSocial, 2023). Les xarxes socials, dissenyades i perfeccionades per la seva addicció (Na Pai, 2021), representen una de les fonts principals d'informació, comunicació, entreteniment i aculturament per part dels joves (Consell Audiovisual de Catalunya, 2023). Aquestes xarxes són controlades per les *bigtech*, grans empreses multimilionàries que controlen l'oligopoli mundial del món digital. Aquestes s'enriqueixen principalment amb la nostra atenció massiva oferint-nos publicitat i contingut que altres empreses paguen perquè veiem (Visual Capitalist, 2021), per tant, com a més enganxats, addictes i dependents siguem més s'enriqueixen. Per mantenir la nostra atenció, les xarxes analitzen el nostre

perfil i, intel·ligentment, l'algoritme ens recomana contingut cada cop més extrem per a mantenir més estona la nostra atenció i impulsar-nos a l'acció (reaccionar, comentar, compartir, accedir a un link, comprar...). El contingut que crida més l'atenció és aquell que genera indignació (McLoughlin, Brady, Goolsbee, Kaiser, Klonick i Crockett, 2024), reacció emocional (McLoughlin i Brady, 2023) i moral (McLoughlin i Brady, 2023), generant així tendències premiades per l'algoritme de difondre aquest tipus de contingut molts cops amb: informació falsa, discursos d'odi, difamació, violència, humor escalat, ciberbullying...

Aquesta tendència sumada a la falta de moderació de les xarxes dona via lliure i viralització als discursos d'odi com els antifeminismes (Proyecto Una, 2024), fent que els creadors de contingut s'enriqueixin monetitzant l'odi (Cullilargx, 2023). Aquesta gestió capitalista de les xarxes socials provoca el fenomen de la finestra d'Overton, una tècnica que permet l'acceptació i legalització de temes o criteris inacceptables i intolerables per la comunitat (Castellet i Pedro-Carañana, 2022). A través de l'humor o altres tècniques comunicatives, les xarxes socials estan fent que discursos d'odi de la Manosfera, que resultaven impensables i residuals, acabin normalitzant-se i guanyant tanta força que actualment són representades políticament al parlament de Catalunya o el congrés dels diputats.

Empíricament, podem corroborar com la connexió entre les xarxes i l'auge dels antifeminismes, ja que la realitat dels joves entrevistats afirmen que les xarxes socials són la font d'aquesta politització antifeminista. La majoria d'ells expressaven una desafecció política amb la política institucional i desconfiança amb els mitjans de comunicació, la qual cosa els porta amb més claredat a informar-se a través de les xarxes socials amb contingut ple de desinformació. Els testimonis descriuen com existeixen moltes portes d'entrada a aquests discursos (treball personal, gimnàs, videojocs... temàtiques hegemòniques de consum masculí juvenil) que fan un efecte d'embut on acabes consumint contingut amb discursos antifeministes cada cop més radicalitzat, fins a arribar al contingut obertament antifeminista. O, sense anar més lluny, el mateix fet

d'identificar-se com a home pot arribar a fer que l'algoritme et condueixi a algun dels embuts de les quatre subcultures de la Manosfera o les diverses hibridacions d'aquestes pel sol fet de ser home.

Els creadors de contingut amb discursos antifeminismes, més o menys radicalitzats, esdevenen referents en temàtiques de gust, interès i curiositat dels joves, controlant el mercat i inoculant a gota la malaia (de forma més o menys explícita) el seu discurs. Aquests creadors de contingut acaben sent els idolatrats educadors antifeministes que s'enriqueixen gràcies a l'atenció dels joves i acaben sent una de les potes claus d'influència que generen aquest auge dels antifeminismes que veiem a les aules, cases o al carrer amb joves polaritzats, polititzats, cabrejats i radicalitzats.

Respecte a l'objectiu sobre la construcció de les masculinitats dels homes joves, podem dir que acaba sent resultat d'un diàleg personal i col·lectiu d'acceptació, negociació o resistència constant en les diverses cultures, subcultures i discursos que entren en debat sobre el fet de com ser home jove (identitat, discurs, expressió i pràctiques). En aquesta construcció de les masculinitats també s'interseccionen altres eixos identitaris (classe social, racialització, sexualitat, dissidència de gènere, diversitat funcional...) que influeixen en el model de masculinitat i la seva jerarquia social (Connell, 1995). Alhora, aquest procés de debat i construcció no és pas lliure, interfereix amb força el poder de la masculinitat hegemònica (Azpiazu, 2017), és a dir, el model acceptat i normalitzat que genera una normativitat social. Les masculinitats dels joves acaben sent un resultat únic, complex i en moviment d'aquesta construcció i diàleg multinivell (estructural, contextual, familiar i comunitària i individual). Això ens fa desmentir la idea simple i binomitxada d'homes "masculinitats antifeministes" o "masculinitats feministes", fent que la realitat, com demostren els testimonis, sigui una escala de grisos en moviment i molt més complexa. Podem trobar a joves amb tendències d'esquerres amb discursos antifeministes, d'altres amb expressions de masculinitat més hegemòniques però allunyades discursivament dels antifeminismes o d'altres amb cossos i identitats llunyanes a l'hegemonia però completament captats pels discursos antifeministes. Empíricament, és el que ens trobem, una construcció d'unes masculinitats fruit de tot aquest diàleg

multinivell on, la família i la comunitat propera, acaba sent un factor determinant juntament amb les xarxes socials.

Els models de masculinitats que sorgeixen dels antifeminismes de les xarxes els podem organitzar en les quatre subcultures de la manosfera (Ging, 2019; Lacalle, 2023; Delgado i Sánchez, 2022): MRA o activistes dels drets dels homes, MGTOW o homes que segueixen el seu propi camí, PUA o artistes de la captació/sedució i Incel o celibat involuntari. Aquestes subcultures cal diferenciar-les de les hegemòniques i tradicionals (Nagle, 2017), ja que tenen noves formes d'expressar-se (simbologia, terminologia, teories per donar sentit al seu malestar, qüestionament de l'homofòbia...), discursives (simbologia, terminologia, teories per donar sentit al seu malestar, qüestionament de l'homofòbia...), codis ètics (cultura *geek*, univers manga i dels còmics, cultura *friki*...) i de narrar-se a ells mateixos (perdedors, rebutjats, ressentits, inútils, afeminats, immadurs, víctimes...) com ens diuen Ging (2019) o Proyecto Una (2024). Cal dir que l'anhel o desig d'aquestes subcultures, molts cops acaba sent l'èxit de la normativitat hegemònica i les propostes acaben promovent una masculinitat de dominació, els privilegis masculins o de la transformació dels seus cossos i l'adquisició d'habilitats per tal d'esdevenir exitosos. Els testimonis poden donar-nos *feedback* empíric de com els hi ha arribat contingut d'una o altra subcultura i amb quines idees, narracions o expressions de masculinitat s'aproximen més. Això ens mostra com els antifeminismes a les xarxes tenen la capacitat d'arribar a un ventall ampli de masculinitats dels joves i influir en la seva construcció de la masculinitat.

La categorització d'aquestes subcultures, alhora, acaba sent fràgil i desdibuixada, ja que les subcultures acaben hibridant, creant noves expressions i ecos de la Manosfera (Julia Ebner, 2022) com per exemple: la cultura i moviment Red Pill que combina també amb el tradicionalisme i neoliberalisme; les expressions que de forma més dissimulada difonen els antifeminismes sota l'objectivitat o el "ser crític" com Jordi Wild; espais o comunitats que acaben rebent la pol·linització antifeminista com moltes comunitats de videojocs; creadors de contingut que costa ubicar-los exclusivament en una de les categories, però són clarament antifeministes com Roma

Gallardo; o models i comunitats que s'apropen als antifeminismes com els MGTOW però amb expressions neoliberals, individualistes i aspiracionistes com Lladós University. Segons la realitat dels testimonis i aquesta anàlisi teòrica podríem arribar-nos a plantejar que aquestes expressions no només són hibridacions, sinó que són fruit de què les subcultures de la Manosfera han guanyat terreny en la masculinitat hegemònica i, per tant, estan adquirint un caire normalitzat i normatiu en la realitat social. Això explicaria aquest auge d'extrema dreta i antifeminista en les tendències dels homes i homes joves percebut entre els joves com a “normal”.

Cal apuntar a la dimensió sistèmica i estructural d'aquest auge, que ens mostra el fracàs del model global de socialdemocràcia que no ha sabut garantir un camí cap a assolir drets com la igualtat de gènere i frenar aquest auge. Un sistema que ha deixat créixer discursos d'odi i reaccionaris amb impunitat sota l'estela de la “llibertat d'expressió” i ha permès l'enriquiment de les *bigtech* obviat l'impacte social i ometent l'ètica social primant l'economia. En conclusió, una dinàmica capitalista que està destruint la qualitat de drets com l'educació, la salut, els serveis socials, l'habitatge, el treball o primant l'economia per davant de l'estat d'emergència climàtica que vivim. Per tant, abordar aquest fenomen dels antifeminismes requereix d'una transformació del model global del sistema capitalista i socialdemòcrata. Cal frenar aquest auge que ens posa en risc i també als responsables que amb impunitat vulneren els drets bàsics i la convivència social global. No tenir en compte aquesta dimensió sistèmica i estructural ens faria caure en sobre-responsabilitzar de nou a l'educació com a calaix de sastre, quan aquesta ja està sumida en la precarietat.

La relació dels antifeminismes i l'extrema dreta política podem veure com el marc teòric ens mostra que existeixen similituds, divergències i altres expressions relacionades amb el tradicionalisme, l'ultranacionalisme espanyol, el militarisme o l'ultracatolicisme que no veiem en moltes de les subcultures de la Manosfera. Per tant, els antifeminismes a les xarxes no són exactament la mateixa proposta, idea o expressió que la de l'extrema dreta de VOX o la dreta del PP. Però sí que alimenten l'antifeminisme d'aquests partits, normalitzen l'antifeminisme en els joves i generen un embut ideològic que pot mobilitzar el vot d'aquests partits que fan perillar els

drets humans i la igualtat de gènere. Aquesta dinàmica la veiem plasmada en els testimonis que la majoria s'allunyen de ser votants de VOX, tot i afirmar alguns que “en algunes coses tenen raó”. D'altres, compren completament la seva proposta política perquè senten que els defensa com a homes.

Aquest gran poder de legitimitat que atorguem als creadors de contingut, sumat a la desinformació i dificultat per percebre discursos d'odi o informació falsa (The Truth Gap, 2021), acaba aterrant-se a les aules amb debats que ja abans d'escollar què diu o viu l'altre s'han creat bàndols polaritzats, polititzats i on la raó o l'empatia no compten. Empíricament, veiem com rebatre l'antifeminisme es viu com una lluita de bàndols, el feminisme és percebut com les dones que “ataquen als homes” o “ataquen a la masculinitat”, és a dir, un atac a la seva identitat o als seus referents. Aquest joc binòmic de bons/dolents trenca qualsevol percepció de comunitat o convivència i passa a ser un clima de grups i persones atomitzades, radicalitzades i en competència.

Els testimonis joves recollits mostren l'impacte profund d'aquests discursos difosos viralment a través de les xarxes, que operen de manera subtil, però efectiva, en la quotidianitat dels nois i com viuen aquest diàleg constant d'acceptació, negociació i resistència entre discursos. Una acceptació dels antifeminismes en auge, una negociació molts cops dificultosa per la manca d'eines (crítiques, emocionals, científiques, comunitàries, socials...) i una resistència mancada de referents masculins o moviments que els convencin.

La resistència entre els nois joves, segons els testimonis, sembla ser principalment plasmar-se l'expressió del silenci i l'equidistància a les aules, vestuaris o grups d'amics. Això també ens fa plantejar quins són els referents, discursos i pràctiques que poden generar una alternativa i arribar de forma efectiva als joves generant un empoderament de la majoria dels homes joves que s'allunyen dels discursos antifeministes, però resten en silenci davant la polarització i radicalització. Es podrien plantejar alternatives i estratègies com podrien ser: la reapropiació d'espais que han estat envaïts per la radicalització, un dejuni digital massiu i juvenil, oferir espai i visibilitat a referents alternatius que l'algoritme no els afavoreix, generar noves comunitats i xarxes

alternatives, enfortir el contrapoder a les xarxes infestades d'odi o trobar la forma perquè l'algoritme afavoreixi a discursos prosocials.

Però aterrant-ho a la nostra tasca educativa i professional cal que ens plantegem què i com ho podem fer per dotar d'eines de negociació i resistència efectives. És aquí on ha estat clau explorar el model de les 3N (Kruglanskij, Bélanger i Gunaratna, 2019) com a forma de comprendre el procés psicosocial de captació i radicalització, ja que és aquest món social i psicològic on els professionals de l'educació hi tenim poder, especialitat, competència i influència.

L'ús del model de les 3N (Necessitats, Narrativa, Nucli) ha resultat especialment útil pels objectius d'explorar aquest procés i verificar-ne la utilitat en la comprensió més individual i de context proper de la captació i radicalització. El model ha permès integrar l'anàlisi psicosocial de les necessitats personals, la construcció de narratives antifeministes, la influència de les xarxes socials com a creadora de narratives i, també, de creació de nuclis digitals i físics. S'ha mostrat eficaç per a identificar moments clau del procés de radicalització i captar de forma més desgranada les necessitats i narratives principals com es mostra als resultats. És, per tant, una eina que pot servir als professionals de l'educació per a explorar, ordenar i investigar què està succeint psicosocialment en els joves. Alhora, aquest model reafirma el poder de les xarxes socials, ja que aquestes plataformes poden arribar a copsar els tres factors de la radicalització digitalment i, per tant, fer que joves es puguin radicalitzar digitalment tot i el contrast amb la vida física.

El factor de les necessitats sembla ser l'eix principal en què s'inicia la radicalització de tots els testimonis, pel fet que és l'eix que genera una ferida, conscient o inconscient en la persona, impulsant-la a reaccionar en la temàtica. Les necessitats identificades, distingides en tres categories (necessitats estructurals i de situació vital, necessitats creades per tendències de gestió de la situació social sobre el gènere i necessitats creades per les xarxes socials), poden ajudar-nos a identificar possibles dinàmiques masculines que es repeteixin en altres homes. Totes elles mostren com la fragilitat emocional dels joves i cal acollir-la i acompanyar-la educativament per prevenir una possible radicalització que condueixi a l'odi. Alhora, part de les necessitats expressades són

crítiques amb les intervencions pedagògiques dels professionals de l'educació, unes crítiques que cal que integrem i n'aprenuem per tal de plantejar altres formes d'intervenir que no generin un efecte de major polarització i radicalització.

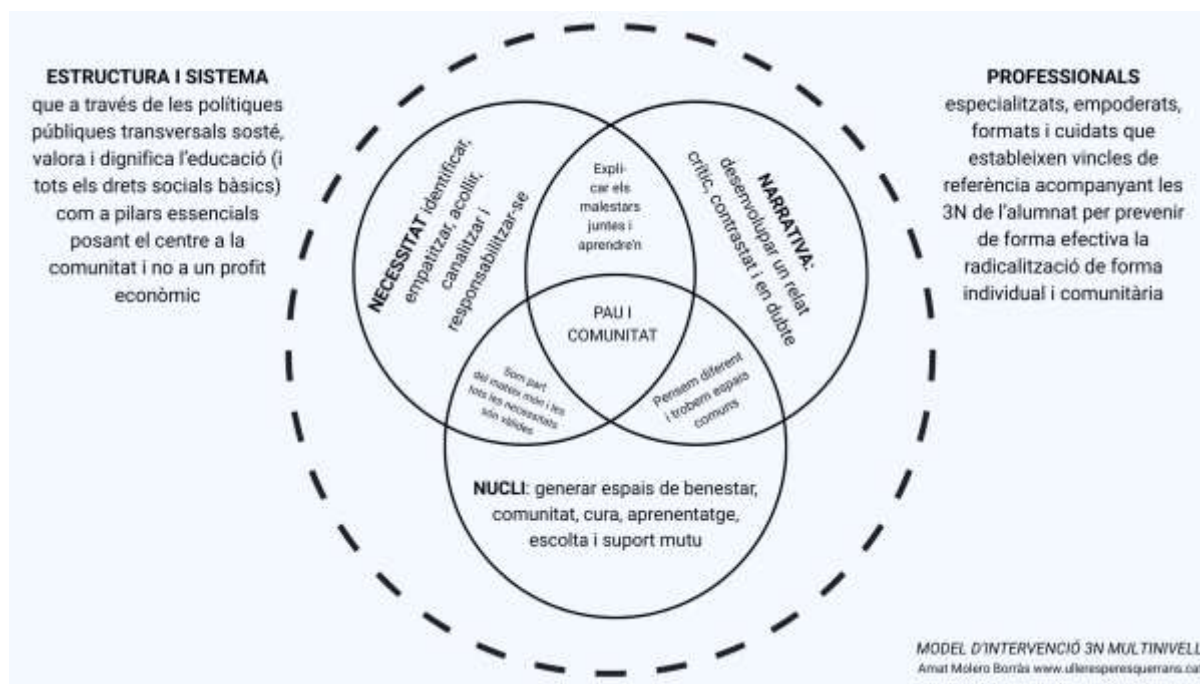
El factor de la narració o discurs està vinculat a la reproducció ideològica i argumentaria de referents de xarxes socials. Molts cops, part de la construcció del discurs és fruit de la desinformació, fake news i estratègies comunicatives que provoquen una resposta emocional forta que els polaritza. Alhora, existeix en les narracions un tret afectiu, identitari i de creença cega amb els creadors de contingut que dificulten el seu abordatge en un àmbit racional. Aquesta arrelada politització discursiva ens planteja si les intervencions exclusivament discursives o amb dades veraces són efectives, ja que tot sembla conduir a què l'eficàcia de la intervenció té més a veure en connectar, conèixer, validar la necessitat de l'altre, generar confiança, enfortir el vincle o preguntar curiosament que una lluita de dades científiques veraces. Això planteja la pregunta de si els professionals de l'educació estem podem cuidar i treballar aquest aspecte d'educació no formal i, fins i tot informal, o si ens centrem més en l'aprenentatge exclusivament formal.

El factor del nucli ens mostra la soledat com un factor de risc per a la radicalització, ja que pot exposar a la persona a retroalimentar necessitats, narracions i nuclis exclusivament en unes xarxes que fomenten la desinformació, els biaixos cognitius i la radicalització. Aquesta connexió amb la soledat és clau, ja que podem relacionar-ho amb els estudis que ens mostren que el 80% dels joves se senten sols (Creu Roja, 2022) i això podria obrir un nou eix d'investigació multinivell sobre soledat i radicalització. Els resultats sobre el nucli fan reflexionar també sobre la importància de crear i cuidar espais educatius on la forma de tractar les temàtiques de gènere pugui generar experiències de benestar comunitari que trascendeixin a la polarització i radicalització. Poder crear espais d'escolta, calma i empatia, espais de trobada i validació mútua, espais de pau que mostrin als joves que és possible sortir de la guerra de sexes, espais que apropin l'atomització social en soledat o espais de suport mutu o connexió més enllà del teu biaix ideològic.

El model de les 3N també té límits, ja que ens apropa a una comprensió psicosocial de la captació i radicalització molt basat en la persona i el seu context proper. I, per tant, no té en compte aspectes més sistèmics o estructurals que influeixen i creen un marc perquè la radicalització pugui succeir o no. Precisem, per tant, que el model sigui complementat des d'una perspectiva multinivell (estructura, context, família i comunitat propera i persona) en què el professional pugui englobar l'anàlisi individual, familiar i de comunitat amb tot el marc sistèmic i estructural que també influeix en la radicalització per tal de comprendre-la.

L'últim objectiu que mostrar claus pedagògiques per prevenir i intervenir el procés psicosocial de radicalització i captació antifeminista s'ha complert basant-nos en les experiències dels testimonis. Les claus pedagògiques que extraïem de referents positius pels joves són: el vincle profund, segur i proper; el fet de ser referents i valorat; l'amor que abraça, valida, estima a l'altre; les històries de vida com a eines; l'escolta activa; la pregunta com exploració; l'aprenentatge d'eines crítiques i no la repetició de discursos; la calma com a ser i estar; la pedagogia i mirada educativa. Aquestes claus pedagògiques porten a un replantejament profund del model de professional d'educació, la seva identitat i la seva forma de generar relacions pedagògiques. Totes aquestes claus apunten a la necessitat de què els professionals de l'educació, si volem arribar a dur a terme prevencions i intervencions efectives, haguem de caminar cap a un model més humanista, integratiu i comunitari per tal de crear grups i espais on acollir tota la diversitat que entra en diàleg i convivència.

Aquesta transformació del model professional és impossible si no es garanteix una estructura de qualitat i dignitat per a tota la comunitat educativa (alumnat, professorat i famílies) començant per les polítiques públiques d'educació i serveis socials (pressupost, ràtios, arquitectura, assignatures, tutories, professionals...).



Gràcies a aquesta verificació del model d'anàlisi de les 3N, les claus pedagògiques i l'anàlisi teòrica, plantejem la possibilitat de crear un model d'enfocar les intervencions educatives complementant els tres factors de la radicalització, l'anàlisi multinivell i un model professional humanista i comunitari. Aquest model tindria com a objectiu fomentar la pau i la convivència, una forma de prevenció i intervenció de la radicalització transcendint a crear un model que combati o s'oposi als antifeminismes polaritzant més la comunitat. Aquest model busca integrar les 3N des d'una voluntat de pau:

1. *Necessitat*: identificar, empatitzar, acollir, canalitzar i responsabilitzar-se col·lectivament de les necessitats. Integrant així allò que succeeix a tots els membres de la comunitat des d'una perspectiva interseccional i integradora.
2. *Narrativa*: desenvolupar un relat crític, contrastat i en dubte. Com a forma de trencar amb la desinformació i els discursos d'odi.
3. *Nuclis*: generar espais de benestar, comunitat, cura, aprenentatge, escolta i suport mutu. Trascendint així els nuclis de guerra del “nosaltres” contra “vosaltres”.

Aquest model d'intervenció de les 3N l'introduïm plantejant un breu esquema de procediment de set passos:

- 1) Transformació d'una estructura de polítiques públiques i sistema educatiu que prioritzi el valor, dignitat i qualitat de l'educació.
- 2) Desenvolupament personal, professional i comunitari per tal que els professionals de l'educació puguin disposar d'una mirada, formació, eines i competències per a poder afrontar els reptes de la tasca educativa de forma humanista, integrativa i comunitària.
- 3) Formació en la temàtica de radicalització i antifeminismes per tal d'adquirir una mirada especialitzada, crítica i multinivell de la complexa realitat que afronten cada dia amb joves, famílies i equips educatius.
- 4) Analitzar les necessitats, narracions i nucli dels joves de l'aula per a poder conèixer la seva realitat aterrada i concreta.
- 5) Planificar sessions pedagògiques de prevenció i intervenció basades en les necessitats, narracions i nuclis detectats en l'anàlisi.
- 6) Intervenir partint d'una mirada humanista i comunitària per tal de prevenir la polarització i contribuir a un espai de convivència, escoltar, empatia i aprenentatge del conflicte. La intervenció ha de poder cuidar al conjunt complet dels joves fent que l'experiència sigui significativa i pugui ser un precedent de com conviure en societat més enllà de les polaritats, la radicalització o els discursos d'odi.
- 7) Avaluar les intervencions realitzades i construir amb l'equip de professionals una millora del procés per a garantir l'èxit de la prevenció i intervenció de la radicalització i els discursos d'odi.

Desenvolupant, provant i avaluant aquesta proposta d'un nou model fruit d'aquesta recerca podríem veure si ajuda a respondre a reptes pedagògics extrets en el marc teòric i a través de les entrevistes com: l'efecte backfire o boomerang dels joves davant les intervencions professionals; la crítica i sensació d'adoctrinament i imposició ideològica; la complementació d'intervenir la raó

(narració) i l'emoció (necessitats) distingint-les; la polarització i guerra de sexes gràcies a la mirada comunitària; no interpel·lar als homes en la lluita per la igualtat de gènere; la desinformació transformada en identitat; les pràctiques professionals estigmatitzadores; o l'acompanyament a les necessitats dels nois.

Per acabar, dir que aquesta recerca ha suposat una aproximació humana, crítica i empàtica a una problemàtica complexa. Ha permès comprovar que la radicalització no és inevitable i que la intervenció educativa, quan és respectuosa, amorosa, crítica i situada, pot oferir alternatives significatives. Ha posat en evidència la necessitat d'una transformació estructural i sistèmica. Acceptar la vulnerabilitat, debat i contradicció també ha estat part del procés investigador, mostrant que des d'aquesta autenticitat es pot fomentar una conversa i educació transformadora capaç d'interpel·lar, escoltar i acompanyar als joves.

- **Referències bibliogràfiques.**

Álvarez-Benavides, A. & Jiménez Aguilar, F. (2021). *La contraprogramación cultural de Vox: secularización, género y antifeminismo*. Política y Sociedad, 58(2), e62099.
<https://dx.doi.org/10.5209/poso.74486>

Aladro Vico, E. & Requeijo Rey, P. (2022). «Memes, humor y odio. Derivación simbólica y pensamiento grupal en las bisociaciones del humor de los memes en cámaras de eco». A Castellet, A. & Pedro-Carañana, J. (Eds.), *Periodismo en red: acción y reflexión*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones. <https://doi.org/10.52495/c3.emcs.13.p99>

Anduiza, E. & Rico, G. (2022). Radical right support and misperceptions about immigrants in Spain. *American Journal of Political Science*.
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/ajps.12759>

Badinter, E. (1992). *XY. La identidad masculina*. Taurus.

Boneta-Sádaba, N., Tomás-Forte, S. & García-Mingo, E. (2023). *Culpables hasta que se demuestre lo contrario. Percepciones y discursos de adolescentes españoles sobre masculinidades y violencia de género*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, Fundación FAD Juventud.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.7797449>

Bonet-Martí, J. (2020). *Análisis de las estrategias discursivas empleadas en la construcción de discurso antifeminista en redes sociales*. Psicoperspectivas, 19(3).
<https://dx.doi.org/10.5027/psicoperspectivas-vol19-issue3-fulltext-2040>

Bonet-Martí, J. (2021). *Los antifeminismos como contramovimiento: una revisión bibliográfica de las principales perspectivas teóricas y de los debates actuales*. Teknokultura, 18(1), 61-71.
<https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/173443/1/705928.pdf>

Bonino, L. (2000). *Varones, género y salud mental – desconstruyendo la normalidad masculina*.

Bourdieu, Pierre. (1978) “La juventud no es más que una palabra”, en *Sociología y cultura*, México, Grijalbo, 2002.

Bourdieu, P. (2000). *La dominación masculina*. Barcelona: Anagrama.

Borràs, J. (2022). *Tots els colors del negre. L'extrema dreta a l'Europa del segle XXI*. Ara Llibres. Barcelona.

Bravo-Villasante, M. (2023). *Radicalización violenta y misoginia extrema. Narrativas antifeministas en la manosphere*. Universidad Rey Juan Carlos.
<https://doi.org/10.29105/gmjmx20.38-485>

Bujalka, E., Rich, B. & Bender, S. (2022). The manosphere as an online protection racket: How the red pill monetizes male need for security. *Fast Capitalism*, 19(1).
<https://doi.org/10.32855/fcapital.202201.001>

Calderón Gómez, D. & Gómez Miguel, A. (2022). *Consumir, crear, jugar. Panorámica del ocio digital de la juventud*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.6338126>

Castillo Jara, S., Marchena Montalvo, V. & Quiliche Arévalo, S. (2019). El discurso antifeminista como recurso electoral en Brasil y España. *Politai*, 10(19), 35-59.
<https://doi.org/10.18800/politai.201902.002>

Coll-Planas, G. & Vidal, M. (2013). *Dibuixant el gènere*. Barcelona: Edicions 96.

Coll-Planas, G., Solà-Morales, R. (2019). Igualtats connectades. Interseccionalitat a les polítiques públiques locals. Guia per incorporar la interseccionalitat a les polítiques locals.

Comas, D. (2011). “¿Por qué son necesarias las políticas de juventud?”, *Revista de Estudios de Juventud*

Connell, R. (1995). *Masculinidades*. México: UNAM.

Connell, R. (2002). Understanding men: Gender sociology and the new international research on masculinities. *Social Thought & Research*.

Cuellilargx (2023). *Monetitzadores de odi*. Youtube.
<https://www.youtube.com/watch?v=rkIZBWHG1Qw&t=617s>

Creu Roja (2022). 1r Informe Soledat no volguda. Creu Roja.
https://www2.cruzroja.es/documents/1043607101/1078461912/doc+presentaci%C3%B3+soledat+no+volguda+Observatori+%281%29+%281%29_compressed.pdf/793facea-b75b-892e-a22f-2320abe2de45?t=1663601991393&utm_campaign=observatori+Soledat+1&utm_medium=email&utm_content=cat&utm_source=Cat_voluntariat_socis

Delgado, L. (2021). «La teoría no crece en los árboles». *Claves conceptuales para abordar las masculinidades jóvenes*. En *Modear a los hombres*. Akademia.
<https://www.researchgate.net/publication/359338622>

Delgado, L. & Sánchez, A. (2022). *Subversión antifeminista: análisis audiovisual de la manófera en redes sociales*. Prisma Social.

Delgado, L. S. (2022). *Unitat 3.1: Masculinitats patriarcales* [Material educatiu]. EAPC.
<https://formaciooberta.eapc.gencat.cat/...>

Departament de Treball, Afers Socials i Famílies (2020). *Polítiques Locals de Joventut en Confinament*. Generalitat de Catalunya.

De la Corte, L., Kruglanski, A., De Miguel, J., Sabucedo, J. M. & Díaz, D. (2007). *Siete principios psicosociales para explicar el terrorismo*. *Psicothema*, 19(3), 366-374.

Díaz i Arab, L. (2014). *Masculinidad, género y salud*. *Revista médica Clínica Las Condes*, 25(1), 68-75. <https://doi.org/10.1016/j.rmcl.2014.02.004>

Duarte, C. (2012). *Sociedades adultocéntricas: sobre sus orígenes y reproducción*. Última Década N36, CIDPA Valparaíso. <https://scielo.conicyt.cl/pdf/udecada/v20n36/art05.pdf>

Dupuis-Déri, F. (2015). *Postféminisme et antiféminisme*. A D. Lamoureux & F. Dupuis-Déri (Eds.), *Antiféminismes. Analyse d'un discours réactionnaire*, 129-148. Montréal: Les Éditions du

remue-ménage.

Enguix, B. (2024). *Masculinitats, gènere i igualtat: què fem amb els homes?* Universitat Oberta de Catalunya. <https://doi.org/10.2436/20.3000.02.78>

Foucault, M. (1973). El orden del discurso. Marginales.

Goffman, E. (2012). Estigma. La identidad deteriorada. Amorrortu. Buenos Aires

García-Mingo, E. & Díaz Fernández, S. (2022). *Jóvenes en la Manosfera. Influencia de la misoginia digital en la percepción que tienen los hombres jóvenes de la violencia sexual*. Madrid: Fundación FAD Juventud. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7221159>

Geektopia (2023, 27 octubre). *El primer año de Musk al frente de Twitter...* <https://www.geektopia.es/...>

Gencat (2024). L'Observatori de la Igualtat de Gènere publica les dades d'atenció a les violències masclistes. https://govern.cat/salaprensa/notes-premsa/659902/observatori-igualtat-genere-publica-dades-datencio-violencias-masclistes?utm_source=chatgpt.com

Ging, D. (2019). Bros v. Hos: Postfeminism, anti-feminism and the toxic turn in digital gender politics. A D. Ging & E. Siapera (Eds.), *Gender Hate Online*, 45-67. Cham: Palgrave Macmillan.

Ging, D. (2020). Alphas, betas, and incels: Theorizing the masculinities of the manosphere. *Men and Masculinities*, 22(4), 638–657. <https://doi.org/10.1177/1097184X17706401>

Herranz, F. (2023). *La amistad masculina y la fraternidad. Una mirada histórica al origen de la modernidad*. Observatorio de las Masculinidades, 48, 149-162.
<https://doi.org/10.22355/exaequo.2023.48.10>

Hennig, A. (2018). Political genderphobia in Europe. *Zeitschrift Für Religion, Gesellschaft Und Politik*, 2(2), 193–219. <https://doi.org/10.1007/s41682-018-0026-x>

ICIPS (2024). Sondeig d'Opinió ICPS 2024. Presentació de resultats. ICPS.
<https://www.diba.cat/documents/553295/425574195/Gr%C3%A0fics+sondeig+2024.pdf/265367ac-eea1-2fb1-53ad-6623583cccf0?t=1739363063773>

Kaiser, S. (2022). *Odio a las mujeres. Incels, malfollados y machistas modernos*. Katakarak.

Kaufmann, M. (1999). *Las siete P's de la violencia de los hombres*.

Kruglanski, A., Bélanger, J. & Gunaratna, R. (2019). *The Three Pillars of Radicalization: Needs, Narratives and Networks*. Oxford University Press.

Lacalle, C. (2023). *The Otherless Other: las pasiones misóginas de la manófera española*. Signa, 32, 41–53. <https://doi.org/10.5944/signa.vol32.2023.36111>

Lacalle, M. & Etura, M. (2023). *El antifeminismo de la ultraderecha española en Twitter en torno al 8M*. Revista Prisma Social.

Lomas, C. (2003). *¿Todos los hombres son iguales? Identidades masculinas y cambios sociales*. Paidós.

Mantilla, K. (2013). Gendertrolling: Misogyny adapts to new media. *Feminist Studies*, 39(2), 563–570.

Margulis, Mario; Urresti, Marcelo. (1996). La juventud es más que una palabra. Ensayos sobre cultura y juventud. Buenos Aires.

McIntyre, L. (2018). *Post-truth*. MIT Press.

McLoughlin, K. L. & Brady, W. J. (2023). Human-algorithm interactions help explain the spread of misinformation. *Current Opinion in Psychology*. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2023.10177>

McLoughlin, K. L., et al. (2024). Misinformation exploits outrage to spread online. *Science*, 386(991–996). <https://doi.org/10.1126/science.adl2829>

Medina-Vicent, M. (2024). Mujeres y antifeminismo en España: una reacción desde la ultraderecha. *Universitat Jaume I*. n.º 50, pp. 131-145. DOI: <https://doi.org/10.22355/exaequo.2024.50.09>

Medina, L. i Freixanet, M. (2024). És Catalunya feminista? Percepcions sobre la igualtat de gènere entre homes i dones, i estereotips de gènere. ICIPS. ISSN: 2014-9980

Metadata (2023). *Més de 6 milions de catalans són usuaris d'alguna xarxa social*. <https://www.metadata.cat/noticia/3369/...>

Molero, A. (2015). *El que tot bon mascle ha de complir*. Ulleres per Esquerrans. <https://ulleresperesquerrans.cat/...>

Monge, G. (2024). *L'extrema dreta i la instrumentalització del feminisme*. El Crític.
<https://www.elcritic.cat/...>

Mudde, C. (2020). *Ultradreta*. Saldonar.

Mudde, C. (2023). *La ultradreta avui*. CCCB.

Onorato, S. (2022). *Dejuni digital. Autoajuda col·lectiva per canviar-ho tot*. Editorial Descontrol.

Ortega-López, T. (2019). *Olas de antifeminismo en España en la Segunda República, la Guerra Civil y la dictadura de Franco*. Universidad de Granada. <https://digibug.ugr.es/...>

Pai, N. (2021). *La nostra atenció ha estat raptada*. Tigre de Paper.

Plan Internacional (2021). *The Truth Gap (Des)Informadas Online*. <https://plan-international.es/...>

Rodríguez Gago, M. (2025). *Masculinidad y liderazgo en la actual extrema derecha española*. European Public & Social Innovation Review, 10, 1–17. <https://doi.org/10.31637/epsir-2025-1969>

Protto Baglione, M. (2014). Discusiones teóricas para el debate sobre las políticas públicas y las juventudes. Revista Argentina de Estudios de Juventud

Sidera, A. & Arnau, J. (2022). *Guia pràctica contra l'extrema dreta*. Pagès Editors.

Tuñón Navarro, J. & Sánchez del Vas, R. (2022). *Verificación: ¿la cuadratura del círculo contra la desinformación y las noticias falsas?* AdComunica, 23, 75-95.

<http://dx.doi.org/10.6035/adcomunica.6347>

Villa Sepúlveda, M.E. (2011). Del concepto de juventud al de juventudes y al de lo juvenil. Revista Educación y Pedagogía

Viquipèdia. (s.d.). *Finestra d'Overton*. https://ca.wikipedia.org/wiki/Finestra_d%27Overton

Visual Capitalist. (2021). *Visualizing How Big Tech Companies Make Their Billions*. [https://www.visualcapitalist.com/...](https://www.visualcapitalist.com/)

Virós-Martín, C., Montaña-Blasco, M. & Jiménez-Morales, M. (2024). Can't stop scrolling! Adolescents' patterns of TikTok use and digital well-being. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11, 1444. <https://doi.org/10.1057/s41599-024-03984-5>

West, J. (2014). *Cyber-violence against women*. BWSS. [https://www.bwss.org/...](https://www.bwss.org/)

COMO CITAR ESTE ARTÍCULO: Molero Borràs, A. (2026), Què els hi passa als tios que són antifeministes. En: <http://quadernsanimacio.net> n° 44, Julio 2026; ISSN: 1698-4404