

Análisis de las estrategias discursivas empleadas en la construcción de discurso antifeminista en redes sociales

Analysis of discursive strategies used in the construction of the anti-feminist discourse in social networks

Jordi Bonet-Martí

Universitat de Barcelona, Barcelona, España

* jordi.bonet@ub.edu

Recibido: 29-junio-2019

Aceptado: 19-septiembre-2020

RESUMEN

El antifeminismo se ha convertido en un discurso cada vez más presente en las redes sociales; sin embargo, son todavía pocas las investigaciones que aborden su desarrollo en el área iberoamericana. Este artículo tiene por finalidad dar cuenta de las prácticas discursivas empleadas por el antifeminismo para asociar las movilizaciones feministas del 8 de marzo a la expansión de la pandemia de la COVID-19 en España. Para ello, se desarrolla un análisis crítico del discurso de las publicaciones realizadas en Twitter durante los meses de marzo y abril de 2020 con el fin de visibilizar e identificar las estrategias empleadas para establecer dicha asociación. Del análisis realizado, se evidencian las similitudes y diferencias entre el discurso antifeminista tradicional de base religiosa y las nuevas formas de antifeminismo vinculadas a las opciones de derecha populista, y se infiere que este nuevo antifeminismo se articula como un contramovimiento que hace un uso estratégico de las retóricas de la intransigencia y de los mecanismos de propagación del rumor a fin de fundamentar prácticas desdemocratizadoras.

Palabras clave: análisis crítico del discurso, antifeminismo, contramovimiento, COVID-19, posverdad

ABSTRACT

Anti-feminism has become a discourse increasingly present on social networks, however there is still little research that addresses its development in the Ibero-American region. This article aims to give an account of the discursive practices used by anti-feminism to associate the feminist mobilizations of the 8th of March with the expansion of the COVID-19 pandemic in Spain. The article is based on a critical discourse analysis of the publications on Twitter during the months of March and April 2020, in order to visualize and identify the strategies used to establish such association. From the analysis carried out, the similarities and differences between the traditional religiously based anti-feminist discourse and the new forms of anti-feminism linked to the options of the populist right are evident, and it is inferred that this new anti-feminism is articulated as a counter-movement that makes a strategic use of the intransigence rhetoric and the mechanisms of propagation of rumor in order to support de-democratizing practices.

Keywords: anti-feminism, counter-movement, COVID-19, critical discourse analysis, post-truth

Financiamiento: Proyecto SeGReVUni (RTI2018-093627-B-I00), co-financiado por el Ministerio de Economía, Industria y Competitividad y la Unión Europea, dentro del Programa Estatal de I+D+i Orientada a los Retos de la Sociedad 2018.

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



Publicado bajo licencia [Creative Commons Attribution International 4.0 License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Este artículo tiene por finalidad analizar e identificar las prácticas discursivas que sostienen la emergencia de un nuevo discurso antifeminista en las redes sociales. Si bien, el estudio del antifeminismo ha generado una notable literatura en el área anglosajona (Anderson, 2015; Chunn et al., 2007; Tarrant & Howard, 2000) y francófona (Bard, 1999; Blais & Dupuis-Déri, 2012; Lamoureux, 2015), su desarrollo en el área iberoamericana es todavía incipiente. La mayoría de investigaciones publicadas se circunscriben o bien a estudios históricos y literarios (Aguado & Ortega, 2011), o bien al análisis de actores en los procesos de producción de políticas públicas (Alonso & Paleo, 2017), obviando su configuración discursiva. Así mismo, no existen trabajos que aborden el análisis del discurso antifeminista online en español, a pesar de que el desarrollo de las redes sociales ha comportado un auge de la retórica y la violencia antifeminista (Engler, 2017), tal y como se evidencia en el estudio conducido por Ananias y Sánchez (2019) en que un 73,6% de las activistas chilenas encuestadas declararon haber padecido algún tipo de violencia a través de internet. También como muestra de la importancia del antifeminismo en la región, cabe destacar los trabajos de Aguiar y Pereira (2019) y de Payne y Souza Santos (2020) para el caso brasileño, en que se analizan la reacción antifeminista vinculada a la presidencia de Jair Bolsonaro; así como Kampwirth (2008) para el caso nicaragüense de la presidencia de Daniel Ortega, y Zedillo (2019) para el caso mexicano.

Para desarrollar nuestra investigación, nos hemos basado en un análisis crítico del discurso de aquellas publicaciones realizadas en Twitter durante los meses de marzo y abril de 2020 que responsabilizaron a las manifestaciones feministas de causar la expansión de la COVID-19 en España. Sin entrar en valoraciones epidemiológicas o jurídicas, que no constituyen el objeto de este artículo, nuestro objetivo es conocer cuáles han sido las estrategias discursivas empleadas por el antifeminismo para establecer dicha asociación. Las preguntas de investigación que nos planteamos son las siguientes:

¿Cómo se representa discursivamente al movimiento feminista desde el antifeminismo en las redes sociales?
 ¿De qué estrategias discursivas se sirve el antifeminismo para asociar las movilizaciones feministas del 8 de marzo a la expansión de la pandemia de la COVID-19 en España?
 ¿Cuáles son las diferencias y similitudes entre el discurso antifeminista analizado y los antifeminismos anteriores?

Hemos estructurado el artículo en cuatro apartados: en el primero, se revisa el desarrollo del antifeminismo como contramovimiento social; en el segundo, se presenta el diseño metodológico de la investigación basado en un análisis crítico del discurso con perspectiva feminista; en

el tercero, se exponen las principales estrategias discursivas identificadas y en el cuarto, se exponen la discusión de resultados y las conclusiones del artículo.

El antifeminismo

Desde principios de la década de los 90, estamos asistiendo a la emergencia de un nuevo discurso antifeminista en la esfera pública internacional auspiciado por el auge de los partidos de derecha populista radical y las agrupaciones cristianas conservadoras (Biroli & Caminotti, 2020). Este antifeminismo se caracteriza por su oposición a las formas organizativas, las políticas, las ideas y las personas que propugnan la igualdad y la emancipación de las mujeres (Lamoureux & Dupuis-Déri, 2019).

No obstante, el antifeminismo no es un fenómeno nuevo. Su desarrollo histórico ha corrido de forma paralela al del movimiento feminista a través de sus diferentes olas. Así, durante la segunda mitad del siglo XIX, el antifeminismo se encarnó en el antisufragismo, un movimiento formado por hombres y mujeres que se oponía a las demandas de sufragio universal, en tanto consideraban que la extensión de los derechos políticos a las mujeres representaba una amenaza al denominado modelo de familia tradicional cristiana. (Marshall, 1985). El antisufragismo se desarrolló principalmente en los países anglosajones, allí donde existía previamente un movimiento sufragista, y encontró en la prensa escrita de la época un canal de expresión para atacar las propuestas pro-sufragio como contrarias a la moral cristiana y para representar a las activistas feministas como locas e histéricas (Goodier, 2013).

Tras el paréntesis de la Segunda Guerra Mundial, se produce un renacer del antifeminismo coincidiendo con la segunda ola del feminismo en Estados Unidos. Durante este periodo, el antifeminismo norteamericano orienta su discurso contra la aprobación de la enmienda de igualdad de derechos (Equal Rights Amendment, ERA), que promovía la igualdad jurídica para todos los ciudadanos sin importar su sexo (Coste, 2010). Este movimiento de oposición se caracterizó por una defensa de los roles tradicionales de género, aduciendo que la aprobación de la ERA resultaría perjudicial para el conjunto de las mujeres, especialmente para aquellas que no participan del mercado laboral remunerado o que perciben ayudas del estado (Soule & Otzak, 2004). Este antifeminismo de segunda ola no encontrará su correlato en España, que durante ese periodo se encontraba bajo la dictadura franquista.

A principios de los años 80, coincidiendo con el surgimiento de la tercera ola feminista, surge un nuevo antifeminismo de cariz religioso impulsado por la nueva

derecha cristiana (New Christian Right) como reacción a las políticas de igualdad de oportunidades. A diferencia de sus expresiones anteriores, este antifemenismo se caracteriza por plantear su propuesta política en términos de lucha por la hegemonía cultural en el marco de la denominada “revolución conservadora” durante la presidencia de Ronald Reagan, obteniendo su mayor apoyo en los canales de televisión dirigidos por las congregaciones evangélicas conservadoras (Faludi, 1991). Si bien, esta nueva corriente del antifeminismo aparece inicialmente vinculada al conservadurismo evangélico norteamericano, el ascenso al papado de Juan Pablo II propicia su posterior expansión en el ámbito católico. Una muestra de ello, la encontramos en la Carta Apostólica *Mulieres Dignitatem* (1988), en que se advierte que:

la justa oposición de la mujer frente a lo que expresan las palabras bíblicas «él te dominará» (Gén 3, 16) no puede de ninguna manera conducir a la «masculinización» de las mujeres. La mujer -en nombre de la liberación del «dominio» del hombre- no puede tender a apropiarse de las características masculinas, en contra de su propia «originalidad» femenina (Juan Pablo II, 1988).

En los años 90, esta confrontación entre jerarquía eclesiástica y feminismo se traslada a los foros internacionales a raíz de la oposición del Consejo Mundial de Iglesias al reconocimiento de los derechos sexuales y reproductivos en la Conferencia de Población y Desarrollo de El Cairo de 1994 y en la Cuarta Conferencia Mundial de la Mujer de Beijing de 1995. De este modo, en el documento de Reservas de la Santa Sede a las conclusiones de la Conferencia de El Cairo, el Vaticano manifiesta su oposición a “los métodos de planificación familiar que la Iglesia católica considera moralmente inaceptables, o sobre los servicios de planificación familiar que no respetan la libertad de los esposos, la dignidad humana y los derechos humanos de las personas interesadas” (Santa Sede, 1994). Durante el papado de Benedicto XVI, la oposición a la teoría feminista se hace todavía más explícita en consonancia con el giro conservador y la mayor atención a las cuestiones doctrinales que dicho pontífice imprime a su apostolado. Por ejemplo, en el Discurso a la curia Romana con motivo de las felicitaciones de Navidad, se incluye una referencia explícita a la teoría feminista para denunciar la denominada “falacia de la ideología de género” como amenaza a la naturaleza humana:

Si hasta ahora habíamos visto como causa de la crisis de la familia un malentendido de la esencia de la libertad humana, ahora se ve claro que aquí está en juego la visión del ser mismo, de lo que significa realmente ser hombres. Cita una afirmación que se ha hecho famosa de Simone de Beauvoir: «Mujer no se nace, se hace» (“On ne naît pas femme, on le devient”). En estas

palabras se expresa la base de lo que hoy se presenta bajo el lema «gender» como una nueva filosofía de la sexualidad. Según esta filosofía, el sexo ya no es un dato originario de la naturaleza, que el hombre debe aceptar y llenar personalmente de sentido, sino un papel social del que se decide autónomamente, mientras que hasta ahora era la sociedad la que decidía. La falacia profunda de esta teoría y de la revolución antropológica que subyace en ella es evidente (Benedicto XVI, 2012)

Estas posiciones conservadoras serán asumidas y defendidas de forma relevante por los movimientos carismáticos católicos, que incorporarán en su acervo prácticas discursivas y repertorios de movilización similares a los desarrollados por sus homólogos evangélicos estadounidenses, encontrando en las redes sociales un campo para la diseminación de su mensaje (Pizarro, 2006).

De este modo, el nuevo antifeminismo, ya sea en su versión evangélica o católica, centrará su estrategia en torno a las denominadas “batallas culturales”: el rechazo al derecho al aborto, al matrimonio igualitario y a la introducción a la educación sexo-afectiva en las escuelas categorizada como “ideología de género”. Este nuevo antifeminismo no cuestiona la igualdad formal representada por la participación de la mujer en el mercado laboral o por su implicación en la actividad política, sino que dirige su oposición contra el denominado “programa ideológico” del movimiento feminista. En este sentido, el movimiento feminista no es percibido como un movimiento que luche por la igualdad entre hombres y mujeres y el fin de la discriminación por razón de sexo, sino como un proyecto ideológico que busca subvertir las bases de la sociedad cristiana, por lo que debe ser combatido en diferentes ámbitos: políticos, educativos, culturales.

En este sentido, podemos considerar al antifeminismo como un contramovimiento social (Meyer & Staggenbord, 2006) que se constituye por reacción a las diferentes olas de movilización feminista, adquiriendo formas organizativas y prácticas discursivas adaptadas a cada momento histórico. De hecho, es preciso señalar que el antifeminismo en sus diferentes variantes históricas no ha excluido la participación de las mujeres, sino que incluso ha llegado a promover su visibilización e implicación en las distintas organizaciones y contramovimientos, siempre y cuando estas sirvieran para denunciar las políticas feministas.

El antifeminismo en España

En el caso español, la aparición del antifeminismo como contramovimiento difiere temporalmente del caso estadounidense. Mientras durante los años 80, el movimiento feminista español luchaba por conseguir el

reconocimiento de los derechos sexuales y reproductivos tras el largo paréntesis franquista (La Barbera & Cruells, 2016), Estados Unidos se encontraba inserto en plena ola de reacción cultural antifeminista (Faludi, 1991).

La aparición de un contramovimiento explícitamente antifeminista se produce en 1999 con la creación del Foro Español de la Familia, al que dos años más tarde le seguirá la plataforma ciberactivista Hazte Oír. Ambas son organizaciones exponentes de un neoconservadurismo católico, que han hecho de la oposición al feminismo el eje central de su acción pública y han sabido combinar modernas técnicas de comunicación con estrategias de presión política inspiradas en la derecha cristiana estadounidense (Pizarro, 2006).

Estas agrupaciones alcanzan notoriedad pública durante la primera legislatura 2004-2008 del presidente de centro izquierda José Luís Rodríguez Zapatero, en la que se aprueba la Ley 1/2004 Integral contra la Violencia de Género, la reforma del Código Civil que permite el matrimonio igualitario y la adopción homoparental, y la Ley 3/2007 de Igualdad efectiva entre hombres y mujeres. Durante este periodo, estas organizaciones se caracterizan por promover manifestaciones masivas contra la agenda de igualdad del gobierno, contando para ello con el apoyo del Partido Popular, de orientación conservadora, y de la Conferencia Episcopal Española (Carmona et al., 2012).

No obstante, tras la victoria del Partido Popular en las elecciones de 2011, el movimiento antifeminista español entrará en fase de latencia, a la que posiblemente contribuirá el pragmatismo del nuevo gobierno conservador que decide no modificar la legislación anterior, con la única excepción del intento frustrado de reforma de la Ley de interrupción del embarazo promovida por el ministro de justicia, Alberto Ruíz Gallardón, y que termina con su dimisión, tras generar una ola de movilización y rechazo impulsada por el movimiento feminista. Sin embargo, esta fase termina en 2018 con el ingreso a las instituciones del partido de ultraderecha Vox que desarrolla un discurso explícitamente antifeminista, coincidiendo con la reacción cultural que ha impulsado el auge global de los populismos de derecha (Norris & Inglehart, 2019).

A diferencia del uso instrumental que el Partido Popular hizo del antifeminismo como estrategia de desgaste del gobierno socialista, Vox plantea una crítica frontal a las organizaciones y demandas feministas, que se evidencia en el rechazo a la Ley Integral de Violencia Género, la negativa a conceder las subvenciones a entidades feministas y la voluntad de erradicar la denominada “ideología de género” de las escuelas (Ferreira, 2019). La

aparición de Vox y la centralidad que adquiere el discurso antifeminista en su seno puede ser interpretada como reacción a un contexto social pro-feminista reflejado en las multitudinarias manifestaciones del 8 de marzo celebradas en los años 2018 y 2019, lo que corroboraría nuestra interpretación del antifeminismo como contramovimiento.

El antifeminismo como discurso

Partimos de la asunción que nuestra experiencia de lo cotidiano se encuentra mediada a través del lenguaje, concebido como performativo y funcional (Rapley, 2014) y donde el discurso constituye “una práctica social que no expresa o refleja sólo identidades, prácticas y relaciones, sino que las constituye y conforma” (Iñiguez, 1998). Para ello, nos ubicamos en el campo de los estudios del discurso, que se ocupan del análisis del lenguaje como práctica social (Van Dijk, 2000) y en particular en los Estudios Críticos del Discurso, que incorporan en su análisis la dimensión ideológica a fin de comprender cómo se articulan discursivamente las relaciones de poder y resistencia (Wodak, 2003).

Los estudios críticos del discurso parten de la explicitación del posicionamiento político del analista y conciben su práctica como un instrumento para aumentar la conciencia lingüística de los hablantes (Fairclough, 1999). En este sentido, consideramos que el análisis del antifeminismo resulta relevante para la comunidad de investigadores comprometidos con la defensa de la igualdad de género, a la vez que disponer de un mayor conocimiento de las estrategias discursivas del antifeminismo nos permite generar una mayor capacidad de respuesta frente a aquellos discursos que justifican las relaciones de dominación y discriminación por razón de sexo.

Por otra parte, el caso estudiado nos permite analizar el vínculo entre antifeminismo y la posverdad (Ancona, 2019). Castells (2009) ha identificado las redes sociales como espacios de generación creencias y opiniones que posteriormente se trasladan y amplifican en la esfera pública, a través de los medios de comunicación. Así mismo, también se ha identificado a las redes sociales como espacios discursivos proclives a la propagación de los rumores y a la construcción de verdades postfactuales no acreditadas (Sunstein, 2011). De hecho, existen precedentes acerca de la utilización de crisis sanitarias para expandir rumores misóginos, como sucedió a raíz de la propagación del Coronavirus del síndrome respiratorio de Oriente Medio (MERS-CoV) en Corea del Sur, cuando desde el fórum de internet Dc Inside se acusó falsamente a dos mujeres que habían viajado a Hong Kong de propagar el virus y dañar la reputación del país en el extranjero; sirviendo de excusa para desatar una ola de

cibermisoginia contra las mujeres coreanas (Steeger, 2016).

También se ha indicado el hecho que las redes sociales aparecen como espacios dominados por los varones proclives a la invisibilización y acoso contra las mujeres (Ging & Siapera, 2019). En una sociedad mediatizada, las redes sociales se han convertido en un espacio para la construcción de verdades postfactuales a través de la apelación a las emociones. En este sentido, el estallido de la pandemia del Coronavirus se ha convertido en un campo para el desarrollo de estas verdades a través de estrategias de propagación del rumor, tal y como apuntaba la Organización Mundial de la Salud (OMS) en su advertencia contra el riesgo de una infodemia (Zarocostas, 2020).

Método

El enfoque metodológico de esta investigación está basado en el Análisis del Discurso con perspectiva Crítica y Feminista (ACDF) entendido como “una perspectiva política de género, preocupada por desmitificar las interrelaciones entre el género, el poder y la ideología en el discurso” (Lazar, 2005, p.5). El ACDF supone una reapropiación y reconstrucción por parte del movimiento feminista de las herramientas del análisis del discurso que han sido utilizadas para desarrollar una mirada crítica del poder, incorporando el análisis de su condición generizada (Azpiazu, 2015). En este sentido, no concebimos el ACDF como una metodología específica, sino como una caja de herramientas múltiple, en construcción, abierta a las interconexiones y al diálogo con otras experiencias críticas desde nuestra posición situada (Zavos & Biglia, 2009).

El corpus analítico

El corpus textual está formado de una selección de las publicaciones realizadas en Twitter durante los meses de marzo y abril de 2020. Ya que nuestro objetivo era analizar la construcción del antifeminismo en el discurso cotidiano de las redes sociales, nos hemos centrado en cuentas personales y no hemos incluido en el análisis las publicaciones directamente asociadas con partidos políticos; instituciones públicas, entidades sociales o medios de comunicación.

Para la selección del corpus de análisis desarrollamos un proceso de muestreo teórico, que siguiendo la tradición de la Teoría Fundamentada (Glaser & Strauss, 1967) integra la recogida de datos en la fase de análisis. Para

ello, realizamos una búsqueda semántica en Twitter de aquellas publicaciones que vinculasen el 8 de marzo con la expansión de la pandemia de la COVID-19 a través de diferentes combinaciones booleanas que incorporasen los términos “8m”, “8 de marzo”, “coronavirus”, “covid”, mediante la aplicación web Phantombuster (s.f) especializada en *scrapping*, extracción de información de la red. En esta búsqueda inicial recuperamos 2334 tuits, que exportamos a un archivo JSON¹. Posteriormente, dichos resultados fueron depurados seleccionando aquellas publicaciones realizadas por cuentas personales que validasen la asociación entre el 8 de marzo y la expansión del COVID-19. A partir del análisis preliminar de los resultados recuperados se realizaron otras búsquedas iterativas incorporando nuevas palabras clave identificadas en los tuits precedentes como “infectados”, “víctimas”. Finalmente, realizamos un último cribado seleccionando 250 publicaciones, entre aquellas que disponían de un mayor nivel de *engagement* (interacción), contabilizado a partir de la ratio entre likes y retuits, sobre las que se ha centrado nuestro análisis. De estas 250 publicaciones se presentan en el artículo diecisiete que constituyen a nuestro entender las que mejor ejemplifican los hallazgos realizados.

El análisis de los datos

En este artículo nos centramos en las publicaciones realizadas en la red social Twitter como espacio de producción de discursos. Nuestra unidad de análisis está basada en el tuit, entendido como la publicación realizada por una cuenta en la red social. El tuit constituye un género discursivo propio, caracterizado por su estructura y función. En relación con su forma estructural, se trata de una publicación con un máximo de 280 caracteres, que puede adoptar diferentes formas: tuit con o sin hipervínculo; el retuit de una publicación de otra cuenta; la respuesta a un tuit anterior; o el tuit incrustado dentro de otro tuit. También es habitual en Twitter el uso de menciones, citar el nombre de una cuenta en el tuit, y los hashtags palabras clave anteceditas del símbolo # que permiten seguir el hilo de una conversación.

La acumulación de publicaciones que incluyen un determinado hashtag conlleva que este puede llegar a ser *trending topic* (Tema del día), lo que en muchos casos implica un proceso de coordinación para aumentar la popularidad de un determinado tema. Es por ello, que las publicaciones en Twitter acostumbran a tener como función aumentar la popularidad de un determinado mensaje, que puede lograrse de forma individual, aumentando el nivel de *engagement*, o a través de la acción coordinada de distintas cuentas. El análisis de las

¹ Formato de intercambio de datos habitualmente utilizado para capturar información de la web.

publicaciones en Twitter debe tener en consideración tanto aspectos referidos a su forma como a su función. A pesar que un análisis completo debería incluir un enfoque multimodal, incorporando las imágenes, los hipervínculos y los vídeos difundidos en las publicaciones, en este artículo nos centraremos en el aspecto puramente textual.

A la hora de analizar las publicaciones nos hemos basado en la identificación de diferentes macro-estrategias empleadas por los agentes sociales en el desarrollo del discurso antifeminista. Entendemos por estrategia discursiva, los procedimientos discursivos adoptados para alcanzar un determinado objetivo, y a fin de lograr su identificación hemos adaptado el modelo desarrollado por Wodak (2003).

Así mismo, a la hora de desarrollar el análisis, se ha tenido en cuenta tanto el texto, formado por las publicaciones, como el cotexto constituido por las respuestas, menciones, cadenas de tuits enlazadas por los *hashtags* (etiqueta) y la intertextualidad en tanto “ningún discurso existe por sí mismo sin estar anclado en algún otro.” (Iñíguez, 2003:107).

En relación con la primera pregunta de investigación nos centraremos en el análisis de las estrategias de nominación y predicación, a fin de identificar como es

nombrado el movimiento feminista desde el antifeminismo, y cuáles son las atribuciones valorativas asociadas al mismo.

En relación con la segunda pregunta de investigación, nos centraremos en el análisis de las estrategias de argumentación y enmarcado: de qué manera se establece una relación de causalidad entre las movilizaciones feministas y la extensión de la COVID-19, así como las estrategias de intensificación a fin de analizar la fuerza ilocucionaria de estos enunciados.

Finalmente, en relación con la tercera pregunta de investigación se analizarán las macro-proposiciones presentes en el discurso antifeminista, con el fin de analizar su modalidad discursiva, delimitando las diferencias y similitudes con expresiones anteriores del discurso antifeminista.

Criterios de validez

En la investigación cuantitativa no son aplicables los mismos criterios de validez que en la investigación cuantitativa. En este sentido, siguiendo a Wodak (2003) nos hemos guiado por el criterio de transparentar el proceso seguido en el análisis, a fin de facilitar la credibilidad, transferibilidad y coherencia, así como la triangulación teórica e inter-método sugerida por Lincoln (1995).

Tabla 1

Macro-estrategias discursivas utilizadas en el análisis de datos

Estrategia	Objetivo	Instrumentos
Nominación	Construcción de grupos internos/externos	Categorización de la pertenencia al movimiento feminista Metáforas y metonimias Sinécdoques
Predicación	Etiquetado de los actores (positivo o negativo)	Atribuciones estereotípicas y valorativas del movimiento feminista
Argumentación	Justificación de la asociación entre las manifestaciones feministas y la expansión de la COVID-19 en España	<i>Topoi</i> del discurso empleados para justificar la asociación
Enmarcado	Expresión de la implicación Ubicación del punto de vista del que habla	Comunicación, descripción, narración de los acontecimientos y las afirmaciones para enmarcar el discurso
Intensificación /atenuación	Modificación de la posición epistémica de una proposición	Intensificación de la fuerza ilocucionaria Construcciones hiperbólicas

Nota: Adaptada de Wodak (2003) para los propósitos de la investigación.

Resultados

Para presentar los resultados de la investigación nos basaremos en las macro-estrategias discursivas presentadas en el apartado metodológico ilustradas con algunos ejemplos de tuits representativos del nivel de análisis desarrollado.

Estrategia de nominación

En relación con las estrategias de nominación, se evidencia una tendencia a invisibilizar la agencia del movimiento feminista en la convocatoria del 8 de marzo. De este modo la acción de convocar recae directamente en el gobierno, o en alguno de los partidos que forman parte, minimizando el alcance de las manifestaciones.

[TW1] Pero el gobierno chavista de Sánchez-Iglesias desoyó a la OMS, a la UE convocó el #8M y dijo que tenía material suficiente. Es un Gobierno de psicópata a sin honor ninguno. (RT 148 Fav 384)

Así mismo, cuando se hace referencia explícita al movimiento feminista este es descrito como “secta”, “lobby” o “chiringuito” a fin de postular su carácter ideológicamente cerrado, su función como grupo de presión a las instancias gubernamentales que sirve a causas particulares, o su organización clientelar y subvencionada.

[TW2] El 8M todo por msntener [sic] el lobby de femenioidiotismo poniendo en riesgo la salud de los asistentes ha sido una incubadora para el coronaVIRUS con las fatales consecuencias de 509 fallecidos, más de 11.400 y creciendo. (RT 16 Fav 140)

Estrategia de predicación

En relación con las estrategias de predicación, se utilizan calificativos negativos para denigrar a las convocantes/participantes del 8 de marzo. La mayoría de estos calificativos tienen connotaciones marcadamente misóginas, en tanto reproducen las prácticas discursivas tradicionalmente utilizadas para denigrar a las mujeres: aspecto físico, edad, condición psicológica.

Por su condición ideológica son descritas como “feminazis”, término de uso común en el antifeminismo internacional para criticar a las activistas feministas por defender una ideología fanática y totalitaria próxima al nacional-socialismo.

[TW3] Vuestras manifiestas feminazis, la muerte de nuestros mayores. #SanchezVeteYa (RT 600 Fav 994)

Por su condición social son descritas como “las charos”, diminutivo tradicional de Rosario, y que en medios

antifeministas ha sido definida como “una mujer soltera/divorciada de más de 20 ó [sic] 35 años, generalmente sin hijos, se caracteriza por vivir sola, estar siempre amargada, vivir sola [sic], bueno con sus gatos” (Gómez Urzaiz, 2019).

[TW4] Claro que las Charos no tuvieron la culpa. La culpa es del gobierno que por contentarlas no actuó una semana antes del 8M. Era más importante cantar el violador eres tú, que la salud de los españoles. (RT 441 Fav 2,7m)

Por su aspecto físico, las participantes son descritas como “una de esas sin depilar”. Por una parte, se utiliza el déctico “una de esas” con una connotación despectiva, por otra parte, se asocia el hecho de no depilarse a la violación de un mandato de género asociado a los estereotipos de belleza femenina.

[TW5] Una cosa os voy a decir...Cuando pueda salir a la calle en un mes o lo que sea...[sic] como me encuentre a una de esas sin depilar la pateo!! QUE TIEMPO TENÉIS CABRONAS! (RT 30 Fav 186)

Por su condición psicológica, las participantes son descritas como “locas del coño”, expresión misógina utilizada para referirse a una mujer a quien se le atribuye un carácter inestable y propenso a la extravagancia.

[TW6]... Y cantando con las locas del coño Se contagiaron la Irena y el Begoño (RT 262 Fav 567)

Si atendemos a la convocatoria del 8 de marzo, los calificativos utilizados para su calificación también son negativos. Por ejemplo, el 8M es calificado como feministada: término construido a través de la adición del sufijo -ada empleado para referirse a “gran cantidad de”, “acción propia de”, utilizado normalmente con sentido peyorativo

[TW7] La izquierda mediática sigue sin asumir su irresponsabilidad y sin entender lo que pasa: 1) El Gobierno no hizo NADA contra el coronavirus hasta el 9 de marzo, permitiendo todo tipo de eventos masivos; 2) Y no hizo NADA hasta el 9 de marzo porque priorizó la feministada del 8M... (RT 589 Fav 941)

Otro calificativo que recibe el 8M es el de aquelarre, estableciendo una asociación entre las participantes y las congregaciones de practicantes de brujería. Cabe señalar que esta asociación entre feministas y brujas ha sido bastante común en los discursos antifeministas, hasta el punto que el feminismo ha llegado a reapropiarse de esta identificación.

[TW8] 87 muertos y más de 3000 infectados, 4 días después del Aquelarre Feminista.

Sabíais que esa manifestación a nivel nacional traería muertes y callasteis, SOIS CÓMPLICES ChicasVox #GobiernoDimisión #MocionDeCensuraYa" (RT 80 Fav 94)

Estrategia de argumentación

Las estrategias de argumentación tienen como función establecer los temas de conversación (*topoi* del discurso) y las funciones argumentativas en torno a las cuales se justifica el discurso.

Anscombe y Ducrot definen los *topoi* como "creencias presentadas como comunes a cierta colectividad de la que al menos forman parte su locutor y su alocutor; se supone que los interlocutores comparten esta creencia incluso antes del discurso en el que se emplea" (1983:156), operando de este modo como lugares comunes conocidos por las personas que toman parte en la discusión. En relación con esta dimensión, hemos identificado tres *topoi* que aparecen de forma recurrente en las publicaciones: el *topos* de responsabilidad y el *topos* de violencia de género.

El primer *topos* analizado corresponde al de culpa/responsabilidad y es uno de los que aparece más frecuentemente en el análisis. La macroproposición subyacente de este *topoi* es que el gobierno es culpable de la expansión de la COVID-19 por haber permitido las manifestaciones del 8M sabiendo el riesgo de contagio. La estructura silogística seguida por el *topos* es el siguiente:

- 1) El gobierno convocó el 8M
- 2) El gobierno sabía del peligro de la COVID-19
- 3) El gobierno autorizó el 8M por razones ideológicas
- 4) El 8M hizo expandir la pandemia de la COVID-19 en España
- 5) El gobierno es responsable de la pandemia de la COVID-19 en España

[TW9] El 8M se celebró por razones ideológicas. El Gobierno sabía perfectamente de los riesgos de mantener la convocatoria y muchos advertimos de que las medidas severas llegarían tras el fin de semana. Disfruten lo votado. Sobre todo, los compañeros 'oficialistas' del régimen... (RT 1,5m Fav 3,4m)

El segundo *topos* relevante es referido a la violencia de género. Este *topos* se basa en una estrategia de comparación entre las muertes por la COVID-19 y los asesinatos por violencia de género, y tiene por función afirmar que la violencia de género es un problema sobredimensionado en nuestra sociedad, tal y como se refleja por el trato diferencial otorgado a sus víctimas. La lógica argumentativa del *topos* es la siguiente:

- 1) La COVID-19 causa más muertes que la violencia de género
- 2) Las víctimas de la violencia de género tienen mayor consideración social e institucional que las de la COVID-19.
- 3) La violencia de género no es un problema real.

[TW10] Las víctimas de VG tienen rostro, nombre, edad, circunstancias personales y minutito de silencio institucional y mediático. Las víctimas del COVID_8M no. No tienen nada de eso. No para el gobierno. Son números nada más. (RT 112 Fav 201)

[TW11] ¿Mata más el machismo que el Coronavirus? Decían las Feminazis ... Pues al final va a resultar que todavía mata más la Izquierda- Feminazi ¿no? (RT 42 Fav 103)

Estrategia de enmarcamiento

Esta estrategia está orientada a la construcción del marco interpretativo en torno al cual se define la situación, en nuestro caso, la asociación de las manifestaciones del 8 de marzo con la expansión de la pandemia de la COVID-19 en España. El enmarcamiento es siempre una acción estratégica de construcción de significado. En nuestro caso, esta operación de enmarcamiento se desarrolla a través del uso de expresiones que conectan el 8M con la pandemia; por ejemplo, el *hashtag* #COVID_8M que establece un juego de palabras.

[TW12] Me estremece que #Podemos haya propagado a sabiendas el #COVID_8M y ahora esté dispuesto a despedir a infinidad de trabajadores para que entre todos paguemos el 75% de su salario mientras ellos se cobran el 100% y echan la culpa a los demás. (RT 22 Fav 46)

[TW13] A partir de ahora me referiré al coronavirus Covid-19 como Covid-8M (RT 571 Fav 1,4m)

Estrategia de Intensificación

En esta estrategia se analizan aquellas prácticas discursivas que contribuyen a dotar de mayor fuerza ilocucionaria del discurso. Por una parte, se analiza el uso de expresiones hiperbólicas que tienen por función intensificar la relación causa-efecto entre la convocatoria y la expansión de la pandemia. Así, en diferentes publicaciones se hace mención al 8M como el "mayor infectódromo de Europa". Esta expresión tiene su origen en las declaraciones de Isabel Díaz Ayuso, presidenta de la Comunidad Autónoma de Madrid por el Partido Popular, pero ha sido replicada y amplificada en las redes sociales.

[TW 14] Ayuso y muchos españoles señalamos al aquelarre feminista del 8-M: 'Como el mayor infectódromo de España' #GobiernoDimisión" (RT193 Fav 283)

Otra expresión hiperbólica utilizada es la de genocidio, lo que evoca la existencia de un acto deliberado y sistemático por parte del gobierno español, que estaría orientado a aniquilar o exterminar un determinado grupo social.

[TW15] Todo lo qué [sic] está pasando en España con el #COVID8M es un genocidio!!! Únete al # #PSOETACRIMINALYGENOCIDA y deja claro lo qué [sic] piensas de esta gentuza... (RT 78 Fav 78)

Junto a las relaciones hiperbólicas, otra estrategia utilizada para reforzar el argumento de asociación es la expansión de verdades postfactuales referidas normalmente a la prensa extranjera. De este modo, la ausencia de evidencia científica que corrobore la responsabilidad del contagio, es sustituida por apelaciones a artículos e informes publicados fuera del país

[TW16] Un día antes del 8M: OMS advierte a España de no realizar la marcha feminista. Irene Montero dice que no hay peligro. Días después da positivo para coronavirus. Luego se triplican los casos en Madrid. Menos de un mes después, más de 7000 muertos. ¿Cómo se llama la obra? (RT 1,7m Fav 2,8m)

[TW17] "Las cifras lo dicen todo, la prensa internacional se hace eco. El eclipse moral es el COVID 8M, si tienen conciencia les perseguirá toda la vida. #SanchezVeteYa #NoNosCallaran" (RT 22 Fav 23)

Para finalizar este apartado, se resumen los principales hallazgos en la Tabla 2.

Tabla 2

Resumen de los resultados

Macro-Estrategia	Estrategias discursivas	Finalidad
Nominación	Negación de la agencia del movimiento feminista, de su condición movimiento social y de la universalidad	Invisibilizar al movimiento feminista
Predicación	Uso de calificativos denigratorios y misóginos en relación con: posición ideológica condición social aspecto físico estado psicológico	Denigrar a las activistas feministas separándolas del resto de las mujeres
Argumentación	<i>Topois</i> de discurso: <i>Topos</i> de culpa/responsabilidad <i>Topos</i> de violencia de género Falacias: post hoc - ergo propter hoc	Utilizar la crítica al movimiento feminista para atacar al gobierno. Negar que la violencia de género sea un problema social.
Enmarcado	Uso de hashtags y expresiones que asocien el 8M con la expansión de la COVID-19	Asociar el movimiento feminista con la expansión de la COVID-19
Intensificación /atenuación	Construcciones hiperbólicas Recurso a verdades postfactuales	Reforzar la asociación ante la ausencia de evidencias científicas que la defiendan

Discusión y conclusiones

El análisis de resultados nos permite responder a las preguntas de investigación planteadas en el artículo. En relación con cómo es representado el movimiento feminista por parte del antifeminismo, se evidencia una estrategia de minusvaloración a través de la negación de su agencia, su invisibilización y su categorización como un grupo de interés cerrado (secta, lobby) que responde a intereses particulares. Se establece así una separación entre el conjunto las mujeres y el feminismo, a quien se niega su condición de movimiento social y se le acusa de usurpar la voz de las mujeres para recibir subvenciones del estado (Devreux & Lamoureux, 2012).

Esta estrategia de minusvaloración no es exclusiva del antifeminismo, sino que ha sido utilizada por la derecha populista para denostar a otros movimientos sociales como el movimiento obrero, acusado de lobby sindical, o el movimiento LGTBiQ+ (Ferreira, 2019). Así mismo, se evidencia el uso de calificativos denigratorios para referirse a sus integrantes reproduce los estereotipos misóginos y machistas tradicionales para atacar a las mujeres a través de su aspecto físico, condición social o estado psicológico. En este sentido, el discurso antifeminista estudiado manifiesta una mayor agresividad, un menor grado de sofisticación cognitiva y un mayor grado de misoginia que los discursos antifeministas anteriores, especialmente aquellos de base religiosa. El recurso al insulto y a la amenaza observada en los tuits aproximan esta modalidad de antifeminismo a los discursos de odio (*hate speech*) representados por el racismo y la homofobia.

En relación con la pregunta sobre la asociación entre el 8 de marzo y la COVID-19, se evidencia que en las publicaciones analizadas no se plantean evidencias científicas para fundamentar la asociación, sino que en la mayoría de casos se recurre a la falacia *post hoc, ergo propter hoc*, también denominada de *causa falsa*. Esta falacia consiste en atribuir un nexo causal entre dos sucesos por el sólo hecho de que uno, la supuesta causa, acontece con anterioridad al otro. Cuando se hace necesario intensificar esta asociación, se recurre a la mención de advertencias de la OMS o artículos de la prensa internacional, sin que estas aporten evidencias para demostrar que estas establezcan una relación causal entre la expansión de la pandemia y las movilizaciones del 8 de marzo. En este sentido, los *topoi* del discurso evidencian dos funciones principales de esta asociación: la culpabilización del gobierno, al que se acusa de permitir la convocatoria del 8M a sabiendas que iba a multiplicar el número de contagios y el negacionismo de la violencia de género.

En relación con el primer *topos*, podemos apuntar la existencia de un uso instrumental del antifeminismo, similar al que se desarrolló durante la ola de movilizaciones antifeministas de 2005-2006 contra la agenda política del movimiento feminista. En relación con el segundo, se evidencia un cambio en los *topoi* tradicionales del antifeminismo español. En las publicaciones analizadas no aparecen menciones a la defensa del modelo de familia tradicional cristiana, el rechazo a la ideología de género o al aborto, mientras toma centralidad el negacionismo de la violencia de género. De hecho, cabe señalar que la iglesia católica española no se ha pronunciado sobre la asociación entre el 8M y la expansión de la COVID-19, y perfiles tradicionalmente activistas dentro del neoconservadurismo religioso, como Hazte Oír o el Foro Español de la de Familia, han tenido un papel marginal en la difusión del mensaje, a diferencia de su papel protagónico en las manifestaciones de 2005 y 2006.

De ahí que podamos apuntar como uno de los hallazgos de nuestra investigación que estamos frente a la aparición de un nuevo discurso antifeminista que se caracteriza por una mayor agresividad discursiva, el recurso a la posverdad y la ausencia de referencia a los valores tradicionales, a la familia cristiana. En este sentido el antifeminismo analizado estaría más cerca de los discursos de la nueva derecha populista radical estadounidense, que del neoconservadurismo católico.

Así mismo, se evidencia el recurso a las verdades postfactuales como estrategia orientada a justificar la argumentación. De hecho, la misma asociación entre el 8M y la expansión de la COVID-19 se puede considerar

una verdad postfactual al no estar sostenida por evidencias, sino a través de falacias y comunicada a través de mecanismos de expansión del rumor. En este sentido, las estrategias de propagación analizadas responden a los dos modelos apuntados por Sunstein (2011) para la propagación del rumor: la cascada social, en que un grupo de personas influyentes inician la propagación de un discurso que apela directamente a las emociones (miedo, indignación, amenaza...) para propiciar su difusión; y el mecanismo de polarización, propiciado por la creación de cámaras de resonancia en que se constituye una comunidad discursiva que comparte unas mismas creencias y opiniones.

Es preciso apuntar las dificultades que existen para frenar las cadenas de expansión del rumor, en tanto las políticas institucionales de contención de las *fake-news* se han orientado exclusivamente a combatir la desinformación en relación con el coronavirus, pero no han incluido otras cuestiones colaterales, como la asociación del 8 de marzo con la expansión de la pandemia, que exceden el ámbito estrictamente sanitario. Finalmente, podemos señalar que el discurso antifeminista analizado aparece por oposición a las demandas de reconocimiento de igualdad desarrolladas desde el movimiento feminista. Su fundamentación, meramente opositiva, lo aproxima a las modalidades de discurso reaccionario analizadas por Albert O. Hirschman (1991), lo que refuerza la idea inicial de contramovimiento o movimiento por oposición.

En este artículo hemos querido contribuir a mejorar el conocimiento del antifeminismo español, un tema de investigación que hasta el presente no ha sido suficientemente abordado por la literatura sociológica ni por los estudios críticos del discurso. En el artículo, hemos apuntado la existencia de dos antifeminismos diferenciados: uno de matriz religiosa, que impulsó las manifestaciones de 2005 y 2006; y un segundo antifeminismo vinculado a los discursos de derecha populista, que ha sido predominante en el estudio de caso analizado. Si bien, ambos movimientos presentan diferencias discursivas, pueden existir solapamientos y relaciones de colaboración, tal y como sucedió en relación con el rechazo a la introducción de la educación sexo-afectiva en las escuelas.

No obstante, consideramos que la caracterización de este nuevo antifeminismo se debería profundizar en un ulterior programa de investigación que analizara su interrelación con otras modalidades discursivas de la derecha populista (nativismo, racismo y neotradicionalismo); así como, el negacionismo de la violencia de género y la categorización de la feminidad a través del análisis del rol ejercido por las mujeres en los movimientos antifeministas.

Referencias

- Aguado, A. M. & Ortega, M. T. (2011). *Feminismos y antifeminismos: Culturas políticas e identidades de género en la España del Siglo XX*. Publicacions Universitat de València.
- Aguiar, B. S., & Pereira, M. R. (2019). O antifeminismo como backlash nos discursos do governo Bolsonaro. *Agenda Política*, 7(3), 8-35. <https://doi.org/10.31990/agenda.2019.3.1>
- Alonso, A., & Paleo, N. (2017). Políticas de salud sexual y reproductiva en España: Contra-movimientos y marcos interpretativos en conflicto. *Revista Española de Sociología*, 26(3), 59-76. <https://doi.org/10.22325/fes/res.2017.35>
- Ananias, C., A. & Sánchez, K. D. (2019). Violencia en Internet contra feministas y otras activistas chilenas. *Revista de Estudos Feministas*, 27(3). <http://doi.org/10.1590/1806-9584-2019v27n358797>
- Ancona, M. (2019). *Posverdad: La nueva guerra en torno a la posverdad y como contraatacar*. Alianza Editorial.
- Anderson, K. J. (2015). *Modern misogyny. Anti-feminism in a post-feminist era*. Oxford University Press.
- Anscombe, J. C., & Ducrot, O. (1983). *La argumentación en la lengua*. Gredos.
- Azpiazu, J. (2015). Análisis crítico del discurso con perspectiva feminista. En I. Mendia, M. Luxán, M. Legarreta, G. Guzmán, I. Zirion, & J. Azpiazu (Eds.), *Otras formas de re(conocer)* (pp.111-124). Hegoa.
- Bard, C. (1999). *Un siècle d'antiféminisme*. Fayard.
- Benedicto XVI (2012). *Discurso del Santo Padre Benedicto XVI a la Curia Romana con motivo de las celebraciones de Navidad*. http://www.vatican.va/content/benedict-xvi/es/speeches/2012/december/documents/hf_ben-xvi_spe_20121221_auguri-curia.html
- Blais, M., & Dupuis-Déri, F. (2012). Masculinism and the antifeminist countermovement. *Journal of Social, Cultural and Political Protest*, 11(1), 21-39.
- Carmona, P., García, B. & Sánchez, A. (2012). *Spanish Neocón: La revuelta conservadora de la derecha española*. Traficantes de Sueños.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial.
- Coste, F. (2010). Conservative women and feminism in the United States: Between hatred and appropriation. *Caliban French Journal of English Studies*, 27, 167-176. <https://doi.org/10.4000/caliban.2111>
- Chunn, D. E., Boyd, S. B., & Lessard, H. (2007). *Reaction and resistance: Feminism, law and social change*. UBC Press.
- Devreux, A. M., & Lamoureux, D. (2012). Les antiféminismes: Une nébuleuse aux manifestations tangibles. *Cahiers du Genre*, 52, 7-22.
- Engler, V. (2017). Antifeminismo online. *Nueva Sociedad*, 269, 78-88.
- Fairclough, N. (1999). Global capitalism and critical awareness of language. *Language Awareness*, 8(2), 71-83. <https://doi.org/10.1080/09658419908667119>
- Faludi, S. (1991). *Backlash: The undeclared war against American women*. Crown Publishing Group.
- Ferreira, C. (2019). VOX como representante de la derecha radical en España: Un estudio sobre su ideología. *Revista Española de Ciencia Política*, 51, 73-98. <https://doi.org/10.21308/recep.51.03>
- Ging, D., & Siapera, E. (2019). *Gender hate online: Understanding the New Anti-feminism*. Palgrave Macmillan.
- Glaser, B., & Strauss, A. (1967). *The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*. Aldine.
- Gómez Urzaiz, B. (2019, noviembre 21). De las 'marujas' a las 'charo': ¿Qué hace que un nombre propio se convierta en meme? *Vanity Fair*. <https://www.revistavanityfair.es/cultura/articulo/s/ser-una-charo-que-es-nombres/41898>
- Goodier, S. (2013). *No votes for women: The New York anti-suffrage women*. University of Illinois Press.
- Hirschman, A. O. (1991). *Retóricas de la intransigencia*. Fondo de Cultura Económica.
- Iñiguez, L. (2003). *Análisis del discurso: Manual para las ciencias sociales*. Editorial UOC.
- Iñiguez, L. (1998). Análisis del discurso. *Revista Anthropos: Huellas del Conocimiento*, 177, 59-66.
- Juan Pablo II (1988). *Carta apostólica Mulieris Dignitatem del Sumo Pontífice Juan Pablo II sobre la dignidad y la vocación de la mujer con ocasión del Año Mariano*. http://www.vatican.va/content/john-paul-ii/es/apost_letters/1988/documents/hf_jp-ii_apl_19880815_mulieris-dignitatem.html
- Kampwirth, K. (2008). Abortion, antifeminism, and the return of Daniel Ortega: In Nicaragua, leftist politics? *Latin American Perspectives*, 35(6), 122-136. <https://doi.org/10.1177/0094582X08326020>
- La Barbera, M., & Cruells, M. (2016). *Igualdad de género y no discriminación en España: Evolución, problemas y perspectivas*. Centro de Estudios Políticos y Constitucionales.
- Lamoureux, D. (2015). *Les antiféminismes : Analyse d'un discours réactionnaire*. Les Éditions du Remue-menage.
- Lazar, M. M. (Ed., 2005). *Feminist critical discourse analysis gender: Power and ideology in discourse*. McMillan.

- Lincoln, Y. (1995). Emerging criteria for quality in qualitative and interpretative research. *Qualitative Inquiry*, 1(3), 257-289. <https://doi.org/10.1177/107780049500100301>
- Marshall, S. E. (1985). Ladies against women: Mobilization dilemmas of antifeminist movements. *Social Problems*, 32(4), 348-362. <https://doi:10.2307/800757>
- Meyer, D. S., & Staggenborg, S. (2006). Movements, countermovements, and the structure of political opportunity. *American Journal of Sociology*, 101(6), 1628-1660. <https://doi.org/10.1086/230869>
- Norris, P., & Inglehart, R. (2019). *Cultural backlash: Trump, Brexit and authoritarian populism*. Cambridge University Press.
- Payne, L. A., & Souza Santos, A. A. (2020). The right-wing backlash in Brazil and beyond. *Politics & Gender*, 16(1), E6. <https://doi.org/10.1017/S1743923X20000057>
- Phantombuster. (s. f.). Phantombuster. <https://phantombuster.com/>
- Pizarro, N. (2006). Neoconservadores católicos. *La Sociología en sus Escenarios*, 14, 1-60.
- Rapley, T. (2014). *Los análisis de la conversación, del discurso y de documentos en la investigación cualitativa*. Morata.
- Santa Sede (1994). *Reservas y declaraciones de interpretación de la Santa Sede*. http://www.vatican.va/roman_curia/secretariat_state/archivio/documents/rc_seg-st_19950915_conferenza-pechino-riserve_sp.html
- Soule, S. A., & Otzak, S. (2005). When do movements matter? The politics of contingency and the Equal Rights Amendment. *American Sociological Review*, 69(4), 473-497. <https://doi.org/10.1177/000312240406900401>
- Steeger, I. (2016, octubre 24). An epic battle between feminism and deep-seated misogyny is under way in South Korea. *Quartz*. <https://qz.com/801067/an-epic-battle-between-feminism-and-deep-seated-misogyny-is-under-way-in-south-korea/>
- Sunstein, C. R. (2010). *Rumorología. Cómo se difunden las falsedades, porque las creemos y qué hacer contra ellas*. Debate.
- Tarrant, S., & Howard, A. (Eds., 2000). *Antifeminism in America: A reader*. Routledge.
- Van Dijk, T. A. (2000). *El discurso como interacción social*. Gedisa Editorial.
- Wodak, R. (2003). El enfoque histórico del discurso. In R. Wodak, & M. Meyer, *Métodos de análisis crítico del discurso* (pp. 101-142). Gedisa Editorial.
- Zarocostas, J. (2020). How to fight an infodemic. *The Lancet*, 395(10225), 676. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(20\)30461-X](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(20)30461-X)
- Zavos, A. & Biglia, B. (2009). Embodying feminist research: Learning from action research, political practices, diffractions, and collective knowledge. *Qualitative Research in Psychology*, 6(1-2), 153-172. <https://doi.org/10.1080/14780880902901380>
- Zedillo, R. (2019). Defending rights from “Gender ideology”: Discourses in Mexico’s backlash against LGBTI inclusion. *LGBTQ Policy Journal*, 9, 23-30. <https://lgbtq.hkspublications.org/2019/05/22/defending-rights-from-gender-ideology-discourses-in-mexicos-backlash-against-lgbti-inclusion/>

Sobre el autor:

Jordi Bonet-Martí es graduado en Filosofía y Educación, máster en Gestión de la Comunicación Política y Electoral y doctor en Psicología Social (Universitat de Barcelona). Es docente del Departamento de Sociología y sus áreas de investigación son las políticas públicas, movimientos sociales y el feminismo.