
This is the **published version** of the bachelor thesis:

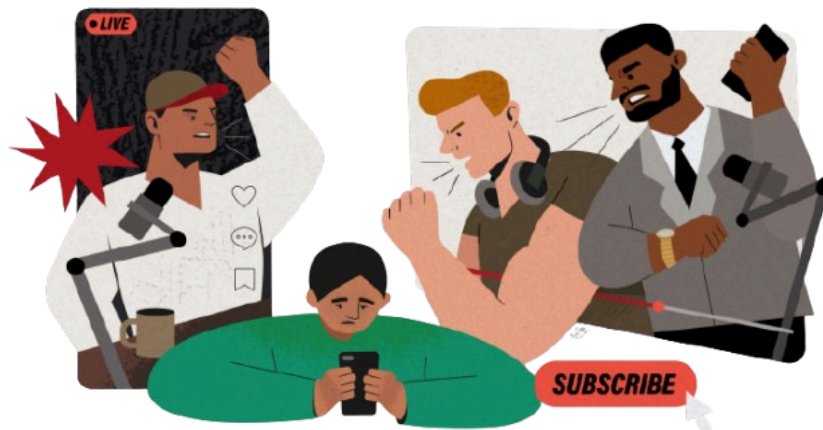
Acosta Jiménez, Laura. *Com es manifesta la tensió entre els models de noves masculinitats i els discursos reaccionaris de retorn a la tradició en l'esfera digital contemporània? Una anàlisi discursiva*. Treball de Final de Grau (Universitat Autònoma de Barcelona), 2025 (Grau en Història, Política i Economia Contemporànies / Contemporary History, Politics and Economics). 48 pàg.

This version is available at <https://ddd.uab.cat/record/330272>

under the terms of the  license.

**COM ES MANIFESTA LA TENSIÓ ENTRE
ELS MODELS DE NOVES MASCULINITATS
I ELS DISCURSOS REACCIONARIS DE
RETORN A LA TRADICIÓ EN L'ESFERA
DIGITAL CONTEMPORÀNIA?**

Una anàlisi discursiva



Laura Acosta Jiménez

Universitat Autònoma de Barcelona – UAB

2025/2026

ÍNDIX

1. INTRODUCCIÓ	p.5
1.1. Contextualització: La transformació de la masculinitat hegemònica a l'era contemporània	p.5
1.2. Pregunta de Recerca	p.6
1.3. Marc Teòric i Conceptes Clau	p.6
1.4. Organització dels Capítols	p.6
2. MARC CONCEPTUAL: LA MASCULINITAT CONTEMPORÀNIA	p.7
2.1 El gènere com a categoria d'anàlisi i la construcció de la identitat	p.7
2.2. Definició i jerarquia de les masculinitats	p.7
2.3. Anàlisi històrica: La construcció de l'home tradicional	p.8
2.4. Causes de la crisi de la masculinitat hegemònica	p.10
2.5. El <i>Gender Backlash</i> : Una reacció cultural i política a la modernitat líquida	p.11
2.6. Emergència de nous models: Les noves masculinitats	p.12
3. ESTUDIS DE CAS.....	p.13
3.1. Selecció dels casos d'estudi	p.13
3.2. Proposta metodològica i dimensions d'anàlisi	p.15
3.3. Andrew Tate	p.16
3.4. Amadeo Lladós	p.22
3.5. Roma Gallardo	p.27
3.6. Un Tio Blanco Hetero (UTBH)	p.33
4. RESULTATS I DISCUSSIÓ.....	p.39
5. CONCLUSIONS.....	p.42
4. BIBLIOGRAFIA.....	p.44

Ús d'IA: En l'elaboració d'aquest Treball de Fi de Grau s'han utilitzat diverses eines d'intel·ligència artificial, concretament Notebook LM, ChatGPT i Scribbr, com a suport complementari en determinades tasques tècniques i organitzatives.

Notebook LM ha estat utilitzat per facilitar la localització d'informació concreta dins de textos acadèmics seleccionats prèviament de forma manual. ChatGPT s'ha emprat com a eina de suport en la revisió lèxica i gramatical del text i, finalment, Scribbr ha contribuït a agilitzar l'organització i formatació de la bibliografia segons els criteris acadèmics corresponents.

Conscient de les limitacions i dels debats que genera l'ús d'aquestes tecnologies en l'àmbit acadèmic, considero que la seva utilització és legítima sempre que actuï com una eina de suport i no de substitució del treball intel·lectual propi. En aquest sentit, totes les decisions analítiques, interpretacions, selecció bibliogràfica i continguts desenvolupats en aquest treball han estat elaborats personalment, comprovant en tot moment el rigor i la fiabilitat de la informació utilitzada.

Agraïments:

Vull agrair, en primer lloc, als meus avis i als meus pares haver-me despertat des de ben petita la curiositat per aprendre, entendre el món que m'envolta i observar la realitat amb una mirada crítica, oberta i inconformista.

A tota la meva família, i especialment a la meva mare, gràcies pel suport incondicional, per abraçar-me i empènyer-me sempre a lluitar per allò que em fa feliç.

També vull agrair a tots els professors i professores que han format part del meu recorregut acadèmic, especialment a la Laura i el Carles, per haver cregut en mi i haver alimentat constantment la meva curiositat intel·lectual i les meves ganes d'explorar i entendre el món.

A l'Eduard, per ensenyar-me que existeixen noves formes de viure i estimar basades en el respecte, la comprensió i l'admiració mútua. I finalment, a l'Aaron i l'Ainara, per ser un dels regals més valuosos que m'enduc de la meva experiència universitària.

Sense tots vosaltres aquest treball, i el camí fins arribar-hi, no haurien estat possibles de la mateixa manera. Gràcies per haver estat el meu suport, la meva alegria i una font constant de motivació durant tots aquests anys.

RESUM

Aquest treball analitza la configuració i difusió dels discursos reaccionaris sobre la masculinitat dins l'anomenada “manosfera” digital, concebuda com un espai de producció ideològica articulat al voltant del rebuig als avenços feministes i a les transformacions socials contemporànies. A partir d'aportacions teòriques com les de R. W. Connell sobre la masculinitat hegemònica, el concepte d'*aggrieved entitlement* formulat per Michael Kimmel o els estudis sobre el fenomen del *gender backlash*, la investigació examina com aquests discursos construeixen una narrativa de crisi masculina basada en la percepció de pèrdua d'estatus, autoritat i reconeixement social dels homes.

El nucli del treball consisteix en una anàlisi discursiva qualitativa aplicada a un corpus de vint peces audiovisuals corresponents a quatre figures representatives de la manosfera contemporània: Andrew Tate, Amadeo Lladós, Roma Gallardo i Un Tío Blanco Hetero. Mitjançant una matriu d'anàlisi discursiva, s'identifiquen diversos marcs temàtics recurrents, entre els quals destaquen l'exaltació de l'estoïcisme i del control emocional, la reivindicació d'una masculinitat competitiva i jeràrquica, la mercantilització de les relacions afectives, el meritocratism individualista i la construcció d'un relat antiinstitucional i antifeminista.

La investigació sosté que aquests discursos operen com a mecanismes de politització del malestar i del ressentiment masculí en el context de les societats digitals contemporànies. En aquest marc, les anomenades “noves masculinitats” actuen com a contramodel simbòlic utilitzat pels discursos reaccionaris per representar les transformacions culturals associades al feminisme, al progressisme institucional i a les polítiques d'igualtat.

Finalment, el treball assenyala tant els límits com les potencialitats de les noves masculinitats com a projecte transformador, i apunta la necessitat d'incorporar l'anàlisi dels entorns digitals i les seves dinàmiques en futures investigacions.

Paraules clau: Masculinitat Hegemònica, Patriarcat, Crisi de la Masculinitat, Noves Masculinitats, Manosfera

ABSTRACT

This work analyzes the configuration and dissemination of reactionary discourses on masculinity within the so-called digital “manosphere”, conceived as a space for ideological production articulated around the rejection of feminist advances and contemporary social transformations. Based on theoretical contributions such as those by R. W. Connell on hegemonic masculinity, the concept of aggrieved entitlement formulated by Michael Kimmel or studies on the phenomenon of gender backlash, the research examines how these discourses construct a narrative of male crisis based on the perception of loss of status, authority and social recognition of men.

The core of the work consists of a qualitative discursive analysis applied to a corpus of twenty audiovisual pieces corresponding to four representative figures of the contemporary manosphere: Andrew Tate, Amadeo Lladós, Roma Gallardo and Un Tío Blanco Hetero. Through a matrix of discursive analysis, several recurrent thematic frameworks are identified, among which the exaltation of stoicism and emotional control, the vindication of a competitive and hierarchical masculinity, the commodification of affective relationships, individualistic meritocracy and the construction of an anti-institutional and anti-feminist narrative stand out.

The research argues that these discourses operate as mechanisms of politicisation of male discomfort and resentment in the context of contemporary digital societies. In this framework, so-called “new masculinities” act as a symbolic countermodel used by reactionary discourses to represent the cultural transformations associated with feminism, institutional progressivism and equality policies.

Finally, the work points out both the limits and the potential of new masculinities as a transformative project, and introduces the need to incorporate the analysis of digital environments and their dynamics in future research.

Keywords: Hegemonic Masculinity, Patriarchate, Masculinity Crisis, New Masculinities, Manosphere

1. INTRODUCCIÓ

1.1. Contextualització: La transformació de la masculinitat hegemònica a l'era contemporània

L'estructura social de gènere a Occident travessa un moment de profunda transformació i contestació. Històricament, el model de gènere s'ha organitzat al voltant del que la sociòloga R.W. Connell va definir com a "masculinitat hegemònica", una configuració de pràctiques que legitimen la posició dominant dels homes i la subordinació de les dones i d'altres formes de masculinitat¹.

No obstant això, com apunta la sociòloga i antropòloga Beatriz Ranea, assistim actualment a un trencament dels elements estructurals d'aquest model derivat d'una sèrie de canvis socioeconòmics profunds². Factors com la precarització laboral i el neoliberalisme han erosionat la capacitat de molts homes per complir amb el rol tradicional masculí de proveïdor econòmic, generant una sensació de fracàs en no poder assolir els estàndards normatius de l'èxit. A més, l'avenç de les polítiques d'igualtat i la consolidació de la quarta onada feminista han posat contra les cordes pilars tradicionals de l'arquetip masculí com el domini sexual o l'autocontrol emocional. Aquests canvis han suposat la desestabilització dels privilegis patriarcals tradicionals, provocant el que Michael Kimmel descriu el 2008 com un sentiment de "dret agreujat" (*aggrieved entitlement*)³ entre molts homes que senten que han perdut l'estatus que creien merèixer.

Davant d'aquesta suposada crisi identitària, s'observa una bifurcació en les respostes socials. D'una banda, emergeixen models de "noves masculinitats" que busquen una vivència més igualitària i emocionalment oberta del gènere. De l'altra, s'articula una forta reacció conservadora en espais digitals coneguts com la "manosfera" (*manosphere*), on proliferen discursos misògins que reclamen un retorn a l'ordre patriarcal tradicional com a solució al malestar masculí.

¹ Connell, R. W., & Messerschmidt, J. W. (2005). Hegemonic Masculinity: Rethinking the Concept. *Gender and Society*, 19(6), 829–859. <http://www.jstor.org/stable/27640853>. p. 832

² Ranea, B. (2021). Desarmar la masculinidad. Los Libros de La Catarata. <https://www.perlego.com/book/2655338/desarmar-la-masculinidad-los-hombres-ante-la-era-del-feminismo-pdf>. p.51

³ Kimmel, M. (2008). Profiling school shooters and shooters' schools: The cultural contexts of aggrieved entitlement and restorative masculinity. In B. Agger & T. W. Luke (Eds.), *There is a gunman on campus: Tragedy and terror at Virginia Tech* (pp. 65–78). Lanham, MD: Rowman & Littlefield.

1.2. Pregunta de Recerca

Aquest Treball de Final de Grau es proposa abordar aquesta polarització mitjançant la següent pregunta de recerca: *Com es manifesta la tensió entre els models de noves masculinitats i els discursos reaccionaris de retorn a la tradició en l'esfera digital contemporània?*

Per respondre a aquesta qüestió, l'estudi realitza una anàlisi discursiva qualitativa de continguts digitals produïts per influenciadors que actuen com a líders d'opinió reactius a Espanya, com Andrew Tate (masculinitat neoliberal i legitimació de jerarquies socials a través de l'èxit econòmic), Amadeo Lladós (masculinitat neoliberal i culte al cos), Roma Gallardo (victimització legal davant les lleis d'igualtat) i Un Tío Blanco Hetero (dissidència intel·lectual contra el feminisme acadèmic). L'objectiu és identificar com aquests discursos reaccionaris es construeixen en oposició directa als avenços en igualtat, utilitzant conceptes com la "ideologia de gènere" per mobilitzar la frustració masculina cap a posicions polítiques reaccionàries.

1.3. Marc Teòric i Conceptes Clau

L'anàlisi es fonamenta en les aportacions d'autors clau com la sociòloga R.W. Connell, qui proporciona la base per entendre la jerarquia de les masculinitats i la seva naturalesa històrica i canviant; o Michael Kimmel, essencial per comprendre la reacció d'ira dels homes blancs davant la pèrdua de privilegis. També, historiadores com Joan W. Scott aporten la perspectiva del gènere com a categoria analítica imprescindible per desxifrar les relacions de poder històriques i polítiques. A més, s'incorporen estudis contemporanis sobre *gender backlash*, antifeminisme digital i radicalització en línia desenvolupats per autors com Botto, Gottzén o Meszaros, que analitzen com el llenguatge i els entorns digitals faciliten la radicalització de discursos antifeministes.

1.4. Organització dels Capítols

El treball s'estructura en cinc capítols. Després d'aquesta Introducció, el Marc Conceptual (Capítol 2) aprofundeix en la teoria de les masculinitats, analitzant històricament la construcció de l'home tradicional i les causes socioeconòmiques de la seva crisi actual. El Capítol 3, "Estudis de cas", se centra en l'anàlisi empírica i discursiva dels influenciadors digitals seleccionats, examinant com articulen el victimisme i la "teoria de la *Red Pill*" per

captar seguidors. En el Capítol 4, s'aborden els resultats de l'anàlisi i les implicacions sociopolítiques, explorant com aquest xoc de models genera polarització cultural i influeix en l'agenda política actual. Finalment, les Conclusions (Capítol 5) sintetitzen els resultats per respondre a la pregunta de recerca, avaluant els límits i les potencialitats de la recerca.

2. MARC CONCEPTUAL: LA MASCULINITAT CONTEMPORÀNIA

2.1. El gènere com a categoria d'anàlisi i la construcció de la identitat

Per entendre la masculinitat, cal partir de la premissa que el gènere no és una expressió natural de la diferència biològica, sinó, en paraules de la historiadora Joan W. Scott, una "forma primària de relacions significants de poder"⁴. Scott argumenta que el gènere és un element constitutiu de les relacions socials que s'articula a través de símbols culturals, conceptes normatius i institucions. En aquest sentit, la masculinitat no és un atribut inherent a l'home, sinó un "saber" històricament construït que s'utilitza per justificar i legitimar el domini masculí sobre tot allò associat a la feminitat.

Aquesta visió històrica permet analitzar com l'ideal de l'home tradicional, caracteritzat pel seu rol de proveïdor, la contenció emocional i l'autoritat dins la família nuclear, s'ha consolidat com un pilar de l'ordre social occidental. Tanmateix, aquesta identitat no és estàtica; com suggereix el psicoanalista Ken Corbett, la masculinitat es manté sovint mitjançant una "ansietat reguladora"⁵, una vigilància constant dels límits del que es considera masculí per evitar qualsevol indici de feminitat o subordinació.

2.2. Definició i jerarquia de les masculinitats

Dins d'aquesta estructura de gènere, no tots els homes ocupen la mateixa posició de poder. Per comprendre les tensions actuals en la identitat masculina, és imperatiu partir de la teoria de R.W. Connell, una de les primeres teòriques enfocades en els estudis de les masculinitats.

Les aportacions de la sociòloga van significar un canvi dràstic en la manera d'entendre i estudiar les masculinitats; no com una identitat fixa que resideix en el cos o els trets personals

⁴ Scott, J. W. (1986). Gender: A Useful Category of Historical Analysis. *The American Historical Review*, 91(5), 1053–1075. <https://doi.org/10.2307/1864376> p. 1067

⁵ Corbett, K. (2009). Boyhood femininity, gender identity disorder, masculine presuppositions, and the anxiety of regulation. *Psychoanalytic Dialogues*, 19(4), 353–370. <https://doi.org/10.1080/10481880903088484> pp. 354-355

de l'individu, sinó com una sèrie de pràctiques que es performen en diferents entorns socials i que, per tant, poden variar segons les relacions de gènere d'un entorn social particular⁶. En concret, Connell i Messerschmidt exposen l'existència de diferents tipus de masculinitats, però consideren la masculinitat hegemònica el model que es distingeix dels altres per ser, en un moment històric determinat, el que ostenta la posició més honorada i normativa, funcionant per legitimar la dominació global dels homes sobre les dones⁷.

És fonamental, però, entendre que la masculinitat hegemònica no és necessàriament el model més comú estadísticament, ja que molts homes no l'encarnen completament. No obstant això, actua com a referent normatiu respecte al qual es posicionen la resta d'homes.

Connell estableix una jerarquia on, a banda del model hegemònic, trobem categories com la de la masculinitat còmplice, la qual es dona en homes que, sense complir necessàriament amb els estàndards hegemònics (per exemple, l'ús de la violència o el poder directe), es beneficien del dividend patriarcal i dels privilegis institucionals que el sistema atorga als homes en general⁸. És en relació amb aquest grup, i amb la conformitat entre una majoria de dones heterosexuales, que el concepte d'hegemonia es fa més poderós. És a dir, que tot i que la masculinitat hegemònica pot ser recolzada per la força, no la necessita específicament, ja que el reconeixement li arriba gràcies i a través de la pròpia cultura i institucions socials.

Connell documenta també l'existència de patrons no hegemònics de masculinitat, que sovint són representats com a resposta a la marginalització ètnica/racial, la discapacitat física, la desigualtat de classe o l'estigmatització de determinades conductes sexuals. És el cas de les masculinitats subordinades, models desvaloritzats o exclosos per l'hegemonia, com sovint ha estat el cas de les masculinitats gais, que històricament han patit violència i denigració cultural per part del model hegemònic; o les masculinitats marginades, aquelles que intersecten amb altres eixos d'opressió com la raça o la classe social⁹. Encara que poden exhibir trets masclistes, manquen del poder institucional i econòmic per ser hegemòniques.

2.3. Anàlisi històrica: La construcció de l'home tradicional

El model d'home tradicional que avui es troba en disputa és una construcció històrica situada, pròpia del món occidental modern, que es consolida especialment a partir dels processos

⁶ Connell, R. W., & Messerschmidt, J. W. *ob.cit.* p. 836

⁷ *ibid.* p.832

⁸ *ibid.* p.832

⁹ *ibid.* p.832

d'industrialització i de la separació entre l'esfera productiva i reproductiva de principis de l'era contemporània. Aquest model s'articula com un arquetip masculí centrat en el rol de proveïdor econòmic, associant la identitat masculina a la participació en el treball remunerat i a la capacitat de sostenir materialment la família. Alhora, es vincula a la figura del cap de la família nuclear heterosexual i a l'exercici d'una autoritat patriarcal legitimada tant per la dependència econòmica femenina com per les institucions socials, jurídiques i culturals que han naturalitzat aquesta divisió sexual del treball. Lluny de ser universal o atemporal, aquest model respon a unes condicions històriques i socioeconòmiques concretes que, en el context contemporani, es veuen progressivament qüestionades per les transformacions del mercat laboral, la diversificació de les formes familiars i les crítiques feministes a l'ordre de gènere establert.

Per entendre com s'ha articulat al llarg de la història aquest model de masculinitat, és important estudiar aportacions com la del sociòleg Michael Kimmel. Com a especialista en l'estudi de les masculinitats, Kimmel identifica com, als Estats Units (model exportable a gran part d'Occident), l'exercici de la masculinitat s'ha definit històricament per elements clau com l'autocontrol, l'exclusió de les dones i les minories de l'esfera pública, i la necessitat constant de provar la virilitat davant d'altres homes¹⁰.

A *Manhood in America: A Cultural History* (1996), Kimmel descriu l'autocontrol com la necessitat d'intentar controlar el cos masculí i enfortir-lo, però destaca com la manera d'exercir aquest autocontrol ha canviat amb el pas del temps. Mentre, a principis del segle XIX, l'autocontrol estava relacionat amb la masturbació, avui en dia es tracta d'anar al gimnàs, enfortir el cos i tenir-lo musculat per ser físicament immune davant qualsevol repte¹¹. Kimmel també assenyala l'exclusió com a tendència que s'explica per la premisa que, assegurant el privilegi i domini masculí sobre la dona i tot allò que es pugui percebre com a femení, l'home se sent més còmode en l'exercici de la seva masculinitat¹². Aquesta actitud ha afavorit històricament el creixement de la discriminació contra col·lectius com el d'immigrants, les dones, els negres, els jueus o els homosexuals; però encara avui en dia és cabdal per entendre l'ascens de les idees racistes, nativistes, homòfobes i misògines arreu d'occident.

¹⁰ Carabí, À., & Armengol, J. M. (2008). La masculinidad a debate. *Dialnet (Universidad De La Rioja)*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=294294> p.22

¹¹ *ibid.* p.22

¹² *ibid.* p.22

2.4. Causes de la crisi de la masculinitat hegemònica

L'aparició dels discursos reaccionaris que analitzarem en capítols posteriors no es pot entendre sense el concepte de "crisi de la masculinitat". Aquesta noció de "crisi" sorgeix quan les bases materials i culturals que sostenien el model de masculinitat tradicional s'erosionen, el que podríem considerar que està succeïnt en els últims anys des de diferents àmbits, que exposarem a continuació.

Per començar, en el terreny econòmic, la transició cap al neoliberalisme, la desindustrialització i la precarització laboral han minat en massa la capacitat de molts homes per complir l'antic rol de proveïdor únic. La pèrdua de poder adquisitiu i l'estancament dels salaris de la classe treballadora han generat una sensació de fracàs en no poder assolir l'èxit econòmic que la masculinitat tradicional prometia, provocant en molts homes el sentiment que han perdut el seu estatus hegemònic¹³.

A això se li suma que, a partir de les revolucions feministes dels anys 60 i 70, l'accés de les dones al mercat laboral i la seva autonomia sexual han desafiat directament el control masculí. Autors com Kimmel assenyalen que molts homes viuen aquests esdeveniments com un greuge, sentint que se'ls ha arrabassat un poder que creien legítim. No es tracta només d'un sentiment d'impotència, sinó de la sensació d'haver estat privats d'un dret al poder que sentien que els pertanyia, fins el punt de creure que la discriminació positiva suposa en efecte discriminació cap al col·lectiu masculí¹⁴.

En el discurs reaccionari, l'autonomia sexual femenina és percebuda no com una igualtat necessària, sinó com una "crisi d'intimitat"¹⁵, en quant se'ls és denegat el dret sobre els cossos de les dones, i una pèrdua de poder en l'esfera íntima. Kimmel descriu com en aquests casos més extrems aquest sentiment de frustració i impotència pot arribar en molts casos a la violència, però aquesta sent sempre exercida sobre qui es creu tenir dret a exercir aquest poder, és a dir, normalment dones amb qui l'home comparteix alguna mena de vincle sentimental¹⁶.

¹³ Meszaros, J. H. (2021). The manosphere, international dating and the crisis of access. *Università Degli Studi Di Genova*, 10(19). <https://doi.org/10.15167/2279-5057/ag2021.10.19.1281> p.202

¹⁴ Carabí, À., & Armengol, J. M. *ob.cit.* pp. 20-21

¹⁵ Meszaros, J. H. *ob.cit.* p.199

¹⁶ Carabí, À., & Armengol, J. M. *ob.cit.* p.21

La crisi de la masculinitat tradicional també s'articula, però, a través de la raça. Kimmel observa com l'home blanc heterosexual, històricament al cim de la piràmide social, percep l'avanç de les minories i la immigració com una amenaça directa a la seva posició, el que genera discursos nativistes on l'home immigrant és vist com un competidor deslleial o una amenaça per a les "seves" dones, fusionant el racisme amb la defensa de la masculinitat tradicional¹⁷.

2.5. El *Gender Backlash*: Una reacció cultural i política a la modernitat líquida

Per entendre l'auge dels discursos de retorn a la tradició, cal emmarcar-los dins del concepte de "*cultural backlash*" o reacció cultural. Aquesta tesi, impulsada originàriament per Pippa Norris i Ronald Inglehart, sosté que l'avanç dels valors progressistes i postmaterialistes (com el feminisme, l'ecologisme o els drets LGTBIQ+) ha generat una reacció defensiva en sectors de la població que senten que el seu estatus i els seus valors tradicionals estan sota amenaça¹⁸. Segons Norris, el *backlash* no és només una resposta al feminisme, sinó una reacció política més àmplia contra els partits d'esquerres i el *mainstream* liberal, que es percep com una elit aliena a les preocupacions de l'home comú.

Aquesta reacció té una translació directa en el comportament polític electoral. En el context de l'Europa occidental, la recerca de Gefjon Off sobre les eleccions sueques demostra com la reacció en contra dels valors progressistes s'intensifica en contextos on els temes d'igualtat de gènere adquireixen una gran prominència en el debat públic. Segons Off, quan la societat debat intensament sobre l'apoderament femení o els drets LGBTQ+, els individus amb valors de gènere conservadors perceben una amenaça a l'estatus quo i a les dinàmiques de poder tradicionals, fet que els fa molt més propensos a votar per partits de la dreta radical populista com a mecanisme de reacció cultural¹⁹.

A nivell estatal, les aportacions d'Eva Anduiza i Guillem Rico identifiquen també el sexisme modern, entès com la negació de la discriminació cap a les dones i el rebuig a les polítiques d'igualtat, com un dels predictors més potents del vot a l'extrema dreta espanyola. Segons la seva anàlisi, el sexisme no és només una predisposició cristal·litzada, sinó una actitud

¹⁷ *ibid.* p.22

¹⁸ Norris, P., & Inglehart, R. (2019). *Cultural backlash Trump, Brexit, and authoritarian populism*. <https://doi.org/10.1017/9781108595841>. pp. 32–64

¹⁹ Off, G. (2022). Gender equality salience, backlash and radical right voting in the gender-equal context of Sweden. *West European Politics*, 46(3), 451–476. <https://doi.org/10.1080/01402382.2022.2084986>. p.471

susceptible de canviar a curt termini²⁰. Així, demostren empíricament l'existència d'una dinàmica de reacció o *backlash*. L'impuls de les mobilitzacions feministes massives al país va provocar un augment del sexisme modern en determinats individus, fet que va contribuir significativament a l'emergència i èxit electoral de la dreta radical populista de Vox a Espanya com a mecanisme de reacció.

D'aquesta manera, la "manosfera" i els discursos de la *Red Pill* que s'analitzaran en els següents capítols no es poden considerar fenòmens marginals d'Internet. Per contra, presenten clares connexions amb discursos i marcs ideològics associats a la dreta radical contemporània, que utilitza la nostàlgia de la masculinitat hegemònica com una eina de mobilització electoral i de combat cultural contra el consens democràtic i igualitari contemporani.

2.6. Emergència de nous models: Les noves masculinitats

Paral·lelament a la reacció conservadora, emergeixen propostes orientades a la transformació dels models masculins. Davant la rigidesa de la masculinitat hegemònica, sovint associada a la negació de la vulnerabilitat i a una vida emocional limitada, les anomenades “noves masculinitats” (o masculinitats progressistes/inclusives) plantegen una reformulació de la identitat masculina.

Aquests models, generalment vinculats a entorns amb sensibilitat feminista i/o progressista, es caracteritzen per la incorporació de pràctiques com la corresponsabilitat en les tasques de cura, el qüestionament de la divisió sexual del treball i la participació activa dels homes en l'àmbit domèstic i familiar. En aquest sentit, autores com Nancy Chodorow han subratllat la importància dels processos de socialització i de les relacions afectives en la reproducció de les desigualtats de gènere, assenyalant que la transformació d'aquests patrons és el que pot contribuir a canvis més profunds en les estructures socials ²¹.

En contraposició a l'estoïcisme de la masculinitat tradicional, els nous models valoren també l'obertura emocional, abanderant la idea que reconèixer la vulnerabilitat pot fomentar

²⁰ Anduiza, E., & Rico, G. (2024). Sexism and the Far-Right Vote: The Individual Dynamics of Gender Backlash. *American Journal of Political Science*, 68(2), 478–493. <https://doi.org/10.1111/ajps.12759>. p. 479

²¹ Carabí, À., & Armengol, J. M. *ob.cit.* p.18

masculinitats menys opressives i més connectades²², trencant amb la por a ser jutjats per altres homes i també amb la pressió dels homes joves a ser sexualment assertius i agressius²³.

Des d'una perspectiva teòrica, Connell i Messerschmidt apunten a la possibilitat d'una "hegemonia positiva"²⁴, on models de masculinitat oberts a la igualtat amb les dones i a la democràcia de gènere esdevinguin normatius, substituint les formes tòxiques i autoritàries. Aquesta transformació no és només un canvi individual, sinó que està intrínsecament lligada als moviments socials progressistes que busquen desmantellar les estructures patriarcals de poder.

Tanmateix, cal assenyalar que aquestes propostes no estan exemptes de limitacions. La seva difusió tendeix a concentrar-se en entorns amb un capital cultural elevat i una major proximitat als discursos feministes, fet que pot restringir la seva capacitat d'incidència en altres contextos socials. A més, en determinats espais digitals, aquests models són sovint percebuts com a externs, elitistes o allunyats de les experiències quotidianes de molts homes.

Com es veurà en els capítols següents, diversos perfils discursius analitzats construeixen les noves masculinitats i el feminisme com a elements associats a institucions, elits polítiques o marcs ideològics dominants, generant així dinàmiques de rebuig que contribueixen a la polarització i reforcen les narratives pròpies del *gender backlash*.

3. ESTUDIS DE CAS

3.1. Selecció dels casos d'estudi

La selecció de les següents quatre figures respon a la necessitat de mapejar el fenomen de la "manosfera" en tota la seva complexitat. Tot i que tots operen sota el paraigües del *gender backlash*, cadascun d'ells especialitza el seu discurs en un nínxol concret, permetent una anàlisi transversal de com la tensió de gènere impregna l'economia, la llei, l'estètica i la identitat.

²² Botto, M., & Gottzén, L. (2023). Swallowing and spitting out the red pill: young men, vulnerability, and radicalization pathways in the manosphere. *Journal of Gender Studies*, 33(5), 596–608. <https://doi.org/10.1080/09589236.2023.2260318> p. 599

²³ Messner, M. (2005). The triad of violence in men's sports. In E. Buchwald, P. Fletcher, & M. Roth (Eds.), *Transforming a rape culture* (pp. 25–46). Milkweed Editions. p.43

²⁴ Connell, R. W., & Messerschmidt, J. W. *ob.cit.* p. 853

Per començar, Andrew Tate és, sens dubte, la figura més influent de la manosfera contemporània. Amb milions de seguidors a nivell mundial, el seu discurs es basa en una interpretació literal de la metàfora de la "*Red Pill*", en la qual ell es presenta com el guia que ajuda els homes a "despertar" d'una realitat (la "*Matrix*") suposadament controlada per elits feministes i globals que busquen castrar la virilitat. Analitzar el seu discurs és vital per analitzar la hipermasculinitat com a producte de consum, en tant que Tate vincula de forma indissociable l'èxit econòmic amb la dominació sexual i física.

El següent cas, el d'Amadeo Lladós, podem considerar que es tracta d'una translació dels codis de la manosfera anglosaxona al context hispà, però centrant-se en la dicotomia "guanyador/perdedor", on la masculinitat es mesura per la capacitat de generar riquesa i el control obsessiu del cos. En titllar els homes de classe treballadora de "*mileuristas*" o "*fofisanos*", està desplaçant la frustració econòmica cap a una culpa individual, permetent analitzar la dimensió de classe dins el moviment de la manosfera. És el cas perfecte per observar com el discurs reaccionari utilitza la meritocràcia per emascarar la precarietat estructural que afecta els joves, proposant una "salvació" individual a través de la disciplina masculina.

Per oferir altres punts d'anàlisi, s'ha escollit el perfil de Roma Gallardo, especialitzat en la confrontació directa amb el marc legal i institucional del feminisme a Espanya (per exemple, la Llei Integral contra la Violència de Gènere o la Llei del "Només sí és sí"). El seu mètode consisteix a utilitzar casos judicials o entrevistes de carrer per "demostrar" una suposada misàndria sistèmica. Aquest perfil és el que millor s'ajusta a les tesis d'Anduiza i Rico (2022) sobre el sexisme com a motor polític. Gallardo no ven un estil de vida (com Tate o Lladós), sinó que construeix una narrativa d'home víctima. La seva anàlisi és fonamental per entendre com es manifesta l'"*aggrieved entitlement*" descrit per Kimmel (2008); la sensació que els drets de les dones són, en realitat, privilegis que s'han obtingut a costa de la llibertat dels homes.

Per acabar, Un Tío Blanco Hetero (UTBH) representa el vessant més analític i estèticament curat de la mostra. A través d'un personatge emmascarat, utilitza un llenguatge que mimetitza el rigor acadèmic per deconstruir els conceptes del feminisme de la quarta onada. El seu focus és la crítica a les "polítiques d'identitat" i el que ell anomena l'autoritarisme *woke*. La seva inclusió en l'anàlisi permet observar en certa mesura la institucionalització del discurs reaccionari. Mentre que els altres discursos poden ser vistos com a "extrems", aquest perfil

s'esforça per semblar la "veu de la raó" o el "liberal perseguit". És un cas clau per analitzar com determinats conceptes de la teoria de gènere són capturats i reinterpretats pel discurs reaccionari per tal de buidar-los de contingut emancipador i presentar-los com a dogmes opressors.

3.2. Proposta metodològica i dimensions d'anàlisi

Per tal de dotar la investigació de rigor empíric, s'utilitzarà una anàlisi de contingut qualitativa aplicada a un corpus de 20 unitats de mostra (5 vídeos per cada perfil seleccionat: Lladós, Tate, Gallardo i UTBH). L'objectiu és observar com aquests discursos reaccionen de manera coral davant la "crisi de la masculinitat".

Per evitar l'abstracció de les categories, s'ha dissenyat una matriu que tradueix els conceptes teòrics en indicadors discursius observables. Per tant, la comparació es farà sobre la presència o absència dels següents marcs temàtics:

Taula 1. Dimensions d'anàlisi i indicadors discursius

Dimensió d'Anàlisi	Indicadors / Paraules Clau (Discurs Reaccionari)
Construcció de l'Altre (Dona)	<i>Gold digger</i> , subordinació, amenaça, mercantilització, gynocràcia, deshumanització, essencialisme
Gestió de l'Emoció	Estoïcisme, control emocional, rebuig a la vulnerabilitat, invalidació emocional, glorificació del sacrifici, agressivitat verbal
Rol Socioeconòmic	Proveïdor, <i>high value man</i> , meritocràcia, masculinitat neoliberal, èxit monetari com a virilitat, cos com a capital, antiprogressisme
Identitat i Grup	Alpha/Beta/Sigma, <i>Red Pill</i> , victimisme ("homes oprimits"), polarització, elitisme, conspiracionisme, antiinstitucionalisme, individualisme

3.3. Andrew Tate

Taula 2. Anàlisi discursiva d'Andrew Tate

16 d'agost de 2023: Andrew Tate vs Therapist ²⁵		
Dimensió d'Anàlisi	Idees Clau	Indicadors
Construcció de l'Altre (Dona)	• Dona com a objecte de desig/recompensa dins l'èxit masculí (<i>"beautiful women"</i>, <i>"female interaction"</i>), també com a subjecte que respon a l'estatus masculí (<i>"she'll be loyal to me because I'm me"</i>). • Es legitima una relació basada en autoritat: <i>"I love you so you should do this"</i>	• deshumanització • mercantilització • subordinació
Gestió de l'Emoció	• Repressió emocional i rebuig de la vulnerabilitat: <i>"I don't care if I feel miserable"</i>, <i>"how do you have time to be depressed"</i> • Reinterpretació de l'emoció en termes instrumentals (ràbia com a motor productiu) i idealització del control emocional: <i>"anger is more useful"</i>, <i>"you get unlimited motivation"</i>, <i>"decide which emotion you're going to put it in"</i>. • Rebuig de la cura externa i de l'ajuda psicològica: <i>"I don't believe in therapy"</i>, <i>"I would like to be my own doctor"</i>. • Expressió emocional com a estratègia manipuladora: <i>"emotional vulnerability (...) is basically a form of manipulation"</i>, <i>"crying (...) 99% manipulation tactic"</i>.	• control emocional • estoïcisme • rebuig a la vulnerabilitat
Rol Socioeconòmic	• Centralitat de la competició i l'èxit material com a criteri de valor: <i>"life is hyper competitive"</i>, <i>"you're"</i>	• meritocràcia

	<i>competing against every other man on Earth”, “measure success in dollars”.</i> • Concepció de la identitat masculina vinculada a poder, control i domini: <i>“I’m in charge of everything”, “I get to control absolutely everything”.</i> • Patiment com a via d’optimització productiva: <i>“life is suffering (...) the sooner you get used to it the more successful you’ll be”.</i>	• <i>high value man</i> • èxit monetari com a virilitat
Identitat i Grup	• Identitat hipermasculina basada en invulnerabilitat i excepcionalitat: <i>“I do not fail ever”, “I have no weaknesses”</i> • Autoidentificació com a figura superior, quasi messiànica: <i>“people feel good if I’m there”, “I’m fixing and helping society”, “duty to God”.</i> • Es genera una divisió entre homes forts (capaços de resistir, liderar i imposar voluntat) i la resta (febles, destinats al fracàs)	• elitisme • polarització • alpha/beta/sigma
26 de setembre de 2024: Andrew Tate Explains How To Get Girls FAST and EASY ²⁶		
Dimensió d’Anàlisi	Idees Clau	Indicadors
Construcció de l’Altre (Dona)	• Dona com a objecte de competició entre homes: <i>“you’re competing against other men”, “you’ll be able to have any girl you want”.</i> • Estereotips que la defineixen com a emocionalment dependent i orientada al drama: <i>“women (...) are addicted to drama”.</i>	• mercantilització • deshumanització • subordinació

Gestió de l'Emoció	• Desqualificació dels homes que no compleixen l'ideal: <i>"you're a loser"</i>. • L'home ha de ser capaç de resoldre tots els problemes: <i>"fix all of her problems"</i>	• estoïcisme • control emocional • rebuig a la vulnerabilitat
Rol Socioeconòmic	• Associació entre valor masculí i èxit econòmic/social: <i>"as rich as possible"</i>, <i>"better man (...) higher tiers"</i>. • Discurs meritocràtic que individualitza el fracàs: <i>"you have to improve yourself"</i>.	• <i>high value man</i> • meritocràcia • èxit monetari com a virilitat
Identitat i Grup	• Construcció jeràrquica de la identitat masculina (guanyadors vs. <i>"losers"</i>). • Emergència de victimisme estructural (<i>"the game is rigged (...) for men"</i>), coherent amb l'<i>aggrieved entitlement</i>.	• alpha/beta/sigma • victimisme ("homes oprimits") • polarització
23 de gener del 2026: Andrew Tate x Jack Neel Podcast (2026 Interview) ²⁷		
Dimensió d'Anàlisi	Idees Clau	Indicadors
Construcció de l'Altre (Dona)	• Dona com a element potencial de risc i control dins d'una lògica conspirativa: <i>"get someone near me who's weak psychologically that they can lean on"</i>, <i>"she might even stab me in my sleep"</i>. • Es presenta com a instrument manipulable per tercers i no com a subjecte autònom.	• amenaça • deshumanització • mercantilització
Gestió de l'Emoció	• Control emocional i menyspreu cap a la debilitat (<i>"mentally ill"</i>, <i>"idiots"</i>, <i>"retards"</i>). Només els individus forts i racionals poden escapar del sistema.	• estoïcisme • control

	· Narrativa de fredor estratègica en la pròpia autorepresentació (càlcul del risc, control del discurs per evitar represàlies).	emocional · rebuig a la vulnerabilitat
Rol Socioeconòmic	· Reforç de la lògica meritocràtica extrema (<i>"most people are exactly where they belong"</i>). Èxit i fracàs es presenten com a conseqüència directa de les decisions individuals, negant factors estructurals. · Elit (<i>"top"</i>, <i>"people in charge of the world"</i>) com a espai al qual només accedeixen els més capaços.	· proveïdor · <i>high value man</i> · èxit monetari com a virilitat
Identitat i Grup	· Visió conspirativa del món: <i>"there are no lone wolves"</i>, <i>"everything is controlled"</i>. · Identitat dual: masses ignorants i manipulables (<i>"people suck"</i>, <i>"they're trapped"</i>) i minoria conscient (on s'autoinclou). · Narrativa de missió i sacrifici personal: <i>"I tried to help you"</i>, <i>"I deserve gratitude"</i>	· polarització · conspiracionisme · victimisme ("homes oprimits")
24 de gener del 2026: Andrew Tate Gives Girls A REALITY CHECK On What Men ACTUALLY Want In A Relationship! ²⁸		
Dimensió d'Anàlisi	Idees Clau	Indicadors
Construcció de l'Altre (Dona)	· Dona com a ésser orientat a la dependència: <i>"you are evolutionarily designed to find a man who can provide for you when you are pregnant"</i>. · Valoració positiva de la ingenuïtat, submissió i manca d'experiència: <i>"men like naivety"</i>, <i>"lack of experiences"</i>, <i>"she's been everywhere... unattractive"</i>.	· mercantilització · subordinació · <i>gold digger</i>

Gestió de l'Emoció	• Masculinitat basada en control, superioritat i validació externa: <i>"I want to be the man", "I want her to say thank you"</i>. • Empatia substituïda per una lògica instrumental i competitiva.	• estoïcisme • control emocional • rebuig a la vulnerabilitat
Rol Socioeconòmic	• Reducció del valor social al capital econòmic: <i>"money is the only game", "the scorecard is cash"</i>. • Masculinitat centrada exclusivament en la provisió econòmica: <i>"that's all men are supposed to do"</i>. • Visió mercantil de les relacions (<i>"everything in life is transactional"</i>), justificació del <i>"gold digging"</i> com a contracte legítim.	• proveïdor • <i>high value man</i> • èxit monetari com a virilitat
Identitat i Grup	• Polarització forta entre homes i dones, homes com a proveïdors racionals, dones com a selectores interessades: <i>"all girls are gold diggers, some hide the shovel"</i>. • Jerarquia moral i sexual: homes valoren submissió i castedat, dones han d'"optimitzar-se" per atraure'ls.	• polarització • alpha/beta/sigma • elitisme
19 d'abril del 2026: Andrew Tate Tells Clavicular The Hard Truth... ²⁹		
Dimensió d'Anàlisi	Idees Clau	Indicadors
Construcció de l'Altre (Dona)	• Cosificació i instrumentalització reproductiva: <i>"girl of the day", "she might be the girl of the week if she behaves"</i>. • Reducció de la dona a funció reproductiva: <i>"give me a child or go away", "if she's not giving you children (...) she's winning"</i>.	• mercantilització • <i>gold digger</i> • amenaça

	• Construcció com a subjecte problemàtic i consumista: <i>“modern women are completely out of control”, “it’s the women that are expensive”</i>. • Representació com a oportunista i manipuladora: <i>“they’re going to try and extort you”, “claim rape”</i>.	
Gestió de l'Emoció	• Control emocional i rebuig implícit de la vulnerabilitat: <i>“if you have to take drugs to talk to a girl, she ain’t worth it”</i>. • Fortalesa com a resistència a pressions externes: <i>“be yourself (...) don’t let any of these people [affect you]”</i>.	• estoïcisme • control emocional • rebuig a la vulnerabilitat
Rol Socioeconòmic	• Reducció de les relacions familiars a lògica econòmica: <i>“children are a fantastic return on investment”, “they pay you”</i>. • Paternitat concebuda com a acumulació de capital humà: <i>“I’m gonna have 20 sons working for me”</i>. • Reforç del rol masculí com a proveïdor/gestor, control econòmic sobre la dona: <i>“I’ll give a girl half a million (...) that’s all you’re getting”</i>. • Centralitat de l'estatus, diners i poder: <i>“the only thing that matters is status and power and money”</i>.	• proveïdor • <i>high value man</i> • èxit monetari com a virilitat
Identitat i Grup	• Identitat basada en estatus i dominació: <i>“status maxing”, “SMV maxer”</i>. • Deslegitimació d'altres models masculins: <i>“wife guy (...) simp losers”</i>. • Narrativa d'ascens individual i meritocràcia extrema: <i>“I come from nothing (...)”</i>.	• alpha/beta/sigma • polarització • elitisme

3.4. Amadeo Lladós

Taula 3. Anàlisi discursiva d'Amadeo Lladós

4 de març del 2024: De LAVAR PLATOS a ser MULTI MILLONARIO ³⁰		
Dimensió d'Anàlisi	Idees Clau	Indicadors
Construcció de l'Altre	• Construcció d'un "altre" col·lectiu com a ignorant, passiu o manipulat: <i>"la gente está dormida en la Matrix", "la gente está muy dormida"</i>. • Deslegitimació del sistema educatiu i institucional: professors universitaris sense valor perquè "no han fet diners". • Societat incompetent estructuralment: <i>"la gente no sabe solucionar sus problemas"</i>	• subordinació • deshumanització • essencialisme
Gestió de l'Emoció	• Control extrem i supressió de vulnerabilitat: <i>"no pienso en mí", "no bebo alcohol, no me drogo, no salgo de fiesta"</i>. • Patiment com a motor de creixement: <i>"tienes que pasar hambre, dormir menos, hacer ejercicio"</i>.	• glorificació del sacrifici • control emocional • rebuig a la vulnerabilitat
Rol Socioeconòmic	• Associació directa entre valor personal i èxit econòmic visible: <i>"He hecho un millón al mes"</i>, cotxes de luxe en efectiu, mansió, rellotges cars... • Desqualificació del coneixement acadèmic davant l'experiència empresarial: <i>"los profesores no han creado empresas"</i>.	• meritocràcia • <i>high value man</i> • èxit monetari com a virilitat
Identitat i Grup	• Construcció d'un jo hiperautònom, auto-creat i infal·lible: <i>"no he fallado nunca", "he conseguido"</i>	• individualisme • antiinstitucionalisme

	<i>todo lo que he dicho</i>”. • Identitat basada en disciplina absoluta i absència de dependència: “<i>no necesito a nadie</i>”.	sme • <i>Red Pill</i>
21 de maig del 2025: Lladros Motivacion Crea la Persona Admiras y Respetas ³¹		
Dimensió d'Anàlisi	Idees Clau	Indicadors
Construcció de l'Altre	• L’“altre” és un subjecte col·lectiu despersonalitzat: “<i>la gente</i>”, “<i>plebeyo</i>”, “<i>el 99%</i>”, associat a ignorància espiritual, manca de disciplina i dependència emocional del desig. • Lògica d’alterització epistemològica i moral: es divideix entre “desperta” i “enganyats per la matrix”.	• subordinació • deshumanització • essencialisme
Gestió de l'Emoció	• Model de desafecció emocional radical: “<i>no desear nada</i>”, “<i>estar en paz</i>”, “<i>no tener miedo</i>”. Desig com a pèrdua de connexió amb Déu i amb la “veritat”. • Dolor com a instrument diví de correcció moral: “<i>el dolor que Dios quiere</i>”, “<i>arrepentimiento</i>”.	• estoïcisme • control emocional • rebuig a la vulnerabilitat
Rol Socioeconòmic	• Generar riquesa equival a alinear-se amb un ordre moral superior. • Èxit material (mansió, cotxes de luxe,...) com a materialització visible d’un estat interior: “<i>tú ya eras eso antes de tenerlo</i>”. • Fracàs econòmic atribuït a defectes interns (ego, falta de disciplina, manca de fe), no a estructures socials.	• meritocràcia • <i>high value man</i> • èxit monetari com a virilitat
Identitat i Grup	• Jerarquia tripartida de la realitat: físic → mental → espiritual, on només el nivell espiritual dona	• <i>Red Pill</i>

	veritable comprensió del món. • Identitat de mediador entre Déu i els individus: <i>“despertar”, “salvar”, “instrumento de Dios”</i>. • Aparició d’una lògica sectarista d’iniciació: només qui “creu abans de veure” pot accedir a la veritat. Ruptura amb l’entorn social com a condició de creixement.	• polarització • conspiracionisme
1 de juny del 2025: “El Plan de Dios es Perfecto” - Lladros Motivacion ³²		
Dimensió d’Anàlisi	Idees Clau	Indicadors
Construcció de l’Altre	• Construcció d’un “altre” degradat i moralment inferior: <i>“perdedores”, “inútil”, “una panza sin dinero”, “blando”</i>. • Estigmatització d’estils de vida no productius (oci, festa, masturbació): <i>“vas a dejar de pajearte como una nena”, “discotecas como los perdedores”</i>. • Pressió social invertida, la crítica externa es redefineix com a prova de superioritat: <i>“me preocuparía si están de acuerdo conmigo”</i>.	• subordinació • deshumanització • essencialisme
Gestió de l’Emoció	• Rebuig explícit de dependència emocional: <i>“dejas de depender emocionalmente de todo el mundo”</i>. • Exaltació de la solitud com a fase necessària i superior: <i>“la mejor fase de todas”</i>. • Legitimització del patiment com a via d’autoconstrucció: <i>“sacrifica 5 años”, “el sufrimiento te prepara”</i>. Negació del malestar com a problema i reinterpretació com a oportunitat espiritual.	• estoïcisme • glorificació del sacrifici • control emocional

Rol Socioeconòmic	• Associació directa entre valor personal i èxit econòmic i estètic: <i>“Lamborghini”</i>, capacitat de pagar, cos normatiu (rebuig del sobrepès). • Disciplina com a mecanisme d’acumulació i legitimació: <i>“levántate a las 4:30”</i>, <i>“alineá toda tu vida con el objetivo”</i>. • Facàs atribuït a manca de voluntat: <i>“no vais a hacer nada”</i>, <i>“te estás mintiendo”</i>.	• meritocràcia • èxit monetari com a virilitat • cos com a capital
Identitat i Grup	• Construcció d’un jo escollit i excepcional: <i>“eres especial”</i>, <i>“tienes una misión”</i>. • Component espiritual legitimador: <i>“todo es voluntad de Dios”</i>, <i>“Dios está en mí”</i>. • Eliminació de l’atzar i determinisme providencial: <i>“no hay casualidades”</i>.	• individualisme • elitisme • conspiracionisme
29 de juliol del 2025: LLADOS Motivacion Crea una Mente Millonaria ³³		
Dimensió d’Anàlisi	Idees Clau	Indicadors
Construcció de l’Altre (Dona)	• Dona instrumentalitzada dins lògiques de validació masculina (<i>“tu mujer que está deliciosa”</i>), reduïda a objecte de desig i recompensa dins l’èxit masculí. • Dona vincula indirectament amb temptacions que cal controlar (<i>“mujeres, alcohol, sexo... te destruyen”</i>), visió de la dona com a risc o distracció.	• amenaça • mercantilització • subordinació
Gestió de l’Emoció	• Rebuig de la vulnerabilitat i exaltació del control i l’autoexigència: <i>“no necesito a nadie”</i>, <i>“eres débil si dependes emocionalmente”</i>. • Glorificació del patiment i l’esforç extrem: <i>“empezar a sufrir cada día”</i>, <i>“la mayor</i>	• control emocional • rebuig a la vulnerabilitat

	<i>bendición es sufrir</i> ". · Disciplina hiperproductiva (reducció del descans: <i>"dormir 8 horas es de pobres"</i>)	· glorificació del sacrifici
Rol Socioeconòmic	· Èxit monetari com a mesura de valor i legitimitat: <i>"cuántos Lambos tienes", "mansión de 20 millones"</i> . · Exaltació de l'individu autosuficient com a únic responsable del seu èxit o fracàs.	· <i>high value man</i> · èxit monetari com a virilitat · meritocràcia
Identitat i Grup	· Superioritat basada en resultats, menyspreu cap a la "plebe" (<i>"pobres", "perdedores"</i>), i legitimitat moral a través de l'èxit. · Component doctrinal i exclusiu (camí únic, alineació total, fe) que reforça la separació entre els que "entenen" i els que no.	· alpha/beta/sigma · polarització · elitisme
5 d'abril del 2026: Vlog de un MultiMillonario en Miami Amadeo Lladós ³⁴		
Dimensió d'Anàlisi	Idees Clau	Indicadors
Construcció de l'Altre	· Desqualificació explícita de col·lectius considerats inferiors: <i>"mileuristas", "plebeyos", "panzas"</i> . · Ofensa com a eina de transformació: <i>"voy a trabajar duro para ver cómo (...) puedo ofenderos más para que podáis cambiar"</i> . · Distinció entre "homes de veritat" i altres formes de vida considerades inferiors: <i>"los hombres de verdad ponen la pasta"</i>	· subordinació · deshumanització · essencialisme
Gestió de l'Emoció	· Repressió i resignificació del patiment com a condició necessària: <i>"tienes que sufrir", "la vida</i>	· glorificació del sacrifici

	<i>siempre es difícil</i> ". · Normalització de la pressió i l'estrès com a filtre d'accés a l'èxit: <i>"la presión no está hecha para todo el mundo"</i> .	· control emocional · rebuig a la vulnerabilitat
Rol Socioeconòmic	· Centralitat dels diners, èxit material i consum (cotxes, luxe, viatges) · Meritocràcia i responsabilització individual: <i>"todo el mundo puede ganarse cualquier nivel"</i> . · Legitimització del risc econòmic com a prova d'autenticitat: <i>"los hombres de verdad ponen la pasta"</i> .	· proveïdor · <i>high value man</i> · èxit monetari com a virilitat · meritocràcia
Identitat i Grup	· Construcció d'un subjecte excepcional i amb missió: <i>"este mensaje tiene que llegar al mundo entero"</i> . · Legitimització d'autoritat basada en experiència personal i comunitat pròpia. · Narrativa d'autosuperació basada en sacrifici, risc i diferenciació respecte a la massa.	· individualisme · elitisme · polarització

3.5. Roma Gallardo

Taula 4. Anàlisi discursiva de Roma Gallardo

15 de juliol de 2019: PREGUNTANDO SOBRE MACHISMO Feminismo 4.0 ³⁵		
Dimensió d'Anàlisi	Idees Clau	Indicadors
Construcció de l'Altre (Dona)	· Negació o relativització de les experiències de violència o desigualtat de gènere: <i>"a mí también me</i>	· amenaça

	<i>tocaron el culo</i>”, “<i>eso es machismo también?</i>”. • Concepte d’“<i>hembrismo</i>” com a equivalent del masclisme per neutralitzar l’anàlisi estructural . • Confusió conceptual deliberada entre mala educació individual i violència de gènere estructural: “<i>es mala educación</i>”.	• gynocràcia • essencialisme
Gestió de l'Emoció	• Deslegitimació de la reacció emocional davant agressions o incomoditats: “<i>le diría enhorabuena</i>”, “<i>es mala educación</i>”. • Reducció del problema a percepció individual enlloc de fenomen social.	• rebuig a la vulnerabilitat • invalidació emocional • estoïcisme
Rol Socioeconòmic	• Negació/relativització de desigualtats estructurals en l'àmbit laboral: “<i>cuando piden hombres es machismo y cuando piden mujeres también</i>” • Rebuig implícit de conceptes com el sostre de vidre • Individualització de les decisions empresarials: “<i>libertad de una empresa para contratar a quien quiera</i>”	• meritocràcia • masculinitat neoliberal • antiprogressisme
Identitat i Grup	• Marc discursiu que presenta la societat com “confosa”, desacreditant categories analítiques com feminisme o masclisme: “<i>la gente está confundida</i>” • Narratives de simetria de greuges que poden alimentar percepcions de victimisme masculí. • Deslegitimació del feminisme com a extrem: “<i>machismo y feminismo son cosas extremas</i>”.	• victimisme (“homes oprimits”) • antiinstitucionalisme • elitisme

27 d'agost de 2024: ZASCAS A FEMINISTA por ROMA GALLARDO 2024 ³⁶

Dimensió d'Anàlisi	Idees Clau	Indicadors
Construcció de l'Altre (Dona)	- Definició essencialista i biologicista de la dona: <i>“una mujer es un homo sapiens hembra”</i> - Negació de la identitat de gènere i deslegitimació de les dones trans: <i>“no es una mujer... sus aparatos reproductores son de macho”</i> - Comparació amb categories animals (<i>“macho y hembra”</i>) per reforçar una visió naturalitzada i fixa - Funció reproductiva com a criteri de validació: <i>“solo te puedes reproducir con un macho”</i>	- essencialisme - deshumanització - mercantilització
Gestió de l'Emoció	- Invisibilització de la dimensió emocional o vivencial de la identitat: <i>“no es lo que yo considere, es que no es”</i> - To interrogatiu i confrontatiu com a forma de control del relat.	- estoïcisme - rebuig a la vulnerabilitat - invalidació emocional
Rol Socioeconòmic	- Introducció d'un argument d'escassetat de recursos per excloure: exemple del ginecòleg (<i>“10 plazas... esta persona ocupa una de ellas”</i>) - Priorització d'un model normatiu de cos com a base d'organització social.	- masculinitat neoliberal - meritocràcia - cos com a capital
Identitat i Grup	- Identitat basada en la possessió de la “veritat” objectiva davant un altre percebut com a incoherent. - Polarització entre biologia (veritat) i identitat (opinió): <i>“no es lenguaje... es realidad”</i> - Desacreditació de la llei: <i>“la ley dice... pero no es la realidad”</i>.	- polarització <i>Red Pill</i> - antiinstitucionalisme

8 de març de 2026: DOMO a PERIODISTA FEMINISTA y LO GRABO TODO / Parte 2 Entrevista La Sexta Equipo de investigación 8M ³⁷		
Dimensió d'Anàlisi	Idees Clau	Indicadors
Construcció de l'Altre (Dona)	• Posada en dubte de testimonis de dones en denúncies: <i>“no se sabe si fue como ellas relatan”</i>. • Desplaçament del focus cap als mitjans: <i>“la absurdez de cómo se trató la noticia”</i> • Construcció de l'altre com a subjecte emocionalment esbiaixat o poc fiable.	• amenaça • mercantilització • subordinació
Gestió de l'Emoció	• Deslegitimació de l'impacte emocional del discurs: <i>“no soy responsable de lo que tú hagas con ello”</i>. • Normalització del conflicte com a entreteniment: <i>“todo lo que aflore conflictos (...) causa más impacto”</i>.	• estoïcisme • rebuig a la vulnerabilitat • invalidació emocional
Rol Socioeconòmic	• Reconeixement explícit que la controvèrsia genera benefici econòmic: <i>“los vídeos que más me generaron son los de controversia política”</i>. • Mercantilització del debat polític i social com a entreteniment rendible.	• masculinitat neoliberal • èxit monetari com a virilitat • meritocràcia
Identitat i Grup	• Construcció d'un jo desvinculat de responsabilitat col·lectiva: <i>“yo soy responsable de mi vida, no de la gente”</i>. • Discursiva basat en relativisme (qüestionament de dades, estudis, conceptes com “machosfera”). • Deslegitimació del coneixement acadèmic: <i>“los estudios (...) no tienen que ver conmigo”</i>.	• individualisme • polarització • antiinstitucionalisme

14 d'abril de 2026: VECINOS SEVILLANOS EXPLOTAN! SE JUNTAN Y EXPULSAN A ILEGALES DE SUS CALLES ³⁸		
Dimensió d'Anàlisi	Idees Clau	Indicadors
Construcció de l'Altre	• Construcció de l'altre com a amenaça i element expulsable: <i>“expulsar a los gorrillas”, “echar a patadas a toda la gente que da el mínimo problema”</i>. • Discurs xenòfob implícit (<i>“vete a tu país”</i>), menció de <i>“magrebí”</i> associat a delinqüència. • Deshumanització generalitzada: <i>“basura que predomina”, “cáncer para el mundo”, “parásitos”</i>.	• deshumanització • subordinació • amenaça
Gestió de l'Emoció	• Expressió d'ira, frustració i menyspreu com a forma legítima: <i>“me alegro profundamente”, “España ya está perdida”, “el barco se hunde”</i>. • Legitimització de la violència com a resposta (<i>“echar a patadas”</i>). • Ridiculització i sarcasme constant cap a altres actors socials.	• invalidació emocional • agressivitat verbal
Rol Socioeconòmic	• Associació entre inseguretat i necessitat de consum privat (alarmes, càmeres, ...) vinculada al discurs de por: <i>“riesgos que tienes”</i>. • Construcció d'una societat en decadència per culpa de conductes “improductives”. • Elogi implícit de models polítics excloents (<i>“Hungria (...) limpios de socialistas”</i>).	• masculinitat neoliberal • meritocràcia • antiprogressisme
Identitat i Grup	• Construcció d'un “nosaltres” moralment superior enfront d'un “ells” degradat: <i>“gente normal”</i> vs.	• polarització

	<i>“ineptos”, “inútiles”.</i> · Discurs apocalíptic que legitima la retirada o fugida: <i>“vamos a irnos a un sitio limpio de todo esto”.</i>	· alpha/beta/sigma · antiinstitucionalisme
17 d’abril de 2026: DEFIENDO A ANA MORGADE Y AL BODY POSITIVE Y A LAS PANZAS ³⁹		
Dimensió d’Anàlisi	Idees Clau	Indicadors
Construcció de l’Altre (Dona)	· Cos femení convertit en objecte de burla: <i>“menea la panza”, “tres sonrisas”, “bigote de Dalí”.</i> · Deslegitimació del moviment <i>body positive</i>: <i>“lo que pretendéis (...) es que la gente deje de emitir juicios negativos”.</i> · Culpa personal per “descuidar-se”: <i>“es normalizar que una persona se descuide”.</i>	· deshumanització · subordinació · mercantilització
Gestió de l’Emoció	· Legitimització del judici extern i del menyspreu com a inevitables: <i>“la gente seguirá con gustos”.</i> · Rebuig de la validació col·lectiva o empatia: <i>“no va a pasar”.</i> · Discurs agressiu com a forma d’expressió emocional: <i>“pedazo analfabeta disfuncional”.</i> · Individualització de la gestió emocional: <i>“arréglate tú”.</i>	· invalidació emocional · rebuig a la vulnerabilitat · agressivitat verbal
Rol Socioeconòmic	· Defensa d’un ideal normatiu de cos: <i>“se pueden solucionar”, “deciden cuidarse”.</i> · Meritocràcia corporal: invisibilització de factors socials o vitals (maternitat, temps, recursos...).	· masculinitat neoliberal · cos com a capital

	· Crítica a l'ús de recursos públics per visibilitzar cossos no normatius: <i>"no necesito ver un cuerpo desnudo en la televisión pública"</i>.	· meritocràcia
Identitat i Grup	· Construcció d'un jo que es defineix per oposició i superioritat moral: desqualificació constant de l'altre · Legitimització del criteri propi com a racional i universal: <i>"esto no es normalizar nada"</i>. · Visió fixa de la realitat: Discurs que reforça jerarquies estètiques i socials.	· polarització · elitisme · antiinstitucionalisme

3.6. Un Tío Blanco Hetero

Taula 5. Anàlisi discursiva d'Un Tío Blanco Hetero

27 d'agost de 2025: "EI ACTIVISMO es POSTUREO": SOTO IVARS HACE EXPLOTAR a AFRA BLANCO en DIRECTO ⁴⁰		
Dimensió d'Anàlisi	Idees Clau	Indicadors
Construcció de l'Altre (Dona)	· Deslegitimació i ridiculització de dones activistes: <i>"charos", "poseídas", "ridículas"</i>. · Construcció de l'activisme feminista/progressista com a performance buida: <i>"forma narcisista de hacer activismo", "pose para quedar bien"</i>.	· deshumanització · subordinació · amenaça
Gestió de l'Emoció	· Deslegitimació de l'expressió emocional: <i>"ponerse a gritar como una poseída", "berrear", "objeto de burla", "terapia del grito"</i>. · Polarització amb insults directes: <i>"subnormales", "paletos"</i>.	· rebug a la vulnerabilitat · invalidació emocional · agressivitat verbal

Rol Socioeconòmic	· Crítica a l'activisme com a estratègia de posicionament social: <i>"te da puntos en el carnet de progre"</i>, <i>"quedar bien"</i>. · Construcció del progressisme com a classe cultural ("pijiprogre") desvinculada de problemes reals. · Reducció de causes complexes (Palestina, violència de gènere, habitatge...) a "moda" o "checklist ideològic": <i>"check, check, check"</i>.	· masculinitat neoliberal · antiprogressisme
Identitat i Grup	· Construcció d'un "nosaltres" racional vs. un "ells" caricaturitzat: <i>"pijiprogre"</i>, <i>"causas de moda"</i>. · Etiquetes ideològiques i estigmatització creuada: <i>"fascista"</i>, <i>"rojo pastillado"</i>. · Causes socials interpretades com a instruments d'identitat de grup més que com a problemes reals.	· polarització · <i>Red Pill</i> · antiinstitucionalisme
20 de novembre de 2025: ASÍ ACABÓ CON LA HEGEMONÍA FEMINISTA: CHARLA CON JUAN SOTO IVARS ⁴¹		
Dimensió d'Anàlisi	Idees Clau	Indicadors
Construcció de l'Altre (Dona)	· Construcció de la dona com a subjecte potencialment manipulador del sistema legal: <i>"denuncia falsa o instrumental"</i>, <i>"recomendaría a una mujer... poner una denuncia ... el riesgo... es cero y los beneficios potenciales"</i>, <i>"me quiero llevar al niño... denuncia"</i> · Dones com a competidores que perjudiquen altres víctimes: <i>"poniendo una señora por delante en la cola de una maltratada de verdad"</i>.	· amenaça · gynocràcia · <i>gold digger</i>
Gestió de	· Rebuig de l'apel·lació emocional associada al	· estoïcisme

I'Emoció	feminisme: “<i>tirar las asesinadas en la cara</i>”, “<i>voy a tirar números para imponerme en el debate</i>”. • Frustració i indignació masculina com a reacció legítima: “<i>se me llevaban los demonios</i>”, “<i>no se puede razonar</i>”, “<i>te hacen la vida imposible</i>”. • Deslegitimació mitjançant insults i patologització: “<i>la otra es una loca sin paliativos</i>”.	• rebuig a la vulnerabilitat • agressivitat verbal
Rol Socioeconòmic	• Es presenta el sistema institucional com a esbiaixat en favor de les dones: “<i>ayudas automáticas</i>”, “<i>industria judicial</i>”, “<i>justicia gratuita para ellas</i>”, “<i>él paga abogados</i>” • Construcció de l'home com a subjecte perjudicat pel sistema: pèrdua de feina, habitatge, recursos...: “<i>le echan del piso, pierde el trabajo</i>”.	• masculinitat neoliberal • antiprogressisme
Identitat i Grup	• Construcció d'una identitat col·lectiva masculina en clau de greuge: “<i>los problemas de los hombres son culpa suya</i>”, “<i>los hombres afectados</i>”. • Polarització discursiva: “nosaltres” (racionals, silenciats) vs. “ells” (feminisme institucional, dominant). • Narrativa de silenciament i censura: “<i>no hay opción a debatir</i>”, “<i>te destruyen</i>”.	• victimisme (“homes oprimits”) • polarització • antiinstitucionalisme
7 de gener de 2026: Los PROGRES ENLOQUECEN y MUESTRAN su VERDADERA CARA ⁴²		
Dimensió d'Anàlisi	Idees Clau	Indicadors
Construcció de l'Altre	• Immigrants com a font de conflicte i inseguretat: “<i>si vienes a este país y robas, agredes, violas...</i>”.	• amenaça

	• Legitimització de la deportació com a resposta “natural” i universal. • Representació de l’esquerra com a hipòcrita i irracional: <i>“empatía suicida”</i>, <i>“máscara de virtud”</i>.	• deshumanització • essencialisme
Gestió de l'Emoció	• Discurs fortament emocional basat en la indignació, la confrontació i el menyspreu: <i>“si vas a casa de alguien y te cagas en el fregadero...”</i>. • Legitimització de la ràbia com a resposta racional. • Rebuig de l’empatia: <i>“empatía suicida”</i>.	• rebuig a la vulnerabilitat • invalidació emocional • agressivitat verbal
Rol Socioeconòmic	• Marc socioeconòmic centrat en la competència per recursos i seguretat: immigració presentada com a pressió sobre barris i serveis. • Legitimització d’un model d’ordre i control social (expulsió, regulació estricta).	• masculinitat neoliberal • antiprogressisme
Identitat i Grup	• “Nosaltres” (realistes, valents, anti-hipocresia) vs. “ells” (progressistes, manipuladors, ingenuus). Denúncia d’un discurs dominant fals que cal desemmascarar. • Denúncia de censura injusta d’opinions: <i>“esto se consideraba xenófobo”</i>.	• polarització • <i>Red Pill</i> • victimisme (“homes oprimits”)
10 de març de 2026: ASÍ HA SIDO el 8M más DESQUICIADO de la HISTORIA ⁴³		
Dimensió d’Anàlisi	Idees Clau	Indicadors
Construcció de l'Altre (Dona)	• Ridiculització i caricaturització de l’activisme feminista: <i>“simios agresivos”</i>, <i>“involucionado 20 o 30 millones de años”</i>, <i>“locos”</i>, <i>“imbécil”</i>, <i>“charo”</i>	• deshumanització • subordinació

	• Reducció del feminisme a histerisme col·lectiu i manca de racionalitat: “<i>no tienen diálogo</i>”, “<i>NPCs</i>” • Construcció d'un enemic ideològic associat a agressivitat i incoherència.	• amenaça
Gestió de l'Emoció	• Legitimització de la pròpia agressivitat verbal (burla, sarcasme, insults...) com a resposta a la suposada irracionalitat aliena. • Oposició entre “Nosaltres” (calmats, racionals) i “ells” (emocionals, descontrolats). • Ridiculització de l'expressió emocional feminista (crits, protestes) com a prova de bogeria.	• agressivitat verbal • invalidació emocional • control emocional
Rol Socioeconòmic	• Deslegitimació del feminisme com a moviment social útil: “<i>el feminismo ha fracasado</i>” • Ridiculització de conceptes com “privilegis masculins” (exemple del compte al restaurant) i negació de desigualtats estructurals. • Construcció del feminisme institucional com a espai incoherent i hipòcrita (crítica a polítics i figures públiques).	• masculinitat neoliberal • antiprogressisme
Identitat i Grup	• “Nosaltres” (crítics, racionals, observadors externs) versus “ells” (feministes, esquerra, “progres”). • Ús reiterat d'etiquetes deslegitimadores: “<i>fascista</i>” atribuït a l'altre però reinterpretat com a absurd. • Narrativa de decadència del grup oposat: “<i>solo queda la peña loca</i>”). • Percepció que el discurs dominant (feminista/progressista) és irracional i imposat.	• polarització • antiinstitucionalisme • victimisme (“homes oprimits”)

21 d'abril de 2026: La SECTA SOCIALISTA se REÚNE en ESTE EVENTO para HACER un RIDÍCULO HISTÓRICO ⁴⁴		
Dimensió d'Anàlisi	Idees Clau	Indicadors
Construcció de l'Altre (Dona)	• Deshumanització i ridiculització de dones activistes i figures públiques: <i>“petarda”, “pava”, “subnormal”, “alien”, “filias psicóticas”</i>. • Deslegitimació de les denúncies de violència digital (IA, <i>deepfakes</i>) com a exageració/distracció. • Marc alternatiu que associa violència sexual amb immigració: desplaçament del focus i insinuació de biaix ideològic feminista.	• deshumanització • gynocràcia • amenaça
Gestió de l'Emoció	• Forta càrrega emocional basada en la burla i el menyspreu: <i>“es una locura”, “demencia”</i> • Rebuig de l'emocionalitat feminista (empatia institucional qualificada de buida): <i>“hablas demasiado para lo poco que haces”</i>. • Ira masculina legitimada com a resposta a la suposada hipocresia política i mediàtica.	• agressivitat verbal • rebuig a la vulnerabilitat • invalidació emocional
Rol Socioeconòmic	• Construcció d'un relat de manipulació institucional i mediàtica: <i>“incorpora demandas como el Terminator”</i>. • Deslegitimació de polítiques públiques feministes (IA, prostitució) com a gestos simbòlics o hipòcrites. • Introducció d'un marc competitiu de problemes socials: es prioritzen altres factors (immigració, criminalitat) davant del focus feminista.	• masculinitat neoliberal • antiprogressisme

Identitat i Grup	· “Nosaltres” (crítics, realistes, antiestablishment) vs. “ells” (feminisme, progressisme, institucions). · Narrativa de superioritat: acusació constant de “bulos”, “demagogia” a l’altre mentre es desacredita la seva capacitat intel·lectual. · Percepció que el discurs dominant (feminista/progressista) manipula la realitat i que cal desemmascarar-lo. · Generalització dels homes com a acusats injustament: “<i>porque son hombres</i>”.	· polarització · victimisme (“homes oprimits”) · antiinstitucionalisme
-------------------------	--	--

4. RESULTATS I DISCUSSIÓ

L’anàlisi dels quatre casos evidencia l’existència d’un marc discursiu compartit, articulat dins d’una lògica de *gender backlash*, en què el feminisme es construeix com una amenaça estructural. Tanmateix, aquest marc no es manifesta de manera homogènia, sinó que s’expressa a través d’estratègies diferenciades segons el tipus de discurs i el posicionament de cada creador.

Pel que fa a la construcció de l’alteritat femenina, tots quatre perfils comparteixen una representació de la dona com a element desestabilitzador de l’ordre de gènere, però divergeixen en la forma concreta que adopta aquesta alteritat. En el cas d’Andrew Tate, aquesta es construeix en termes explícitament instrumentals i de dominació, en què la dona esdevé un objecte de consum i un indicador del valor masculí, mesurat a través del control sexual i econòmic. En contrast, Amadeo Lladós reproduceix una jerarquia implícita en què la dona apareix com a recompensa vinculada a l’èxit masculí, mantenint així una lògica de validació externa.

Per la seva banda, Roma Gallardo i Un Tío Blanco Hetero desplacen la construcció de l’alteritat cap a un nivell més polititzat. En el cas de Gallardo, la dona és representada com a subjecte privilegiat dins del sistema institucional, especialment en l’àmbit legal, a través de narratives que reforcen la percepció de greuge i discriminació masculina. UTBH, en canvi,

construeix una alteritat més abstracta, en què la dona apareix vinculada al feminisme com a projecte ideològic hegemònic.

La gestió de l'emoció constitueix un altre element central de diferenciació entre els perfils. En contrast amb altres casos, Andrew Tate canalitza el malestar a través de la ràbia i l'afirmació, transformant-lo en una narrativa de poder i dominació que rebutja explícitament la vulnerabilitat. Amadeo Lladós, en canvi, reconverteix aquesta frustració en disciplina individual, reformulant-la com a resultat d'una manca d'esforç personal i evitant així qualsevol lectura estructural del conflicte.

Per la seva banda, Roma Gallardo mobilitza l'emoció a través del ressentiment i la indignació, especialment en relació amb les institucions, articulant una narrativa de greuge que connecta amb la teoria de Kimmel. UTBH adopta una estratègia diferent, basada en la racionalització del discurs, en què l'emoció es dilueix sota una aparença analítica. Tanmateix, aquesta racionalització no elimina el component emocional, sinó que el canalitza a través de la crítica intel·lectual al feminisme. Malgrat aquestes diferències, tots els perfils comparteixen una tendència a negar o reconfigurar la vulnerabilitat, reinterpretant-la com a debilitat o manca de disciplina.

En la dimensió socioeconòmica, els discursos analitzats evidencien una forta vinculació entre masculinitat i posició econòmica, especialment en un context marcat per la precarització. Tant Tate com Lladós associen directament el valor masculí amb l'èxit econòmic, però ho fan a través de marcs diferents. Tate construeix un model aspiracional basat en l'acumulació de riquesa com a forma de legitimar la dominació social i sexual, mentre que Lladós reformula aquesta relació en clau meritocràtica, desplaçant la responsabilitat del fracàs cap a l'individu i proposant l'autodisciplina com a única via de mobilitat.

En contrast, Roma Gallardo i UTBH articulen aquesta dimensió des d'una lògica més polititzada. Gallardo connecta la pèrdua d'estatus masculí amb les polítiques d'igualtat i amb el marc institucional, reforçant la idea d'una alteració injusta de l'equilibri socioeconòmic. UTBH, per la seva banda, suggereix que el feminisme influeix en la configuració de les oportunitats socials i professionals, tot i que de manera més implícita.

Ara bé, de l'anàlisi es desprèn que l'antifeminisme no opera en el buit, sinó que s'entrellaça estretament amb eixos d'interseccionalitat com la classe social i la raça. La "tensió" experimentada per la masculinitat tradicional utilitza l'ansietat econòmica i la xenofòbia per

reforçar la percepció d'amenaça. D'una banda, el discurs d'Amadeo Lladós es troba profundament marcat pel classisme, adreçant constants desqualificacions a la classe treballadora etiquetant-los de "milleuristes" o "plebeus". Aquesta estratègia permet desplaçar la frustració econòmica cap a un fracàs de responsabilitat purament individual. D'altra banda, en els discursos de figures com Roma Gallardo i Un Tío Blanco Hetero, el rebuig progressista incorpora directament discursos d'ordre xenòfob, vinculant de manera deliberada i explícita la immigració amb la delinqüència, els robatoris i el perill. Amb aquesta amalgama retòrica, la mansferra reforça la idea que l'home autòcton, blanc i treballador està sent simultàniament atacat en tots els seus fronts vitals.

Finalment, la construcció de la identitat col·lectiva permet acabar d'entendre la dimensió política dels discursos analitzats. En tots els casos, s'articula una divisió clara entre un "nosaltres", format per homes que es perceben desplaçats o en crisi, i un "ells", associat al feminisme, les institucions i les elits polítiques. Tanmateix, la configuració concreta d'aquest antagonisme varia entre perfils. Andrew Tate construeix un "nosaltres" en oposició a unes elits globals, en una narrativa de caràcter conspiratiu que transforma el ressentiment en un estil de vida aspiracional. Amadeo Lladós, en canvi, articula una identitat basada en la diferenciació entre "guanyadors" i "perdedors", centrada en la superació individual. Per contra, Roma Gallardo desenvolupa una identitat de víctima col·lectiva enfront del sistema institucional, mentre que UTBH construeix un "nosaltres" intel·lectualment dissident, oposat a un consens ideològic percebut com a dominant.

En conjunt, aquestes diferències evidencien que, tot i compartir un marc discursiu comú, els perfils analitzats articulen la tensió entre masculinitat i canvi social a través de registres diversos, que van des de l'individualisme meritocràtic fins a la politització explícita del conflicte. Aquesta heterogeneïtat reforça la idea que el *gender backlash* no constitueix un fenomen homogeni, sinó un conjunt de respostes diverses davant la transformació de les relacions de gènere.

5. CONCLUSIONS

A partir de l'anàlisi realitzada, i donant resposta directa a la pregunta de recerca plantejada, la tensió entre els models de noves masculinitats i els discursos reaccionaris de retorn a la tradició es manifesta fonamentalment com una disputa profundament política per l'hegemonia semàntica i el significat de la identitat masculina. Els creadors de l'esfera digital actuen instrumentalitzant aquesta tensió per buidar de contingut els avenços democràtics i igualitaris, bastint una realitat discursiva en la qual l'home hegemònic, històricament al centre del poder, es presenta avui com la nova gran víctima del sistema social.

Els resultats de l'anàlisi discursiva confirmen, en gran mesura, les aportacions del marc teòric desenvolupat al llarg del treball. En primer lloc, la teoria de la masculinitat hegemònica de R. W. Connell es reflecteix clarament en la voluntat dels discursos analitzats de restaurar o reforçar aquest model en un context percebut com a crisi de la identitat masculina. Tant en les seves formes més explícites com en formulacions més implícites, s'observa una reafirmació dels valors tradicionals vinculats al domini, l'autosuficiència, l'èxit econòmic i el control emocional.

En segon lloc, el concepte d'*aggrieved entitlement* formulat per Michael Kimmel es manifesta especialment en aquells discursos que interpreten la pèrdua relativa d'estatus masculí com una forma d'injustícia social. En aquest marc, els avenços en matèria d'igualtat són representats no com un procés d'ampliació de drets, sinó com una dinàmica de desposseïció masculina. De manera complementària, la teoria del *cultural backlash* permet entendre aquests discursos com a reaccions davant l'expansió i institucionalització dels valors progressistes. La vinculació recurrent entre feminisme, institucions i elits polítiques reforça aquesta interpretació i evidencia la dimensió política del conflicte analitzat.

En relació amb les potencials vies de transformació, l'estudi permet constatar els límits i dificultats del projecte de les "noves masculinitats". En sorgir habitualment des de postures associades al progressisme i en entorns amb alt capital cultural, l'obertura emocional o la corresponsabilitat proposades pels nous models corren el risc de ser percebudes com un dictat elitista, llunyà a la quotidianitat i la precarietat de molts homes. Aquesta és precisament l'esquerra que els perfils reaccionaris ataquen contínuament, deslegitimant activament les "noves masculinitats" i associant l'abandonament dels preceptes tradicionals amb la feblesa, la submissió o el ridícul. Paral·lelament, aquests tipus de discursos articulen narratives

capaces de connectar experiències individuals de frustració o inseguretat amb marcs polítics i culturals més amplis, especialment a través de la vinculació entre feminisme, institucions i elits.

En aquest sentit, la tensió analitzada no pot entendre's únicament com un conflicte de caràcter cultural, sinó com l'expressió d'un procés més ampli de reconfiguració de les relacions de poder en les societats contemporànies. Tal com suggereix la literatura sobre *gender backlash*, aquests discursos operen com a mecanismes de reacció davant els avenços en igualtat i contribueixen a la politització del malestar masculí, amb implicacions rellevants tant en l'àmbit social com en el polític.

Així mateix, cal reconèixer les limitacions metodològiques del present treball. L'estudi s'ha articulat al voltant de l'anàlisi qualitativa d'una mostra específica i limitada de vint peces audiovisuals. Tot i que aquesta aproximació permet desxifrar amb prou precisió les narratives d'aquests líders digitals, per entendre l'abast global del fenomen caldria que futures línies d'investigació integressin aportacions relatives als processos de radicalització en línia, així com a les dinàmiques algorítmiques que afavoreixen la circulació i amplificació d'aquest tipus de continguts.

En definitiva, la tensió entre les noves masculinitats i els discursos reaccionaris es manifesta com una disputa pel significat de la identitat masculina en les societats contemporànies. Mentre que les primeres promouen models basats en la igualtat, la vulnerabilitat emocional i la transformació de les relacions de gènere, els segons articulen narratives de resistència que connecten el malestar individual amb marcs ideològics i polítics més amplis. Aquesta disputa no és només cultural, sinó també profundament política, i la seva evolució dependrà, en gran mesura, de la capacitat dels diferents actors socials per disputar l'hegemonia discursiva en l'entorn digital.

BIBLIOGRAFIA

- Anduiza, E., & Rico, G. (2024). Sexism and the Far-Right Vote: The Individual Dynamics of Gender Backlash. *American Journal of Political Science*, 68(2), 478–493. <https://doi.org/10.1111/ajps.12759>
- Bederman, G., & Kimmel, M. (1997). Manhood in America: A Cultural History. *Contemporary Sociology a Journal of Reviews*, 26(1), 20. <https://doi.org/10.2307/2076574>
- Botto, M., & Gottzén, L. (2023). Swallowing and spitting out the red pill: young men, vulnerability, and radicalization pathways in the manosphere. *Journal of Gender Studies*, 33(5), 596–608. <https://doi.org/10.1080/09589236.2023.2260318>
- Carabí, À., & Armengol, J. M. (2008). La masculinidad a debate. *Dialnet (Universidad De La Rioja)*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=294294>
- Connell, R. W., & Messerschmidt, J. W. (2005). Hegemonic Masculinity: Rethinking the Concept. *Gender and Society*, 19(6), 829–859. <http://www.jstor.org/stable/27640853>
- Corbett, K. (2009). Boyhood femininity, gender identity disorder, masculine presuppositions, and the anxiety of regulation. *Psychoanalytic Dialogues*, 19(4), 353–370. <https://doi.org/10.1080/10481880903088484>
- Kimmel, M. (2008). Profiling school shooters and shooters' schools: The cultural contexts of aggrieved entitlement and restorative masculinity. In B. Agger & T. W. Luke (Eds.), *There is a gunman on campus: Tragedy and terror at Virginia Tech* (pp. 65–78). Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- Messner, M. (2005). The triad of violence in men's sports. In E. Buchwald, P. Fletcher, & M. Roth (Eds.), *Transforming a rape culture* (pp. 25–46). Milkweed Editions.
- Meszaros, J. H. (2021). The manosphere, international dating and the crisis of access. *Università Degli Studi Di Genova*, 10(19). <https://doi.org/10.15167/2279-5057/ag2021.10.19.1281>

- Nash, M. (2004). Mujeres en el mundo: historia, retos y movimientos. *Virtual Defense Library* (Ministerio De Defensa). <https://bibliotecavirtual.defensa.gob.es/BVMDefensa/es/consulta/registro.do?id=723569>
- Norris, P., & Inglehart, R. (2019). *Cultural backlash Trump, Brexit, and authoritarian populism*. <https://doi.org/10.1017/9781108595841>
- Off, G. (2022). Gender equality salience, backlash and radical right voting in the gender-equal context of Sweden. *West European Politics*, 46(3), 451–476. <https://doi.org/10.1080/01402382.2022.2084986>
- Ranea, B. (2021). Desarmar la masculinidad. *Los Libros de La Catarata*. <https://www.perlego.com/book/2655338/desarmar-la-masculinidad-los-hombres-ante-la-era-del-feminismo-pdf>.
- Scott, J. W. (1986). Gender: A Useful Category of Historical Analysis. *The American Historical Review*, 91(5), 1053–1075. <https://doi.org/10.2307/1864376>

CORPUS AUDIOVISUAL ANALITZAT:

- ²⁵ David Sutcliffe. (2023, 16 agost). *Andrew Tate vs Therapist (Round 2)* [Vídeo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=sYj0exUT_Mw
- ²⁶ Think Truly. (2024, 26 setembre). *Andrew Tate Explains How To Get Girls FAST and EASY* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=iNs8dDQ0jaA>
- ²⁷ Jack Neel. (2026, 23 gener). *Andrew Tate x Jack Neel Podcast (2026 Interview)* [Vídeo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=YjZaLqC9_z8
- ²⁸ *Andrew Tate Gives Girls A REALITY CHECK On What Men ACTUALLY Want In A Relationship!* (2026, 24 gener). [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=O1EhBPhD95s>
- ²⁹ *Andrew Tate Tells Clavicular The Hard Truth...* (2026, 19 abril). [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=vFaojY85X1U>

- ³⁰ Jorge Serratos. (2024, 4 març). *De LAVAR PLATOS a ser MULTI MILLONARIO | Llados #274 SINERGÉTICOS* [Vídeo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=Y_dz7mujfLs
- ³¹ Llados University. (2025, 21 maig). *Llados MOTIVACION | Crea la persona admiras y respetas* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=9DYZnVQ3-aM>
- ³² Tu1millionmain. (2025, 1 juny). *“El Plan de Dios es Perfecto” - Llados Motivacion* [Vídeo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=f_hKjuiAoEM
- ³³ Llados University. (2025, 29 juliol). *LLADOS Motivacion | Crea una mente millonaria* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=WflzSB1xlUM>
- ³⁴ Llados University. (2026, 5 abril). *Vlog de un MultiMillonario en Miami | Amadeo Llados* [Vídeo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=LHXUJi6qy_s
- ³⁵ Roma Gallardo. (2019, 15 juliol). *PREGUNTANDO SOBRE MACHISMO PRIMERA PARTE | Feminismo 4.0* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=ZrFOC8GXXO4>
- ³⁶ Roma Gallardo. (2024, 27 agost). *ZASCAS A FEMINISTA por ROMA GALLARDO 2024* [Vídeo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=u3j_GWcIo3Q
- ³⁷ Roma Gallardo. (2026, 8 març). *DOMO a PERIODISTA FEMINISTA y LO GRABO TODO / Parte 2 Entrevista La Sexta Equipo de investigación 8M* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=6Vf6cqfaCH4>
- ³⁸ Roma Gallardo. (2026, 14 abril). *VECINOS SEVILLANOS EXPLOTAN! SE JUNTAN y EXPULSAN a ILEGALES DE SUS CALLES* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=7iqLkWStLu0>
- ³⁹ Roma Gallardo. (2026, 17 abril). *DEFIENDO a ANA MORGADE y AL BODY POSITIVE y a LAS PANZAS* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=neLGAiTjIv0>
- ⁴⁰ Un Tío Blanco En Directo. (2025, 27 agost). *«El ACTIVISMO es POSTUREO»: SOTO IVARS HACE EXPLOTAR a AFRA BLANCO en DIRECTO | UTBED* [Vídeo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=_OM-36o4OKo

- ⁴¹ Un Tio Blanco Hetero. (2025, 20 novembre). *ASÍ ACABÓ CON LA HEGEMONÍA FEMINISTA: CHARLA CON JUAN SOTO IVARS | UTBH* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=rKu5q5rr7lg>
- ⁴² Un Tio Blanco Hetero. (2026, 7 gener). *Los PROGRES ENLOQUECEN y MUESTRAN su VERDADERA CARA | UTBH* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=56TCERGXxts>
- ⁴³ Un Tio Blanco Hetero. (2026, 10 març). *ASÍ HA SIDO el 8M más DESQUICIADO de la HISTORIA | UTBH* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=k8wQn6POUsw>
- ⁴⁴ Un Tio Blanco Hetero. (2026, 21 abril). *La SECTA SOCIALISTA se REÚNE en ESTE EVENTO para HACER un RIDÍCULO HISTÓRICO | UTBH* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=uGq4n1yMg0A>