


# El trabajo ideológico del movimiento #Tradwives: la monetización de la estética antifeminista en la esfera digital

Carla Peños Seisdedos

Instituto de las Mujeres <https://dx.doi.org/10.5209/hics.105879>

Recibido el 7 de abril • Aceptado el 6 de julio

**ES Resumen.** El debate sobre la igualdad de género está cada vez más polarizado, con un movimiento antifeminista que la considera un "invento ideológico" (Tebaldi y Baran, 2023). Este rechazo, especialmente entre los hombres jóvenes (CIS, 2024), se refleja en la expansión de la "manosfera", también presente en España (García Mingo et al., 2022). En paralelo, ha surgido el movimiento #Tradwives ("esposas tradicionales"), que promueve una estética hiperfemenina. El artículo analiza cómo la abnegación femenina se presenta como una falsa promesa de libertad, contribuyendo a la normalización de la dependencia de las mujeres y reforzando las narrativas reaccionarias de la extrema derecha. A través de etnografía digital y análisis de discurso, se concluye que la estética "tradwife" perpetúa los roles de género, monetizando la feminidad patriarcal bajo una supuesta neutralidad ideológica.

**Palabras clave:** antifeminismo; extrema derecha; redes sociales; manosfera; tradwives.

## ENG The Ideological Work of the #Tradwives Movement: Monetizing Anti-Feminist Aesthetics in the Digital Sphere

**Abstract.** The debate on gender equality is increasingly polarised, with an anti-feminist movement that considers it an 'ideological invention' (Tebaldi and Baran, 2023). This rejection, especially among young men (CIS, 2024), is reflected in the expansion of the 'manosphere', also present in Spain (García Mingo et al., 2022). In parallel, the #Tradwives movement has emerged, promoting a hyper-feminine aesthetic. The article analyses how female abnegation is presented as a false promise of freedom, contributing to the normalisation of women's dependency and reinforcing the reactionary narratives of the far right. Through digital ethnography and discourse analysis, it concludes that the 'tradwife' aesthetic perpetuates gender roles, monetising patriarchal femininity under a supposed ideological neutrality.

**Keywords:** anti-feminism; extreme right; social networks; manosphere; tradwives.

**Sumario:** 1. Introducción. 2. Marco teórico y estado de la cuestión. 2.1. El malestar que sí tiene nombre. 2.2. Mito de la libre elección. 3. Objetivo de la investigación y metodología. 4. Resultados. 4.1. Caso 1: Estee Williams – La Biblia como guión doméstico. 4.2. Caso 2: Roro Bueno – La performatividad de la sumisión. 4.3. Discusión comparada – La estética como trabajo ideológico. 4.4. Conexión ideológica: esposas tradicionales y manosfera. 5. Conclusiones. 6. Bibliografía.

**Cómo citar:** Peños Seisdedos, C. (2025). El trabajo ideológico del movimiento #Tradwives: la monetización de la estética antifeminista en la esfera digital. *Historia y Comunicación Social* 30(2), 407-416.

## 1. Introducción

El movimiento #tradwives, surgido en Estados Unidos y con su auge entre 2020 y 2024, está liderado por influencers que promueven un estilo de vida basado en roles de género tradicionales. Estas mujeres afirman haber elegido no trabajar fuera del hogar para cuidar de su familia, defendiendo su decisión como libre elección, aunque rechazan ser consideradas antifeministas (Sitler-Elber, 2021: 11). A pesar de desvincular sus prácticas del modelo socioeconómico, el análisis crítico con perspectiva de género revela su conexión con la reacción patriarcal frente a la cuarta ola feminista.

Se trata de una subcultura de activismo digital que investigaciones recientes definen como antifeminista. En plataformas como Instagram y TikTok, mujeres jóvenes de la Generación Z siguen estos referentes para

alcanzar una supuesta vida bucólica inspirada en las amas de casa de los años 50. Este estilo se viraliza en contextos occidentales, incluida España, donde emergen fenómenos como el trend “A Pablo le apetece que...” de la influencer Roro Bueno, ejemplo de la espectacularización de la feminidad patriarcal.

Este artículo analiza cómo mujeres jóvenes se suman al movimiento #tradwives a través de la lealtad a valores neotradicionales (Sitler-Elber, 2021: 12). Desde una perspectiva filosófico-política, se interpreta como la exportación ideológica de un modelo moral, educativo y socioeconómico nacionalista y supremacista blanco, que responde a la crisis de reproducción social. Además, retroalimenta corrientes de ultraderecha, con perfiles masculinos que expresan su inconformismo ante el feminismo, percibiendo sus avances como una “usurpación de privilegios” y una amenaza a su posición social.

## 2. Contexto y estado de la cuestión

### 2.1. El malestar que sí tiene nombre

Desde los discursos de *backlash* en los años ochenta (Faludi, 1991) hasta las actuales batallas culturales digitales, el antifeminismo ha mutado de ser una reacción coyuntural a convertirse en una ideología transnacional que combina nostalgia, mercantilización y despolitización de la diferencia sexual. En las últimas cuatro décadas, las respuestas contra los avances del feminismo han transitado desde la crítica explícita a los derechos de las mujeres hasta la apropiación estratégica de su lenguaje. Si en los años noventa el antifeminismo se articulaba en torno a la defensa de la familia tradicional y la supuesta “crisis de los hombres”, hoy adopta una apariencia estética y emocional que se difunde desde las redes sociales bajo la forma de elecciones personales y estilos de vida “naturales”.

Como señaló Susan Faludi en *Backlash* (1991), cada conquista feminista genera su contragolpe cultural: una “guerra no declarada” que busca restaurar la estabilidad del patriarcado mediante la estetización del malestar y la culpabilización de las mujeres por su propia desigualdad. Aquella reacción mediática de los ochenta, que retrataba a las feministas como responsables de la infelicidad moderna, reaparece hoy en la esfera digital, donde el antifeminismo ya no necesita proclamar su oposición. Basta con mostrarse “apolítico”, “espiritual” o “tradicional”.

Esta operación discursiva tiene raíces más profundas. Como advirtieron Simone de Beauvoir y Betty Friedan, la subordinación femenina no se impone solo por la coerción externa, sino también por la internalización del mandato de feminidad. En *El segundo sexo* (1949), Beauvoir mostró cómo la feminidad se constituye como “el Otro” del sujeto masculino, un dispositivo de dominación moral y simbólica que naturaliza la desigualdad. En palabras de la autora: “No se nace mujer, se llega a serlo”, una frase que sigue resonando en las lógicas contemporáneas de domesticación digital, donde las mujeres son invitadas a “llegar a serlo” a través del consumo y la performance en redes sociales.

Por su parte, Betty Friedan describió en *La mística de la feminidad* (1963) el “malestar que no tiene nombre”: la frustración de las mujeres de clase media que, tras conquistar educación y derechos, se veían devueltas al hogar bajo la promesa de plenitud emocional. Aquel malestar psicológico, producto de la alienación doméstica, constituye el antecedente directo del discurso de las tradwives, que presentan el trabajo reproductivo y la dependencia económica como opciones libres y deseables. El regreso idealizado a la casa, revestido de colores pastel y estética bucólica, no es sino una actualización de la “vida femenina” que Friedan ya denunciaba como la trampa más sofisticada del patriarcado moderno.

La continuidad de estos mecanismos se hace visible en la manera en que el neoliberalismo ha reabsorbido la crítica feminista. Nancy Fraser (2008) advierte que, desde los años noventa, el capitalismo ha incorporado las demandas de autonomía, libertad y empoderamiento, vaciándolas de su contenido emancipador y traduciéndolas en consignas de autorrealización individual. Del mismo modo, Wendy Brown (2021) señala que el neoliberalismo convierte la libertad en un principio vacío, instrumentalizado por discursos que legitiman la desigualdad bajo la apariencia de elección personal. Así, la defensa de la “libre elección” se ha convertido en el nuevo rostro del antifeminismo.

En este contexto, el auge del movimiento #Tradwives puede leerse como la última fase del backlash contra el feminismo: una respuesta afectiva y estética que traduce la reacción patriarcal a la cuarta ola en códigos visuales de dulzura, familia y autenticidad. Estas mujeres —que se declaran “tradicionales pero modernas”— convierten la sumisión en estilo de vida y la subordinación en contenido monetizable. Bajo el barniz de la libertad individual, el movimiento actualiza la vieja alianza entre patriarcado y capitalismo, presentando la desigualdad como un ideal de armonía.

Por tanto, estudiar este fenómeno exige comprenderlo no como una anécdota digital, sino como un síntoma ideológico de una época en la que la reacción se disfraza de libertad y la estética sustituye al argumento político. Analizar el discurso de las influencers Estee Williams y Roro Bueno permite observar cómo el antifeminismo contemporáneo se expresa a través de la economía de la atención, convirtiendo la imagen y la afectividad en instrumentos de poder simbólico. En este nuevo escenario, el movimiento Tradwife opera como un vector de reeducación emocional y moral, en el que la estética se convierte en la herramienta principal de transmisión ideológica.

### 2.2. Mito de la libre elección

La llamada “guerra cultural” enfrenta dos posturas sobre el significado y el uso de las tres ideas patriarcales que hemos contextualizado en el apartado anterior. Por un lado, las *tradwives* dicen que están resistiendo de manera desideologizada al relato dominante, la misandria, un relato que, según ellas, ha llegado a las

instituciones a través de lo que se conoce como “ideología woke” (etimológicamente «despertarse», «concienciarse»). Este concepto, según el filósofo Germán Cano, describe un supuesto “asalto exitoso” a instituciones como la universidad, los medios y el Estado, esto es, lo que antes era algo minoritario ahora estaría controlando el poder cultural (2023: 44). Por otro lado, las feministas argumentan que su crítica está dirigida a la falta de conciencia sobre el sistema patriarcal de las esposas tradicionales. Aseguran que aquellas que se dicen “feministas disidentes”, en realidad, son antifeministas porque siguen reproduciendo y legitimando los roles de género patriarcales. Además, la distorsión del origen de la opresión femenina ha llegado a tal punto que la disputa ahora se ve como un ataque personal a un estilo de vida legítimo, algo que se considera poco feminista y demasiado puritano. Así, estamos viendo una inversión de los términos y las ideas en este debate, algo que intentaremos analizar en medio de la polarización social.

Originalmente, el movimiento de esposas tradicionales surge entre “mujeres blancas conservadoras del sur de Estados Unidos” que comparten prácticas identitarias en sus redes sociales, especialmente en *Instagram*. Estas mujeres defienden un rol “ideal” de la mujer/esposa de los años 50, centrado en el control del hogar (Canale, 2023: 361). Su inspiración principal es el libro *Fascinating Womanhood* de Helen Andelin, publicado en 1963, cuya máxima es que la base de un matrimonio feliz es la feminidad ideal, que permite “manipular a los hombres”, aunque reconociendo su superioridad. Sin embargo, este discurso, que busca parecer neutral, promueve ideas nacionalistas y supremacistas blancas, al tiempo que refuerza la división patriarcal entre las “madres” y las “putas” (De Miguel, 2008: 29)<sup>1</sup>. En sus publicaciones, dan consejos para ser “la esposa perfecta”, viéndose a sí mismas como el modelo de “mujeres de verdad” frente a las “malas mujeres” o las “radicales/feminazis”. Aunque se consideran feministas en su versión disidente, rechazan el cuestionamiento del sistema patriarcal, y lo tachan de neopuritanismo, relacionado con lo políticamente correcto y la criminalización de la protesta.

La “cancelación” es el término que se usa para describir esta práctica digital, relacionada con el debate sobre la moralidad sexual y circunscrita al contexto de la guerra cultural. Las neopuritanas son feministas que “se posicionan poderosamente en torno al ejercicio del poder y el señalamiento de conductas sexualmente inapropiadas, la censura de obras y autores y la perpetua victimización e infantilización de todas las mujeres” (Lijtmaer, 2019: 31). De hecho, “muchas tradwives visten su antifeminismo como una insignia, defendiendo una falsa dicotomía «feminismo versus feminidad» y luchando contra lo que ellas conciben como una marea creciente de retórica woke antifemenina” (Proctor, 2022: 9). Lo que responde a una política identitaria, donde sus esposos también apoyan estas prácticas que están relacionadas con ideologías supremacistas blancas, mientras reclaman ser el “verdadero feminismo” (Canale, 2023: 361). Así, bajo el mismo marco neoliberal y patriarcal, encontramos relaciones de antifeminismo, nacionalismo y supremacismo blanco en el movimiento #tradwives. En este caso, el término “neoliberal” se refiere a una fase del capitalismo que promueve la sostenibilidad del sistema afectivo mediante la colonización cultural, usando estrategias como el *coaching* y el “club de las 5 de la mañana” (Benito y Rodríguez, 2020). En el caso de las esposas tradicionales, se capitaliza la feminidad como una forma de atraer la atención a discursos ultraconservadores que apoyan el supremacismo blanco y las nuevas derechas (Benito y Rodríguez, 2020; Cabezas y Vega, 2022). Esto se alinea con objetivos políticos y un trabajo ideológico que intenta disfrazar una agenda reaccionaria frente a la institucionalización y popularización del feminismo en forma de políticas públicas, divulgación y bienes culturales. Según señala el trabajo de *Emakunde*, los partidos de extrema derecha “defienden una visión de la mujer que se opone a las mujeres feministas, descritas como radicales y alejadas del sentido común” (2024: 29). Pero es que además instrumentalizan una feminidad libre de cualquier tipo de desigualdad social a través de “un discurso emocional que se basa en la utilización de un lenguaje simple y directo con repetición de adjetivos descalificativos y eslóganes” como el de Monasterio «No hables en mi nombre» (2024: 29). Fenómeno que Marta Cabezas ha denominado “apropiación parasitaria” del feminismo.

Con todo, las *tradwives* acusan al feminismo de dar por hecho que todas las mujeres son infelices y están oprimidas, mientras que su vida plena compartida en *Instagram* habría refutado la idea, supuestamente promovida por el feminismo, de que todos los hombres son misóginos y/o violentos. Así, este movimiento ultraconservador se defiende de los calificativos negativos al considerarse víctimas del feminismo. Primero, sienten que las feministas las infantilizan y responden mostrándose como mujeres empoderadas que eligen ser esposas tradicionales. Aseguran que tienen relaciones sanas y consensuadas con sus maridos, defendiendo la libertad de elección. Segundo, buscan apropiarse del feminismo al defender un modelo de feminidad antigua, que consideran el correcto, y reclaman la libertad para vivirlo en su día a día. Y, por último, su estilo de vida está marcado por el componente de clase, ya que su discurso se enfoca en la productividad y el lujo, propio de las clases ociosas, tal como lo explicó el sociólogo Thorstein Veblen (2004 [1899]). Este discurso se conecta hoy con la relación entre la marca personal y la feminidad, visible en tendencias digitales como “*I’m just a girl*”.

Todas ellas forman parte del negocio de estos espacios virtuales corporativos como *Instagram* o *TikTok*, que muchas veces confundimos con el espacio público. Ante el incandescente resplandor del consumismo, vendemos nuestro tiempo a estas plataformas a cambio de estímulos que buscan enterrar la soledad

<sup>1</sup> La cita completa a la que alude es la siguiente: “La prostitución afecta a todas las mujeres al dividir las entre las madres-esposas y las putas, las célebres mujeres públicas que pueden ser de todos” (De Miguel 2008: 29). La clásica disputa entre las putas y las madres permite la supervivencia de la familia en las civilizaciones occidentales desde las primeras ciudades griegas y romanas, como señala la profesora María José Barahona en la investigación “Consentimiento y coacción” (2012), dirigida por Rosa Cobo Bedia y financiada por el Instituto de las Mujeres.

neoliberal. A esta sobreoferta de contenidos mediáticos, Herbert A. Simon (1978) la denominó “economía de la atención”, precisamente por eso, porque en el capitalismo la atención se convierte en un bien escaso. Esta tesis adquiere actualidad con respecto a las *tradwives* en la medida en que la necesidad de reconquistar una identidad hiperfemenina se vehicula a través del consumismo. Atrayendo a las mujeres mediante imágenes *naif* evocan tiempos pasados desde una óptica nostálgica que permite transportar mensajes patriarcales sin grandes esfuerzos. En palabras de Alicia Puleo (2000), la diferencia entre el patriarcado de coerción y de consentimiento radica en que en este último “será el propio sujeto quien busque ansiosamente cumplir el mandato, en este caso a través de las imágenes de la feminidad normativa contemporánea”. En 2024, esta normatividad patriarcal se alimenta de la masividad de las redes sociales. Solo necesitan que pasemos nuestro tiempo dentro de su espacio virtual, el solo estar, el solo transitar con los dedos y los ojos produce datos y nuevos patriarcados de consentimiento.

### 3. Objetivos

Este trabajo busca advertir sobre el impacto negativo de la deriva ultraconservadora y reaccionaria que se articula desde una creencia acrítica en los mandatos patriarcales y capitalistas. Esta postura se presenta como respuesta antidemocrática frente a la desafección política y feminista contemporánea. Para ello, se ha realizado una etnografía digital y un análisis crítico del discurso con perspectiva feminista (ACDF) (Azpiazu Carballo, 2014), centrado en los perfiles de Instagram de Estee Williams y Roro Bueno, dos mujeres jóvenes de distintas nacionalidades que representan el fenómeno tradwife desde contextos diversos.

Aunque se consideró incluir a Nara Smith por su visibilidad mediática, se descartó su caso al entender que su rol como modelo profesional podría desvirtuar el análisis, al tratarse más de una actividad laboral que de una expresión ideológica. No obstante, se reconoce el interés futuro de estudiar cómo se modulan los discursos tradwife en mujeres negras, fuera del marco del supremacismo blanco. El foco principal está en evidenciar la fuerza de los mandatos de género cuando las mujeres monetizan su imagen patriarcal en redes sociales.

**Los objetivos de la investigación fueron:**

1. **Analizar el concepto de “tradición” dentro del movimiento #tradwives:** Explorar qué se entiende por tradición y cómo se vincula con los roles de género promovidos por este colectivo.
2. **Examinar la ideología subyacente en las publicaciones** sobre recetas, moda, maternidad y matrimonio: Identificar cómo se articulan valores morales y políticos que refuerzan el antifeminismo offline y se insertan en la economía de la atención.
3. **Identificar los factores comunes que reconfiguran la feminidad conservadora a partir de mitos patriarcales:** Investigar qué elementos históricos se recuperan y qué condiciones actuales permiten su proliferación.
4. **Comparar los perfiles de Roro Bueno y Estee Williams para evaluar su influencia en la manosfera:** Analizar cómo cada una contribuye a la expansión de discursos antifeministas y de extrema derecha, y en qué medida Roro Bueno encaja en el modelo estadounidense representado por Williams.

### 4. Resultados

Los casos de **Estee Williams** y **Roro Bueno** se seleccionaron por su contraste cultural (Estados Unidos-España), su alcance digital y su papel en la construcción discursiva de una feminidad patriarcal entre mujeres de la **Generación Z**. Ambos perfiles muestran cómo el discurso *#tradwife* se adapta a contextos distintos sin perder sus principios de domesticidad, sumisión y rentabilización de la imagen femenina.

#### 4.1. Caso 1: Estee Williams – La Biblia como guión doméstico

Estee Williams es la esposa tradicional más influyente en Instagram. Vive en Los Ángeles y dejó la universidad para cumplir su sueño de ser ama de casa tradicional, algo que ya deseaba antes de unirse al movimiento, como menciona en una entrevista con la *youtuber* argentina Valentina Ortiz. Williams defiende el derecho al voto de las mujeres y a la educación universitaria, pero considera que el feminismo “ha ido demasiado lejos”<sup>2</sup>. Por eso usa frecuentemente términos como “sistema de valores”, “tradicional” y “creencias”. Esta forma retórica conecta la estética hiperfemenina con un imaginario político y religioso específico desde que su crítica al feminismo se centra en la idea de que este habla de “engaños y abusos de los hombres” (LEV, 2023: 20.30-20.34), mientras que ella afirma que “la Biblia ya contempla que las mujeres deben dejar a su marido si él la está lastimando” (LEV, 2023: 21.08-21.15). En resumen, condena moralmente algunas violencias patriarcales, pero solo las mortales, como las que atentan contra la integridad física de las mujeres y no así los mandatos de obediencia.

<sup>2</sup> Al igual que consideran el 44 % de los hombres jóvenes españoles, según la Encuesta del CIS del 2024.



Figura 1. Muestra del uso de la Biblia para explicar el papel de esposa tradicional



Fuente: Extraída de redes sociales y analizada en el contexto de la investigación.

Aquí se muestra claramente la conexión entre la falsa elección personal, los valores tradicionales y “la creencia de que los sexos biológicos tienen roles de género bíblicos” (Tebaldi y Baran, 2023: 3). Las *tradwives* defienden que no necesitan un título universitario para sentirse realizadas como mujeres y se sienten atacadas por las feministas, que las acusan de regresar a un modelo patriarcal del pasado. Sin embargo, ellas aseguran que este estilo de vida femenino es una forma lícita de feminismo. Proponen el concepto de “*choice feminism*”, para el que todas las elecciones de las mujeres son feministas, solo por ser hechas por ellas (Proctor, 2022: 9). No obstante, este concepto carece de contenido semántico, es un significante vacío, siguiendo a Ernest Laclau y Chantal Mouffe (1985). Por lo tanto, podríamos hablar de un feminismo populista, pero ni tan siquiera es feminismo. Que estemos hablando de populismo en relación al neoliberalismo dentro del ambiente digital de las *tradwives* solo tiene una explicación posible: el patriarcado pone las reglas y el capitalismo hace caja.

Para explicar cómo se usa lo políticamente correcto desde una perspectiva neoliberal y neoconservadora, analizamos los discursos de Estee Williams en *Instagram* y los videos de Roro Bueno en *TikTok*. El principal argumento de las esposas tradicionales es que se sienten víctimas del feminismo. Sin embargo, confunden las críticas feministas al modelo económico y social con juicios morales sobre su forma de vida. Ellas contraargumentan invirtiendo la carga de la prueba: “creo que el feminismo moderno se contradice [en torno a] la elección” ya que emplea una “doble moral feminista” hacia otras formas de vida diferentes a la suya (LEV, 2023: 24.36-24.42). Y, como respuesta, ridiculizan y demonizan a las mujeres feministas al comparar de manera engañosa sus estilos de vida, creencias y valores. Esta caricatura cumple con lo que María Cumplido señaló en 2021, que se han usado términos como “feminista liberal” y “feminista radical” para “hacer entender en un primer momento que existen diferentes (y opuestas) visiones feministas, y para posteriormente tratar de expulsar a las feministas (radicales) de su propio movimiento político usando calificativos despectivos” (2021: 11).

Figura 2. Representación dicotómica de dos bandos de mujeres: feministas vs. tradwives



Fuente: Extraída de Sitler-Elber (2021: 29).

El segundo elemento distintivo es la estética “*coquette*” que siguen muchas mujeres y niñas, principalmente de la Generación Z. Buscan una imagen delicada, despreocupada y muy femenina, que, aunque está bien pensada, da la impresión de una vida centrada solo en el ocio (Scaringi, 2024). La divulgadora y filósofa Ayme Román se pregunta en un video-ensayo: “¿Cómo hemos pasado de la misoginia interiorizada a una feminidad exagerada como resistencia? ¿Y por qué esto puede ser problemático?” Román alerta sobre la

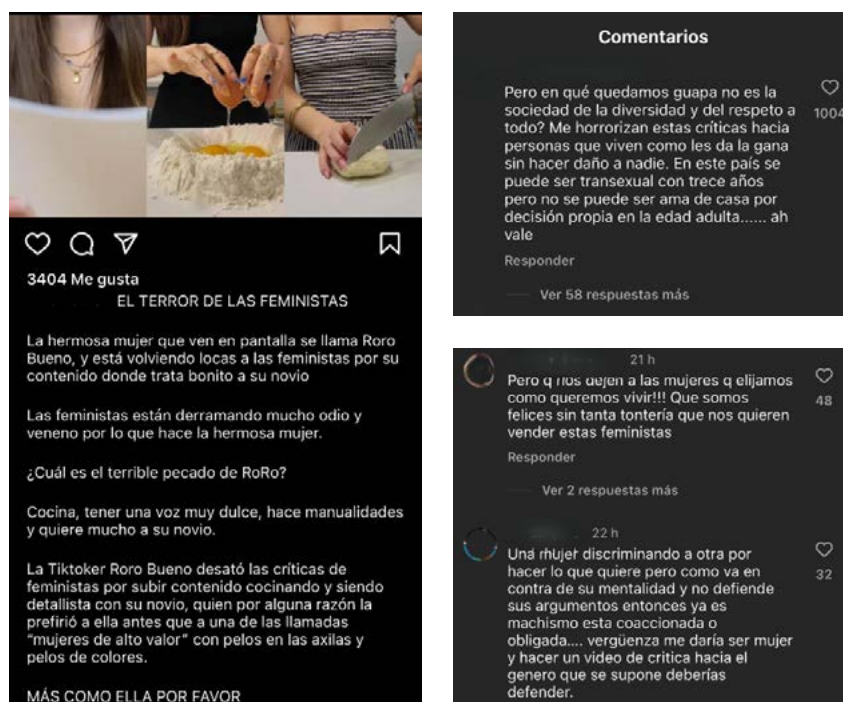
complejidad del empoderamiento, ya que algunas críticas feministas a prácticas cotidianas como maquillarse o vestir de manera “sexy” son vistas como poco efectivas o ilegítimas. En este contexto, “también se enmarcaría el fenómeno #tradwife, en el retorno de la hiperfeminidad y de este giro conservador de género que están protagonizando algunos sectores de la Generación Z” (Román, 2024: 1:49). Además, recuerda cómo el fenómeno “*Pick Me Girl*” se burla de la feminidad y busca la aprobación masculina para reafirmar la individualidad.

El tercer punto es la mezcla de sexualización e infantilización, que se logra con la voz “*Fundie baby voice*” (una voz femenina suave, dulce y casi como la de una niña), similar al “ASMR” (un sonido que genera calma). El contenido viral sigue la moda de los vídeos “Hazlo tú misma” y tiene una estética parecida a los “*Get Ready With Me*” (“Prepárate conmigo”), donde no solo se muestra cómo hacer algo, sino también el contexto detrás de la actividad. Por ejemplo, Roro Bueno explica por qué lo hace para su novio, y Estee Williams narra sus acciones domésticas en relación a su marido. Así que, lejos de influir exclusivamente en moda o cocina, estos vídeos muestran una imagen pública atravesada por fuertes componentes de género, clase y supremacismo blanco.

#### 4.2. Caso 2: Roro Bueno – La performatividad de la sumisión

En el caso de la *influencer* española Roro Bueno, no se trata de maternidad, pero sí de infantilización y principios patriarcales en las parejas jóvenes. El hecho de idealizar una vida sin trabajo, enfocada en su novio, muestra que este mensaje ha tenido éxito en las redes y pronto se verá su efecto. La tendencia de hacer cosas por una misma se presenta como una forma de romper con el consumismo del neoliberalismo. Sin embargo, lo que realmente se esconde tras los vídeos de Roro Bueno es la sumisión de la mujer al hombre y la influencia del patriarcado. Algunos piensan que lo que sucede *online* se queda ahí o que Roro se hizo famosa por la aprobación social, como aseguran los medios que la entrevistan<sup>3</sup>. Otros, como los medios conservadores, defienden a Roro en 2024, mostrando su título universitario, demostrando que las tareas con su novio son equitativas, y presentando una entrevista en la que ella dice no ser una “*tradwife*” y que solo se inspiró en el contenido sin pertenecer al movimiento<sup>4</sup>. Además, insisten en que las feministas la critican demasiado, basándose solo en vídeos cortos. En cuanto a su “*Fundie baby voice*”, explica que lo hace por razones narrativas, para personalizar la tendencia “Hacer de cero” y que no está relacionada con la sumisión de las esposas tradicionales. En *El Español*, por ejemplo, leemos: “Roro asegura que no pone ningún tipo de énfasis en su voz, ni busca retransmitir ningún mensaje retrogrado” (Cilleruelo, 2024).

Figuras 3, 4 y 5. Muestra de comentarios en defensa del movimiento *tradwives*



Fuente: Extraídos de redes sociales y analizados en el contexto de la investigación.

<sup>3</sup> Zapeando, LaSexta. (25 de junio de 2024): “Roro, la tiktoker viral, confiesa cuál es la receta que no pudo hacerle a su novio Pablo”. <https://www.lasexta.com/programas/zapeando/roro-tiktoker-viral>. Véase también ¿Quién es Roro Bueno, la TikTok que generó polémica por hacer recetas para su novio?; RoRo Bueno, la copia de las ‘tradwives’ americanas en España que se ha convertido en el foco de los memes: “Hoy a Pablo le apetecía...”; destacando el título del Marca: Quién es Roro Bueno, la joven que ha conquistado TikTok haciendo recetas para su novio y que enfurece a las feministas.

<sup>4</sup> Cilleruelo, Andrea G. (20 de julio de 2024): “Toda la verdad sobre Roro, la novia viral de Pablo a la que tachan de sumisa: «Él es el que limpia en casa»”, *El Español*. <https://www.elespanol.com/reportajes/>

Pero la violencia del discurso es real y se ve claramente en los comentarios misóginos hacia la joven *influencer* española, como: “Pablo, embarázala”; “No la dejes escapar”; “Ya no quedan tan perfectas” (*Instagram*, 2024; anonimizado). Estos comentarios trasladan la idea de que las mujeres jóvenes, especialmente las feministas, son insoportables porque ya no toleran ser tratadas como objetos sexuales y trabajadoras domésticas. En este sentido, lo que parecía una simple receta, al mirarlo desde una perspectiva de género, revela al menos dos mitos patriarcales. El primero es la creencia de que las mujeres deben regresar al modelo tradicional porque, según algunos, “será lo mejor para ellas”, mostrando la felicidad de las esposas tradicionales que sirven a sus maridos.

#### 4.3. Discusión comparada – La estética como trabajo ideológico

Este fenómeno abre espacio para nuevos discursos antifeministas que utilizan los sectores conservadores con fines políticos. Se reconstruyen ideales que no necesitan cumplirse completamente, pero que abren paso a un cambio cultural a través de la domesticación directa de las mujeres. Ver a una *influencer* feliz haciendo cosas para su novio desafía la idea de la mujer independiente y libre que venían propagando las feministas, ese es su motor para convencer al público. El segundo mito patriarcal es una vieja figura teatral: “la perfecta casada”, que gira en torno a la exclusividad sexual y vital de las mujeres. Esta tendencia crea una imagen idealizada de la novia perfecta para la generación Z masculina, quienes aspiran a ser como Pablo. En resumen, el análisis feminista muestra cómo las redes sociales están influyendo en las nuevas generaciones, haciendo que las mujeres puedan perder la autonomía por la que lucharon nuestras abuelas, sigan las tendencias sin capacidad crítica y adopten la visión patriarcal sobre sí mismas, lo que Celia Amorós ha denominado “heterodesignación”. Al mismo tiempo, los hombres de la *manosfera* aprovechan el momento de auge de esta moda para hacer que sus parejas se concentren en servirles, para mantener su control sobre ellas una vez más en la historia.

Para finalizar de manera esperanzadora, queremos destacar que el ciberfeminismo también está usando las redes sociales para alertar sobre los riesgos de estos mandatos patriarcales. Varias referentes del feminismo español han desmontado los mitos que respaldan la estética “*coquette*”, relacionada con la economía de la atención, el consumismo, el supremacismo blanco y la extrema derecha. Entre ellas destacamos a la artista Yolanda Domínguez<sup>5</sup>, la política Rita Maestre<sup>6</sup>, la filósofa Ayme Román<sup>7</sup>, la eurodiputada María Eugenia Rodríguez Palop, y la Federación de Mujeres Jóvenes<sup>8</sup>. Yolanda Domínguez, en su análisis feminista, destaca el silencio de los medios de comunicación españoles sobre la sexualización e infantilización disfrazadas de estética bonita y entretenimiento fácil. Frente a esta banalización de la desigualdad de las mujeres, el feminismo responde: no se trata de culpar a las mujeres de colaborar con el patriarcado, sino de recordar que “lo personal es político” y que es nuestra responsabilidad advertir sobre el contexto y las conductas en las que se socializan las mujeres.

Figura 6. Muestra de activismo feminista español en *Instagram*



Fuente: Extraída de redes sociales y analizada en el contexto de la investigación.

<sup>5</sup> Domínguez, Yolanda (14 de julio de 2024): “¿Por qué los medios ensalzan a una tiktok que prepara sándwiches caseros a su novio?”, en *Artículo14*. <https://www.articulo14.es/opinion/>

<sup>6</sup> Maestre, Rita (19 de julio de 2024): “La Fundy Baby Voice es otra manera de decirnos a las mujeres cómo tenemos que ser y hablar. #feminism #tradwife #cooking #asmr” (*TikTok*). <https://www.tiktok.com/@ritamaestre/video/>

<sup>7</sup> Román, Ayme (5 de marzo de 2024): “TikTok, escapismo y ¿la caída del feminismo?” (*YouTube*). <https://www.youtube.com/watch>

<sup>8</sup> Federación de Mujeres Jóvenes (18 de julio de 2024): “Roro, las Tradwives, la propaganda encubierta y el antifeminismo” (*Instagram*). <https://www.instagram.com/federacionmujeresjovenes/>

En conclusión, la pregunta es: ¿realmente existe una elección libre en un contexto donde la única alternativa para evitar ser castigada por el patriarcado es seguir el modelo de la “mujer perfecta”, es decir, casada? Así es como funciona hoy en día la política sexual: los patriarcados del consentimiento se ocultan detrás de la ilusión de igualdad que ofrecen las sociedades que se presentan como avanzadas. Sin embargo, en términos de igualdad de trato, aún no se ha logrado. Las presiones sociales continúan dictando normas y expectativas que limitan la verdadera libertad femenina, disfrazadas de opciones que parecen igualitarias pero que en realidad refuerzan las estructuras patriarcales tradicionales.

#### 4.4. Conexión ideológica: esposas tradicionales y manosfera

Desde una perspectiva feminista, el análisis del discurso revela que las tradwives y la manosfera comparten una narrativa idéntica y complementaria. Ambas refuerzan modelos patriarcales de masculinidad y feminidad en un entorno de misoginia digital, donde se reproducen dinámicas de poder desde lados opuestos de la pantalla. Esta narrativa se articula en torno al mito de la libre elección, combinando dos argumentos clave: la victimización —que denuncia la infantilización de las feministas— y la disidencia —que redefine la libertad desde roles tradicionales.

La manosfera, entendida como un ecosistema digital de masculinidades heridas, discursos anti-género y comunidades supremacistas, actúa como contraparte estructural del fenómeno tradwife. Mientras estas mujeres promueven la sumisión femenina como ideal estético, la manosfera legitima la autoridad masculina como reacción emocional ante la pérdida percibida de privilegios (Ging, 2017). Ambos discursos se retroalimentan en una narrativa global de resentimiento posfeminista.

Políticamente, las tradwives construyen una estética hiperfemenina que enmascara el autoritarismo de su ideología (Love, 2020: 2). Presentan su estilo de vida como neutral y apolítico, en contraste con sus adversarios, a quienes acusan de promover una “colonización ideológica” (Canale, 2023: 362). Esta estrategia consiste en negar el trasfondo político de sus propias posturas mientras destacan el de los demás, promoviendo sistemas que naturalizan diversas formas de desigualdad. Se posicionan como líderes de opinión, apelando a mujeres jóvenes que se sienten juzgadas por el feminismo, y utilizan imágenes, lemas y consejos para difundir su mensaje. Aunque parecen desconectadas, estas prácticas están profundamente interrelacionadas y se expanden fácilmente a través de fronteras nacionales y políticas (Canale, 2023: 361; Tebaldi y Baran, 2023: 5).

Su ciberactivismo antifeminista se configura como una postura política y religiosa que construye un “adversario” sobredimensionado y demonizado (Canale, 2023: 362). A través de significantes flotantes como “ideología de género”, se vinculan conceptos como “la nueva izquierda global” o “el totalitarismo feminista”, en línea con las teorías de Laclau y Mouffe (1985). Este discurso se inserta en una red de conspiraciones propias de la Alt Right, que utiliza el “alter-activismo” (Pleyers, 2018) para renovar y expandir sus prácticas mediante la globalización, la era digital y la crisis de reproducción social.

Las tradwives experimentan lo que Patternote y Kuhar denominan “fatiga de género”, una reacción negativa al feminismo contemporáneo. Aunque no se consideran antifeministas, sus posturas tienen consecuencias adversas para las mujeres. En los patriarcados de consentimiento, no se oculta el rechazo al feminismo, sino que se busca reafirmar su centralidad en el poder (Cabezas y Vega, 2022: 14). En este contexto, las tradwives defienden roles tradicionales sin percibirlos como opresivos, promoviendo una idea errónea de libertad que permite ciertos derechos, pero siempre dentro de los límites del patriarcado. Niegan la existencia del patriarcado actual y consideran excesivas las demandas feministas sobre derechos laborales, sexuales y reproductivos.

Este discurso se articula con frases como “los techos de cristal ya no existen” o “eso en Occidente ya no pasa”, que reflejan una negación de la desigualdad de género, a pesar de los datos que demuestran lo contrario. Así, la rehabilitación de la figura de la esposa tradicional se inscribe en las luchas culturales impulsadas por las nuevas derechas, cuyas prácticas antigénero son estratégicas y productivas. La “ingeniería del hartazgo” se manifiesta en dos niveles: por un lado, construye pánico moral con relatos distópicos sobre la caída de la familia y la identidad moderna; por otro, convoca a la acción colectiva mediante activismo digital y protestas (Canale, 2023: 362).

Estas campañas antigénero surgen como respuesta a los avances en derechos de las mujeres, especialmente cuando se desestabiliza el modelo de familia tradicional. En este escenario, el género opera a través de significados y prácticas rizomáticas que se difunden principalmente en redes sociales (Cabezas y Vega, 2022: 12-13). El antifeminismo se adapta a contextos locales antes de expandirse globalmente, incorporando nuevos elementos semióticos e ideológicos (Tebaldi y Baran, 2023: 5). Aunque el movimiento tradwife utiliza símbolos menos agresivos, su pedagogía sigue siendo antifeminista.

En medio de la crisis de cuidados, resurge el modelo “male breadwinner”, que propone a las mujeres un destino vital basado en la colaboración “natural” con hombres proveedores (Sitler-Elber, 2021: 17; LEV, 2023). Esta narrativa invisibiliza la opresión femenina en sociedades neoliberales, donde la desigualdad se disfraza de igualdad formal. Tradwives y manosfera coinciden en la tesis del “hombre oprimido” y en la simplificación de la política sexual, reforzando el patriarcado desde una aparente libre elección.

Finalmente, estas mujeres influyentes construyen un enemigo global —la ideología de género— que amenaza la familia, los valores morales y la estabilidad social (Canale, 2023: 363). Emplean un lenguaje pseudo-democrático que instrumentaliza conceptos como libertad e igualdad contra el feminismo (Cabezas y Vega, 2022: 14). La estética se convierte en herramienta política, y el llamado “feminismo liberal” de las tradwives redefine el empoderamiento femenino desde la subordinación. Este discurso se conecta directamente con las nuevas derechas y la manosfera, que buscan restaurar una masculinidad patriarcal y una feminidad subordinada, vaciando de contenido la política sexual contemporánea.



## 5. Conclusiones

El análisis discursivo de las *influencers* Estee Williams y Roro Bueno confirma que el movimiento #Tradwives opera como un dispositivo ideológico que resignifica los roles de género en el entorno digital. A través de una estética hiperfemenina y emocionalmente cargada, se presenta la domesticidad y la sumisión como elecciones libres, reforzando un modelo de feminidad que se adapta a las lógicas del patriarcado de consentimiento y la economía de la atención.

En respuesta a los objetivos planteados, se observa que el concepto de “tradición” dentro del movimiento se asocia con una visión idealizada de las culturas occidentales blancas, cristianas y urbanas, como lo evidencian frases como “Remember Who You Are” acompañadas de imágenes de mujeres jóvenes con vestimenta tradicional europea (Proctor, 2022: 17). Esta representación excluye a otras identidades y refuerza valores nacionalistas y supremacistas, lo que permite entender el fenómeno como una exportación ideológica con tintes ultraconservadores.

La comparación entre Williams y Bueno revela cómo el discurso se glocaliza: mientras la primera articula su contenido desde una religiosidad explícita y una defensa del orden tradicional, la segunda lo adapta al contexto español mediante una estética aparentemente apolítica, donde la sumisión se disfraza de autenticidad, creatividad o romanticismo. Esta diferencia permite identificar las condiciones de posibilidad que reconfiguran la feminidad conservadora en función del entorno cultural, sin alterar su estructura ideológica.

Asimismo, se confirma que el movimiento *tradwife* no solo reproduce mitos patriarcales, sino que contribuye activamente a la consolidación de la manosfera, su contraparte masculina. Ambos espacios se retroalimentan en una narrativa global de resentimiento posfeminista, donde la romantización del trabajo doméstico y la estetización de la subordinación se convierten en estrategias eficaces para reinstalar el orden patriarcal bajo el disfraz de libertad individual.

En definitiva, los resultados permiten afirmar que el movimiento *tradwife* no es una simple tendencia estética, sino una práctica discursiva organizada que responde a la crisis de reproducción social en el capitalismo neoliberal. Su capacidad para adaptarse a distintos contextos culturales, viralizarse en redes sociales y construir un enemigo común —la ideología de género— lo convierte en una herramienta clave de las nuevas derechas para disputar el sentido de la igualdad y la libertad de las mujeres.

## 6. Bibliografía

- Althusser, L. (2008). *Ideología y aparatos ideológicos de Estado*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Álvarez-Benavides, A., y Jiménez Aguilar F. (2021). “La contraprogramación cultural de Vox: secularización, género y antifeminismo”. *Política y Sociedad*. 58(2), e62099. <https://revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/>
- Azpiazu Carballo, Jokin (2014): “Análisis crítico del discurso con perspectiva feminista”. En Azkue IM. (ed.). *Otras formas de (re)conocer. Reflexiones, herramientas y aplicaciones desde la investigación feminista*, pp. 111-124. Bilbao: UPV/EHU. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo>
- Beauvoir, S. (2005). *El segundo sexo*. Cátedra.
- Brown, W. (2021). *En las ruinas del neoliberalismo*. Traficantes de Sueños.
- Cabezas, M. y Vega, C. (2022). *La reacción patriarcal. Neoliberalismo autoritario, politización religiosa y nuevas derechas*. Bellatera Edicions.
- Canale, G. (2023). “Una caracterización del discurso anti-género/sexualidad y sus estrategias desde el Análisis Crítico del Discurso”. *Cadernos de Linguagem e Sociedade*, vol. 23, n.º 2, pp. 357-377. <https://orcid.org/0000-0001-5149-1442>
- Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) (2024): *Avance de resultados del estudio 3428. Percepciones sobre la igualdad entre hombres y mujeres y estereotipos de género*. Disponible en <https://www.cis.es/-/avance-de-resultados-del-estudio-3428>
- Cobo Bedia, R. (2012). *Informe proyecto investigación: Consentimiento y coacción. Prostitución y Políticas Públicas 2010 – 2012*. Universidad de la Coruña en colaboración con el Instituto de la Mujer. <https://www.inmujeres.gob.es/publicacioneselectronicas/>
- Cuenca, S. M.; Espinoza, J. E.; Bonisoli, L. (2020). *Engagement* en Instagram, ¿un asunto de género? *Revista Espacios*, vol. 41, n.º 17, pp. 18-24. <https://www.revistaespacios.com/>
- Cuenca-Piqueras, C.; González Moreno, M. J.; Checa Olmos, J. C. (2020). “¿Empoderadas u objetivadas? Análisis de las ciberfeminidades en las influencers de moda”. *Investigaciones Feministas*, vol. 12, n.º 1, pp. 19-30. <https://revistas.ucm.es/index.php/INFE/article/>
- Cumplido, M. (2021). “Los algoritmos de las redes sociales y el debate feminista” *Feminismo online. Reflexiones sociales, culturales y jurídicas sobre la brecha sexista en Internet* (Libro de resúmenes del I Congreso Internacional Feminismo Digital, Egregius Ediciones). <https://www.inmujeres.gob.es/publicacioneselectronicas/documentacion/>
- De Miguel, A. (2008). “Feminismo y juventud en las sociedades formalmente igualitarias”. *Revista de Estudios de Juventud*, vol. 83, pp. 29-46. <https://issuu.com/injuve/docs/revista83b>
- Domínguez, Y. (2024). *¿Por qué los medios ensalzan a una tiktok que prepara sándwiches caseros a su novio?* Disponible en <https://www.articulo14.es/opinion/>
- Emakunde. (2024). *Resistencias antifeministas*. Disponible en <https://www.emakunde.euskadi.eus/contenikdos/informacion/>
- Federación de Mujeres Jóvenes. (2024). *Roro, las Tradwives, la propaganda encubierta y el antifeminismo*. Disponible en <https://www.instagram.com/federacionmujeresjovenes/>
- Faludi, S. (1991). *Backlash: The Undeclared War Against American Women*. New York: Crown Publishers.

- Fraser, N. (2008). *Escalas de justicia*. Herder.
- Friedan, B. (2009). *La mística de la feminidad*. Cátedra.
- García Mingo, E. (2022). "(Re)configurando el imaginario sobre la violencia sexual desde el trabajo ideológico de la *manosfera* española". *Política y Sociedad*, vol. 59, n.º 1. <https://revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/>
- García Mingo, E. y Díaz Fernández, S. (2022). *Jóvenes en la Manosfera. Influencia de la misoginia digital en la percepción que tienen los hombres jóvenes de la violencia sexual*. Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud. Fundación Fad Juventud. Disponible en <https://www.centroreinasofia.org.pdf>
- García Mingo, E. (2024). PROYECTO DIVISAR. <https://www.proyectodivisar.com/>
- Giampaolo, N. (2019). "Valentina Ortiz: «El feminismo de pancarta y brillantina está haciendo estragos»". *Los Andes*. <https://www.losandes.com.ar/>
- Ging, D. (2017). "Alphas, betas, and incels: Theorizing the masculinities of the *manosphere*". *Men and Masculinities*, vol. 22, n.º 4, pp. 638-657. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1097184X17706401>
- Jiménez Aguilar, F. y Álvarez-Benavides, A. (2019). "Asociaciones Culturales de Ayuda Nacional: la emergencia de una extrema derecha alternativa en España". *Tiempo devorado*, vol. 6, n.º 1, pp. 54-83. <https://revistas.uab.cat/tdevorado/article/>
- Krendel, A. (2020). "The men and women, guys and girls of the '*manosphere*': A corpus-assisted discourse approach". *Discourse & Society*, vol. 31, n.º 6, pp. 607-630. <https://journals.sagepub.com/doi/>
- La Entropía de Valen (LEV). (2023). *En defensa de las tradwives: feministas vs. mujeres que eligen el tradicionalismo*. Disponible en <https://www.youtube.com/watch>
- Lerner, G. (2017). *La creación del patriarcado*. Pamplona: Katakarak.
- Lijtmaer, L. (2019). *Ofendidos. Sobre la criminalización de la protesta*. Anagrama.
- Love, N. S. (2020). "Shield Maidens, Fashy Femmes, and TradWives: Feminism, Patriarchy, and Right-Wing Populism". *Frontiers in Sociology*, vol. 5, art. 619572. <https://www.frontiersin.org/journals/sociology/articles/>
- Maestre, R. (2024). *La Fundy Baby Voice es otra manera de decirnos a las mujeres cómo tenemos que ser y hablar. #feminism #tradwife #cooking #asmr*. Disponible en <https://www.tiktok.com/@ritamaestre/video/>
- Millett, K. (2017). *Política sexual*. Cátedra.
- Pleyers, G. (2018). *Movimientos sociales en el siglo XXI*. Buenos Aires: CLACSO.
- Proctor, D. (2022). "The #tradwife persona and the rise of radicalized domesticity". *Persona Studies*, vol. 8, n.º 2, pp. 7-26. <https://ojs.deakin.edu.au/index.php/ps/article/>
- Puleo, A. (2000). *Filosofía, Género y pensamiento crítico*. Universidad de Valladolid.
- Román, A. (2024). *El fenómeno tradwife: Romantización de roles de género*. Disponible en <https://www.tiktok.com/@aymeroman/video/7398526916556344609>
- Román, A. (2024). *El problema con Roro, la tradwife española*. Disponible en <https://www.patreon.com/aymeroman?l=es>
- Román, A. (2024). *TikTok, escapismo y ¿la caída del feminismo?* Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=rMd41rJlceY>
- Rubio Martín, M. J. y Gordo López, Á. (2021). "La perspectiva tecnosocial feminista como antídoto para la *misoginia online*". *Revista Española de Sociología*, vol. 30, n.º 3, a64. <https://recyt.fecyt.es/index.php/res/article/>
- Sitler-Elbel, F. H. (2021). "From Swiffrs to Swastikas: How the #tradwife movement of conventional gender roles became synonymous with white supremacy". *Senior Projects Spring 2021*, 131. [https://digitalcommons.bard.edu/senproj\\_s2021/](https://digitalcommons.bard.edu/senproj_s2021/)
- Tebaldi, C. y Baran, D. (2023). "Of tradwives and TradCaths: The anti-genderism register in global nationalist movements". *Gender and Language*, vol. 17, n.º 1, pp. 1-13. <https://utppublishing.com/doi/10.1558/genl.25635>
- Veblen, T. (2004). *Teoría de la clase ociosa*. Alianza Editorial.