

‘Tradwives’: los peligros del antifeminismo camuflado de amor y cuidados que empieza a llegar a España

Por: Deva Mar Escobedo. 10/08/2024

Este fenómeno que aquí es “aún incipiente” tiene raíces claramente conservadoras y antifeministas; vende a las mujeres la idea de que la felicidad pasa por volver a la división sexual del trabajo y crea una fantasía para los hombres que se sienten damnificados por las décadas de avances en igualdad.

Son mujeres mayoritariamente blancas, de clase media-alta y normativas. Ponen una voz aguda al hablar y sonrían levemente mientras preparan una receta elaborada para un novio o un marido que volverá a casa a la noche. Van despampanantes; no parecen preocuparles los problemas de higiene si cocinan con anillos o con el pelo largo suelto, ni que la harina u otros ingredientes les manchen sus vestidos. Sus criaturas correteando por la casa no les restan un ápice de calma. Son las [tradwives](#) —mezcla de *traditional* y *wife* (tradicional y esposa)—, un fenómeno en las redes sociales estadounidenses que comienza a verse de forma incipiente en España.

Las *tradwives* son mujeres con una estética que evoca a mediados del siglo pasado, aunque a veces con un toque más moderno y ligeramente sensual. En sus vídeos cocinan o cuidan la casa mientras hablan de lo bien que les sienta ese estilo de vida. “Te venden una fantasía a ti, que estás cansada de tu trabajo, y te dicen que la felicidad real pasa por esa feminidad rígida y la vuelta a la división sexual del trabajo”, analiza Silvia Díaz, socióloga y coautora del informe [Jóvenes en la manosfera](#). Este mensaje no siempre es explícito, sino que queda implícito a veces a través de la estética: “Una apariencia de los años 50 contextualizada hoy es ideología”, afirma Díaz.

La predisposición a llegar a formar parte de la “radicalización *tradwife*” depende de cada persona, dice Díaz, pero “es difícil no caer en esta fantasía de que la felicidad está tan cerca de ti, que solo tienes que abandonar el feminismo y dedicarte a tu vida ‘natural’ de cuidar” porque apela a “sentimientos muy primarios”.

Para esta investigadora, el contenido *tradwife* no está solo dirigido a mujeres. Apela también a hombres que sienten que los avances del feminismo han menoscabado su hombría y reafirma su masculinidad mostrando a “una mujer con voz aniñada, sumisa, que nunca te va a decir que no y además tiene buen cuerpo”, explica la socióloga. En este caso, crear real la *performance* de este tipo de contenido depende mucho de la edad: “No es lo mismo consumir estos vídeos siendo un hombre de 35 que un preadolescente de 12”, declara Díaz.

Las creadoras de contenido *tradwife* idealizan una vuelta al siglo pasado y un abandono del mercado de trabajo por parte de las mujeres, que quedarían sin fuentes de ingresos propias. Esto choca con la realidad de la mayoría de estas *influencers*: son empresarias cuyo trabajo es crear contenido en redes sociales y monetizarlo. La contradicción de vender una realidad que no querrías para ti no es nueva: “Está pasando como con la Sección Femenina: se encargaba de crear la idea del ‘ángel del hogar’ para las mujeres, pero sus lideresas eran todo lo contrario; mujeres independientes y solteras que ocupaban espacios y labores públicas”, contextualiza Sara López, historiadora y cofundadora de [Herstóricas](#).

Un fenómeno político

Los tres millones y medio de seguidores en TikTok de la *influencer* española RoRo están acostumbrados al guion de sus vídeos: su pareja le pide algo, ella le da salida a su petición, normalmente con una receta que lleva horas preparar, y su novio acaba contento. Esta empresaria es la única creadora de contenido *tradwife* con mucho seguimiento en España. Por lo menos de momento, pues Silvia Díaz ve este fenómeno como “aún incipiente”: “No sé si va a explotar como hizo la [manosfera](#); habrá que monitorearlo”.

Este tipo de contenido llega a España desde Estados Unidos, donde ha ganado prominencia desde 2020. A diferencia de RoRo, allí tienen un discurso político explícito y claramente antifeminista y de derechas. [Un estudio de la Universidad de Massey](#) siguió durante diez meses a un total de 36 *influencers* de esta tendencia y encontró que “estas mujeres usan la radicalización ideológica y una comprensión sofisticada de las redes sociales para mercantilizar ideología de derechas”.

En Estados Unidos, las mujeres que se graban fingiendo ser una “esposa tradicional” no solo lo venden como deseable, sino que cargan de mensajes políticos

sus vídeos. El estudio antes mencionado concluye que todas se encuadran de forma más o menos extrema en la derecha política, desde conservadoras a supremacistas blancas o fundamentalistas religiosas. La comunidad online *The Tradwife Club* tiene como lema “fe, feminidad, estilo de vida y matrimonio” y entre sus consejos culinarios se vislumbra la ideología detrás: frases como “lo que hoy aprendemos se lo enseñaremos a nuestras hijas” o alusiones a dejar el trabajo o a educar a la prole fuera del sistema educativo reglado.

El caso español no es tan extremo. En una [entrevista en Espejo Público](#), RoRo aclaraba que su novio no le pide nada, sino que forma todo parte de un teatro: ella lleva las riendas. No se somete a su pareja y su vida tal y como la muestra en sus vídeos es parte del *show*, pero algunos de sus seguidores no son conscientes de que lo que ven no es real: cuando se viralizó en Twitter un vídeo de la *influencer*, fueron varios los hombres que salieron a decir “esto es todo lo que pedimos” y a asegurar que RoRo “es la novia perfecta”. Díaz ve “peligroso” que algunos hombres piensen que la *performance* es realidad y exijan ese modelo a sus parejas: “A estos hombres les atrae la fantasía de la mujer que está hecha para él; no quieren una compañera de vida que les aporte, sino que les dé: quieren consumir su mano de obra y su cuerpo. Las *tradwives* restauran el poder masculino patriarcal que se ha ido diluyendo en los últimos años”, opina.

Una vuelta a los años 50

Monica Ainley, periodista, probó a principios de este año a [vivir durante una semana la vida de una tradwife](#). Dejó de trabajar para dedicarse en exclusiva a la crianza y al cuidado de sus hijos y pidió a su marido una paga diaria para no usar su propio dinero. Se sintió aburrída y “muerta por dentro”, cuenta en un artículo en la revista *Vogue Britain*: “Mi mundo es diminuto comparado con el suyo [el de su marido], es como si viviera vicariamente a través de lo que él me cuenta”. Esta sensación también la tenían las mujeres estadounidenses de los años 50, la época a la que remiten las *tradwives*: “Mujeres que han estudiado en las universidades y trabajado en el periodo de entreguerras se ven recluidas en casa al casarse y se preguntan al acostarse si eso es todo lo que les espera en la vida”, explica la historiadora Sara López.

A las mujeres de ese periodo histórico [les habían vendido que la felicidad era tener la casa perfecta y un aspecto cuidado, pero “es imposible que te llene algo que te han metido a capón”](#)

, opina López, que señala que en ese momento aumentó el consumo de antidepresivos. Aun así, los mensajes sociales que impulsaban a las mujeres de entonces a dedicarse en exclusiva al hogar pueden tener sus ecos hoy: aunque Monica Ainley cerró su experimento concluyendo no quería ser una “esposa tradicional”, en algunos momentos se cuestionó si esa vida podía ser para ella: “Tal vez mi vocación sea servir a las tres personas que más quiero [su marido e hijos]”.

Para Silvia Díaz, el posible atractivo para las mujeres de la vida *tradwifees* que estas creadoras de contenido la plantean en términos de cambiar la ansiedad y el estrés del trabajo asalariado por los cuidados y el amor en el hogar. Prometen que la realización personal que tal vez no estés consiguiendo en el mundo laboral la conseguirás si abandonas la esfera pública. “Estoy en mi casa tranquila, en paz; no me realiza hacer informes, sino hacerle una papilla a mi niña o un salmón al horno a mi marido”, ejemplifica Díaz.

Las *tradwives* estadounidenses encuentran su vida ideal en los [roles de género existentes en los años 50](#), pero [no hace falta irse tan lejos en el caso español](#) para encontrar esa sumisión a la pareja: el Código Civil franquista recogía la obligación de las esposas de obedecer a sus maridos. Además, la licencia marital vigente hasta 1975 les prohibía abrir una cuenta bancaria o firmar un contrato sin permiso de su esposo. Cumplir las normas legales no bastaba para que el régimen dejara tranquilas a las mujeres: para todas aquellas que consideraba “descarriadas” —desde ejercer la prostitución a llevar minifalda o militar en el antifranquismo— estaba el [encierro y adoctrinamiento nacionalcatólico del Patronato de Protección de la Mujer](#).

[LEER EL ARTÍCULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ](#)

Fotografía: Rebelión

Fecha de creación

2024/08/10