

## **LOS HOMBRES QUE ODIAN A LAS MUJERES. INCELS, ARTISTAS DE LA SEDUCCIÓN Y OTRAS SUBCULTURAS MISÓGINAS ONLINE** *Laura Bates. Editorial Capitán Swing, Madrid. 2023. Páginas 381.2*

Se acaba de publicar *Los hombres que odian a las mujeres. Incels, artistas de la seducción y otras subculturas misóginas online*, de Laura Bates (Capitán Swing, Madrid). La escritora británica se dio a conocer tras crear el famoso blog *Everyday Sexism Project* en 2012. Este portal online tenía el objetivo de conformar un espacio donde las mujeres se sintieran cómodas para denunciar anónimamente situaciones de sexismo, abusos o vejaciones. Después del gran triunfo de este proyecto, Laura Bates publica en 2014 su primer trabajo titulado *Sexismo cotidiano*, lanzado en el contexto hispanohablante por la editorial Capitán Swing.

En la introducción del presente libro, Bates parte de la constatación de que vivimos en un mundo en el que numerosos hombres sienten un odio visceral por las mujeres, expresándose en muchos casos mediante comunidades masculinas accesibles a través de la red. Lo paradójico de esta situación, nos aclara la autora en las primeras páginas de la obra, es que hablar mal de la masculinidad en su esta-

do actual es considerado un ataque frontal y generalizado a los propios hombres, quienes se sienten ofendidos, cabreados e incomprensidos (p. 13).

De cara a clarificar el objetivo principal de esta investigación, la escritora británica precisa que al margen de algunos comentarios o conversaciones reducidas, la mayoría de las personas desconocen los numerosos grupos de varones que se dan cita en la red. El conjunto de los grupos masculinos en la red que serán estudiados en este libro compone la *manosphere* [en castellano, machoesfera]. Como nos advierte la autora, la machoesfera es minimizada hasta el absurdo, observada como un conjunto de grupos integrados por pequeños círculos de personas con un sistema de creencias y estilo de vida propio, pero prácticamente inofensivos (p. 15).

Es realmente interesante advertir que ya en la introducción se menciona una cuestión que será capital a lo largo de la investigación: la estrecha relación del ecosistema de los grupos masculinos en

la red con comunidades de supremacistas blancos. En virtud de dar respuesta al objeto de estudio, Bates analiza la forma en la que se han expandido estos grupos, formando una poderosa telaraña de blogs, foros, chats, y cuentas en redes sociales, resultando enormemente sencillo el acercamiento de los jóvenes.

La motivación de la autora para desarrollar esta investigación procede de la cantidad de insultos que ha recibido desde que creó su plataforma en 2012: “Me sigue desde los platós de televisión, donde me han visto en las noticias, de manera que al llegar a casa y abrir el portátil me encuentro con mensajes de hombres que hablan de usar mi pelo como si fuera un manillar y violarme hasta la muerte” (p. 17).

Además, la autora afirma que desde que empezó hace más de ocho años a hablar sobre sexismo con jóvenes en los centros escolares de Reino Unido nunca había encontrado mayor reticencia a estas ideas como en estos momentos: “Me decían que los hombres eran las auténticas víctimas en una sociedad en la que la corrección política se había salido de madre” (p. 18).

La metodología de este trabajo es enteramente cualitativa. La autora se sumerge e indaga por plataformas y cuentas de la machoesfera con un perfil falso de un varón desorientado, pero con problemas para relacionarse con personas del sexo contrario. Con esta metodología se busca responder fundamentalmente tres preguntas de investigación: “¿Qué es lo que acerca a los chicos y a los hombres a esa ideología?, ¿cómo se difunde?, ¿qué necesitaremos para combatirla?” (p. 19).

En el primer capítulo (pp. 21-74), la escritora británica aborda la comunidad *incel* [en castellano, célibes involuntarios], un grupo del que mucha gente no ha oído hablar o desconoce sus características, sistema de creencias o estilo de vida. Se trata de la comunidad masculina más violenta dentro de la machoesfera. En los

últimos años, esta comunidad ha experimentado un crecimiento sin parangón, coincidiendo con el auge de la cuarta ola feminista.

Los *incels*, como el resto de los grupos de la machoesfera, defienden un rito de iniciación: tomar la pastilla roja. Este gesto hace referencia a la película *Matrix*, cuando el protagonista, Neo, debe decidir si tomar la pastilla roja y acabar con la mentira impuesta por las máquinas y conocer toda la verdad, o tomar la pastilla azul, que le haría ver el mundo que le rodea como antes, sin cambios: “Los *incels* usan la metáfora de la pastilla roja para describir el momento en que a un hombre se le cae la venda de los ojos y comprende de pronto que llevan mintiéndole toda la vida” (p. 25).

Los *incels* sienten una obsesión febril con el sexo y una profunda desolación y rencor cuando se les niega, de ahí su nombre: célibes involuntarios. Su particularidad reside en que consideran que son las mujeres quienes los privan de sexo. Mantienen la teoría del 80-20, que consiste en creer que el 20% de los hombres más atractivos de nuestra sociedad disfrutan del 80% de los encuentros sexuales. De este modo, el mercado sexual está determinado por la voluntad de las mujeres que insisten en tener sexo únicamente con hombres atractivos, viéndose a sí mismos sin valor sexual o capital erótico, encadenados a una vida de insatisfacción: “si la autonomía sexual ha otorgado a las mujeres un control maléfico y tiránico sobre la vida de los hombres, la liberación femenina es la raíz de todo sufrimiento de los hombres” (p. 39).

En el segundo capítulo (pp. 75-109) se habla de la comunidad que lleva por nombre artistas de la seducción. Este grupo representa una industria mundial exitosa donde se estima que su valor ha ascendido a una cifra algo superior a los cien millones de dólares. La diferencia con los *incels* reside en que gozan de buena salud en la prensa mundial.

A pesar de compartir algunas similitudes con los *incels*, por ejemplo, la tajante división entre hombres y mujeres, o que el sexo heterosexual es la cúspide para los hombres, mantienen diferencias de peso, ya que, mientras que los *incels* insisten en que el juego está amañado y que los hombres están condenados a sufrir un eterno agravio sexual, los artistas de la seducción consideran que aprendiendo la combinación secreta y exacta se puede acceder al deseo femenino. En cualquier caso, en las dos comunidades se observa a las mujeres como objetos cosificados y deshistorizados, un sujeto reducido a lo caricaturesco, sin humanidad (p. 90).

En el tercer capítulo (pp. 111-132), la autora nos presenta la comunidad de “hombres que hacen su propio camino” [Las siglas en inglés de *Men Going Their Own Way* (MGTOW)]. A diferencia de otros grupos de la machoesfera, proponen renunciar a cualquier tipo de contacto con las mujeres. Se trata de alejarse lo máximo posible de ellas, mantener el mínimo contacto: “Están obsesionados con abstenerse de mantener relaciones sexuales o de otro tipo y son más propensos a hacerse daño a sí mismos que a las mujeres que los rodean” (p. 112).

En el interior de esta comunidad, los integrantes comparten la animadversión por establecer contacto con las mujeres, sobre todo, centrándose en el peligro que supone para un hombre, pues regularmente realizan falsas acusaciones de violencia sexual o de género para perjudicarlos, robarles, o por venganza. Ante semejante situación, lo mejor es un alejamiento consciente: “Además del miedo a las falsas acusaciones de violación, la comunidad de los hombres que siguen su propio camino gira en torno a otra preocupación: el riesgo de que su genio masculino se vea comprometido si lo contamina la mediocridad femenina” (p. 116).

El cuarto capítulo (pp. 133-164) tiene

el objetivo de exponer las particularidades de los activistas por los derechos de los hombres [en inglés, MRA]. El nombre de la comunidad es nítido: la preocupación por los problemas que asolan a los hombres en la actualidad. Para comprender realmente qué buscan los activistas por los derechos de los hombres, es conveniente detenernos brevemente en el libro de Warren Farrell de 1993, padre intelectual de este grupo: *The Myth of Male Power* [El mito del poder masculino]. En este trabajo, Farrell insiste que el condicionante del género afecta más a los varones, puesto que existe mayor tasa de suicidios en hombres, la esperanza de vida es menor, los hombres padecen más enfermedades mentales, los cánceres son más agresivos entre la población masculina o que los varones asumen mayor carga económica tras un divorcio.

En el quinto capítulo (pp. 165-207) se aborda una de las acciones antifeministas más empleadas en el mundo digital: el troleo de género. A los trols se los ve como figuras divertidas, con ocurrencias diarias que son graciosas o que no causan animadversión, sin embargo, son sujetos malvados que buscan el acoso sistemático a mujeres protegidos por el anonimato de las redes: “Los trols se diferencian de otros grupos de la machoesfera en que puede resultar útil pensar en el término “troleo” más como una acción que como una identidad, como un verbo más que como un sustantivo” (p. 166).

En el sexto capítulo (pp. 207-224) se presenta el error que, según la autora, supone entender a estos hombres separados del resto de varones. Esto supone un error porque la machoesfera no solo actúa en internet, sino que mantiene contacto y se presenta inextricablemente entrelazada con agentes mediáticos o con organizaciones de supremacistas: “Quiéren ver a las mujeres sometidas como vasallas, como objetos usados fundamentalmente para el placer sexual masculino

y la reproducción: dóciles, obedientes y serviles” (p. 208).

En el séptimo capítulo (pp. 225-268) se presenta una de las cuestiones más cruciales de esta investigación: la existencia líderes de opinión y personalidades políticas que de manera inteligente y muy soterrada popularizan la ideología de la píldora roja. A esta técnica de comunicación política se la conoce como el silbato del perro, es decir, la presentación de un lenguaje perfectamente codificado que persigue unos intereses políticos e ideológicos camuflados (p. 226).

En el octavo capítulo (pp. 269-292) se da cuenta de cómo los discursos producidos en la machoesfera se filtran en el espacio mediático a través de redes como Twitter, en muchas ocasiones conducidos por trols, por ejemplo, el contradiscurso al #MeToo que tuvo por nombre #Him-Too.

En el noveno capítulo (pp. 293-329), la autora alerta de cómo los discursos que normalizan la violencia sexual se están extendiendo. En este intento de normalizar la violencia sexual una de las plataformas que más se emplea y que mayor tráfico de información y visualizaciones genera es YouTube.

El décimo y último capítulo (pp. 331-376) concluye confirmando que la problemática presentada en la investigación no tiene una solución única y sencilla, sin embargo, para solventar este grave

problema es conveniente arrojar luz sobre los espacios donde no se está actuando, allí dónde están las lagunas. Algunas de las medidas que la autora considera prioritarias en nuestro contexto son el cuestionamiento de los rígidos sistemas de valores asociados al género, ofrecer soluciones para el tipo de problemas que los activistas por los derechos de los hombres explotan como justificación para generar odio contra las mujeres, exigir mayor flexibilidad entre los padres y madres y mucha pedagogía en las escuelas.

En definitiva, esta investigación es relevante porque insiste en que si queremos acabar con la lacra de la misoginia online y el extremismo masculino se requiere conformar un cambio radical en nuestra comprensión de la masculinidad. Los hombres han perdido los medios tradicionalmente asentados para afirmar su masculinidad. Debemos dar una respuesta adecuada y afirmativa a una problemática que es real: el sentimiento masculino de agravio generalizado: “no hemos sido necesariamente eficaces a la hora de comunicar esas críticas ni de ofrecer visiones alternativas, realistas y positivas de la masculinidad” (p. 366).

DAVID DEL PINO DIAZ  
Universidad Antonio de Nebrija  
dpino@nebrija.es