

YOUTUBERS ANTIFEMINISTAS Y HEGEMONÍA CULTURAL: UN DESAFÍO PARA LAS POLÍTICAS DE IGUALDAD

Héctor Sanahuja Mesa

Politólogo. Investigador en DEMOSPAZ

RESUMEN

Este artículo aborda la creciente percepción negativa entre los jóvenes sobre la igualdad de género y el feminismo. Se observa un retroceso en el plano global, hacia posturas más conservadoras por parte de hombres jóvenes. Este cambio se atribuye a lo que se ha denominado “reacción patriarcal” que busca mantener la hegemonía cultural y política y contener los avances del feminismo y de los derechos de las personas LGTBIQ+.

Se señala la “manosfera” como una comunidad digital en donde se promueven discursos misóginos y antifeministas, que se nutren del malestar y de la percepción de crisis de los jóvenes. Los *youtubers* antifeministas generan un contenido en las redes, que capitaliza el malestar y la rabia masculina, ofreciendo una falsa sensación de comunidad y seguridad.

El artículo destaca la necesidad de analizar este fenómeno desde una perspectiva multidimensional, que incorpore las múltiples causas que contribuyen a estas percepciones negativas sobre la igualdad de género y en particular la influencia significativa de los *youtubers* en la producción, reproducción y amplificación de los discursos misóginos.

1. PERCEPCIONES DE LA IGUALDAD ENTRE HOMBRES Y MUJERES

Por primera vez, en enero de 2024 el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) ha realizado una encuesta sobre las percepciones de la igualdad entre hombres y mujeres y los estereotipos de género. Uno de los datos más llamativos y sin duda preocupantes que reflejaba esta encuesta era que en España el 51,8% de los jóvenes entre 16 y 24 años se mostraban “muy de acuerdo” o “bastante de acuerdo” al ser preguntados por esta afirmación: “Se ha llegado tan lejos en la promoción de la igualdad de las mujeres que ahora se está discriminando a los hombres”. A su vez, estos datos se inscriben en un proceso mas amplio que tiene lugar a escala global. Como mostraban de forma clara los datos publicados recientemente en un artículo de John Burn Murdoch publicado en *Financial Times*¹, recogiendo la investigación de Alice Evans, los hombres de entre 18 y 30 años de países como Alemania, EEUU, Corea del Sur o Reino Unido, entre otros muchos países, tienden a ser cada vez más conservadores, al contrario que las mujeres, que tienden hacia posiciones más progresistas. Ante estos datos, distintos medios se hicieron eco de lo que muchas feministas, activistas y académicas llevaban tiempo advirtiendo: que nuestra sociedad se encuentra en un momento de reacción patriarcal y antifeminista.

Feministas, activistas y académicas como Susan Faludi, Beatriz Ranea, Marta Cabezas Fernández o Cristina Vega Solís, entre otras que investigan los movimientos antifeministas y de extrema derecha, han recurrido al término “reacción patriarcal”. Con ello se alude al actual proceso de

¹ Burn Murdoch, John (2024). “A new global gender divide is emerging”. *Financial Times*, 26 de enero.

contraofensiva patriarcal y antifeminista que surge en respuesta a los avances obtenidos en materia de igualdad de género y de derechos de las personas LGTBI, así como a la entrada del feminismo en el debate público. Aunque se presenta como un fenómeno contestatario, el objetivo de esta reacción patriarcal es mantener la hegemonía cultural, política, económica y social que sustenta las estructuras de poder patriarcal, tratando de frenar los avances del feminismo y de resituar a las mujeres y a las personas LGTBI en una posición de subalternidad frente a una masculinidad hegemónica dominante.

2. CAUSAS DEL PROCESO DE REACCIÓN PATRIARCAL

Las causas de este proceso de reacción patriarcal son múltiples y complejas, y no se pueden abordar en este artículo. En el ámbito de la política institucional, aunque no tenga una clara expresión orgánica, existe una verdadera “internacional reaccionaria” integrada por partidos y movimientos de la extrema derecha que la impulsan a escala global. Pero este proceso, como cualquier cambio social, no puede entenderse atendiendo únicamente a la dimensión partidista. Debemos mirar más allá, poniendo el foco en los cambios de índole sociocultural que explican que este proceso de reacción patriarcal sea aceptado ampliamente. En otras palabras, se trata de cambios que afectan a la hegemonía cultural, en términos gramscianos. Las ideas de Antonio Gramsci sobre la hegemonía resultan muy útiles a la hora de atender los cambios socioculturales –y su potencial transformador– que hacen posible ese proceso de reacción patriarcal y posibilitan su emergencia en la contienda política entre partidos. En realidad, los distintos avances y debates que ha traído consigo el feminismo, como fuerza contrahegemónica, representan una amenaza para la existencia y la pervivencia del sistema patriarcal y sus estructuras, que tratan, a través de distintos agentes de mantener su hegemonía cultural. Por todo ello, hay que prestar más atención a fenómenos y actores relativamente nuevos que operan en los espacios y comunidades virtuales para entender las luchas de grupos, partidos y movimientos más asentados por mantener su hegemonía. Entre ello, son cruciales los que se desarrollan en *youtube* y alrededor de las figuras que producen contenido para esta y otras plataformas digitales, los *youtubers*, como espacios donde esta ola reaccionaria ha calado con profundidad, y dónde se reproduce y encuentra audiencias cada vez más amplias, especialmente en esa franja de edad.

3. LA MANOSFERA

La reacción patriarcal se articula y se organiza como fenómeno sociocultural en una serie de espacios virtuales heterogéneos que han sido definidos como la *Manosfera*, y que acogen a movimientos de hombres con discursos marcadamente misóginos y antifeministas. La manosfera está compuesta por distintas comunidades digitales masculinistas que se agrupan en torno al antifeminismo y la defensa de la masculinidad hegemónica. Se enfrentan a una supuesta crisis que vendría provocada por la amenaza que representa el feminismo y sus reivindicaciones, y los avances que ha traído consigo, como la ley del “solo sí es sí” o la “ley trans”, entre otras. Los grupos de hombres que conforman la manosfera, mayoritariamente jóvenes, comparten un discurso misógino y antifeminista, muy agresivo y pretendidamente contestatario, que rechaza la premisa de la desigualdad estructural que sufren las mujeres. Intentan subvertir la narrativa de víctimas y privilegiados, situándose como hombres en el primer grupo. Si atendemos a los datos publicados por el CIS, podemos ver como los discursos y narrativas propios de la manosfera ya están presentes en las percepciones del 51% de los españoles (hombres) entre 16 y 24 años. La manosfera es un espacio *online* de producción de sentidos, donde muchos hombres encuentran un espacio que consideran seguro para generar y consumir contenidos y discursos sobre su identidad, que se viralizan y difunden de manera exponencial y reproducen y, en ocasiones, acentúan los arquetipos de la masculinidad que define el patriarcado.

Al igual que cualquier comunidad, sea o no virtual, la manosfera cuenta con sus propios referentes, entre ellos, algunos conocidos *youtubers* antifeministas que cuentan con una audiencia de cientos de miles de suscriptores y millones de reproducciones. La misoginia y el desprecio hacia las mujeres son una constante entre algunos de los *youtubers* españoles más reconocidos, como El Rubius, que ha protagonizado episodios ridículos tratando de mofarse del lenguaje inclusivo; o TheGrefg, que gritaba “comedme la polla” en un *stream* de la Kings League delante de miles de seguidores mientras se

agarraba los genitales en un gesto al estilo de Rubiales; o El Xocas, cuyos comentarios misóginos podrían recogerse en una amplia antología, también conocido por blanquear los abusos sexuales cometidos por sus amigos entre risas y comentarios tan graves que le procuraron el dudoso honor de ser objeto de una parodia en un vídeo del Ministerio de Igualdad. Algunos de los *youtubers* antifeministas españoles con mayor repercusión en la actualidad son Roma Gallardo (1,85 millones de suscriptores), Wall Street Wolverine (481 mil suscriptores), Un Tío Blanco Hetero (447 mil suscriptores), Libertad y lo que surja (300 mil suscriptores), e Inocente Duke (218 mil suscriptores), entre otros. Son ejemplos destacados de una constelación de *youtubers* muy amplia, que generan y reproducen contenidos con la misoginia y el odio más visceral, algunos de los cuales, al igual que sus seguidores, se enmascaran tras el anonimato en foros, redes sociales y comentarios en esa y otras redes sociales. No existen muchos datos o estudios sobre la composición y características de las audiencias de estos *youtubers*, pero por el tipo de formatos y contenidos que realizan podemos inferir que están mayoritariamente compuestas por hombres jóvenes.

Puede decirse que los *youtubers* antifeministas son una suerte de ideólogos de la manosfera. Como han señalado Elisa García Mingo y Silvia Díaz Fernández, generan contenidos en los que se discuten asuntos de actualidad relacionados con el género y el feminismo, y donde “denuncian” la supuesta criminalización y discriminación que viven los hombres en la actualidad. Así, estos *youtubers* actúan a modo de *influencers* o prescriptores dentro de la manosfera de habla hispana, donde producen e incorporan de forma simultánea y circular los discursos y debates que tienen lugar dentro de la misma, generando comunidades de hombres en torno a sus canales y plataformas. Los contenidos que estos *youtubers* ofrecen a sus seguidores de la manosfera, en muchos casos adolescentes y jóvenes, proporcionan marcos de sentido y una forma de entender muchas de las crisis personales que atraviesan y les ofrecen una falsa sensación de seguridad, consuelo y una comunidad que genera o amplifica el sentimiento y la identidad de estos hombres como víctimas agraviadas. Estos *youtubers* capitalizan el malestar y la rabia masculina, generando soluciones identitarias y aportando espacios sociales donde se construyen relaciones afectivas entre hombres a partir de discursos y relatos antifeministas.

4. CONCLUSIONES

Como hemos mencionado anteriormente, los datos que reflejan las encuestas del CIS sobre la percepción de muchos hombres jóvenes sobre la igualdad de género tienen que entenderse y analizarse como parte y consecuencia del citado proceso de reacción patriarcal, donde existen toda una serie de agencias dedicadas a mantener las estructuras del sistema patriarcal y la masculinidad hegemónica como dominante, entre las que encontramos a estos *youtubers* antifeministas. Por todo ello, es necesaria una mirada que se aproxime a este tipo de datos con una perspectiva multidimensional, entendiendo que las causas que subyacen a este tipo de discursos no son, en ningún caso, únicas ni excluyentes. Si bien estos personajes no son los únicos responsables de la percepción negativa que tienen tantos hombres jóvenes sobre la igualdad de género, los datos del CIS han evidenciado la enorme influencia que tienen en producir, reproducir y amplificar estos discursos y la importancia de tenerlos en cuenta para entender el fenómeno en su conjunto.