

**TRADWIVES: LA REACCIÓN FEMENINA A LOS AVANCES FEMINISTAS DE LA CUARTA OLA***Tradwives: the female backlash to the advancements of fourth-wave feminism***Rosa Márquez de la Orden**[rosa\\_marquez25@hotmail.com](mailto:rosa_marquez25@hotmail.com)

Universidad Rey Juan Carlos - España

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9155-293X>**María Martínez Sánchez**[martinezsanch@gmail.com](mailto:martinezsanch@gmail.com)

Universidad Rey Juan Carlos

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1091-7245>*Recibido:* 15-03-2025*Aceptado:* 07-04-2025**Resumen**

La cuarta ola feminista enfrenta una fuerte reacción en el espacio digital, en el que han emergido comunidades como las *tradwives* o ‘esposas tradicionales’ que promueven el retorno a los viejos roles de género. Este artículo analiza el fenómeno a través del tratamiento en prensa de la influencer RoRo Bueno, por ser la primera española a la que se ha vinculado con este movimiento. Mediante el método del Análisis Crítico del Discurso, se identifican dos posturas encontradas: los que critican su figura por representar un retroceso en materia de igualdad y los que la defienden, amparándose en la libre elección de las mujeres. La polarización del discurso mediático evidencia el choque social entre los avances feministas y la respuesta conservadora.

**Palabras clave:** *tradwife*, cuarta ola, redes sociales, antifeminismo, manosfera.**Abstract**

The fourth wave of feminism faces a strong backlash in the digital space, where communities like *tradwives* or ‘traditional wives’ have emerged, advocating for the return to old gender roles. This article analyses the phenomenon through media coverage of influencer RoRo Bueno, the first Spanish personality linked to this movement. Using the Critical Discourse Analysis method, two opposing perspectives are identified: those who criticize her as a setback for gender equality and those who defend her, arguing for women’s freedom of choice. The polarization of media discourse highlights the social clash between feminist advancements and the conservative response.

**Keywords:** *tradwife*, fourth wave, social media, antifeminism, mansphere.

## 1. Introducción

Las multitudinarias movilizaciones de mujeres que desde mediados de la década de 2010 hasta hoy están teniendo lugar en distintos países del mundo han convertido al feminismo en un movimiento de masas, globalizado y con una amplia aceptación social, incluso por parte de los varones y de otros sectores ajenos a sus demandas. Esta cuarta ola feminista, como ya ha sido definida por expertas y académicas (Cobo, 2021; Cochrane, 2013; Varela, 2023), se caracteriza por el activismo digital y el uso de las redes sociales como herramientas para la movilización política. El movimiento #MeToo, surgido en 2017 en apoyo a las mujeres que denunciaron al magnate de Hollywood Harvey Weinstein, se considera un punto de inflexión dentro de esta nueva ola articulada en torno a la violencia sexual (Zimmerman, 2023). Las denuncias de acoso y agresiones machistas en internet se hicieron globales y el hashtag #MeToo tuvo variantes en otros idiomas, como el francés #BalanceTonPorc «denuncia a tu cerdo», el hebreo נונטמָה# «nosotras también» o el italiano #QuellaVoltaChe «aquella vez que». El fenómeno puso en evidencia la impunidad de los agresores y el fracaso general de los Estados de todo el mundo en su obligación de proteger a la mitad de la ciudadanía de una violencia que, como se demostró, era estructural y cotidiana (Muñoz Saavedra, 2019). En España una violación múltiple perpetrada en Pamplona durante los Sanfermines de 2016 a una joven de 18 años tuvo un alto impacto mediático y social, con manifestaciones y protestas feministas por todo el país. El cuestionamiento a la denunciante y el fuerte descontento por la sentencia, que condenaba a los cinco acusados por abuso sexual en lugar de agresión, dieron lugar al hashtag #YoSíTeCreo que se viralizó en abril de 2018. Sin embargo, en paralelo surgió el #YoNoTeCreo para poner en jaque la credibilidad de la joven y revertir los términos víctima-agresor (Núñez Puente y Fernández Romero, 2019).

Como ya advirtió Susan Faludi (1993), a cada ola que desafía la hegemonía patriarcal le sigue una reacción política contra las mujeres que trata de frenar cualquier intento profundo de transformación. Una vez superados ciertos obstáculos, se extiende la idea de que la igualdad ya se ha logrado y que exigir más derechos es ir “demasiado lejos”, de modo que quienes se atreven a cuestionar esto o señalar la existencia de nuevas desigualdades reciben ataques furibundos y una fuerte oposición (Miyares, 2021). El éxito de la cuarta ola ha venido acompañado de un duro contraataque por parte de distintos grupos reaccionarios que también han encontrado en el ecosistema digital un lugar perfecto para expandir los discursos de odio y la misoginia. Bajo el término manosférica engloban distintas comunidades de hombres surgidas en internet como oposición al feminismo y a los cambios sociales que este promueve (García-Mingo y Díaz Fernández, 2023). Pese a su diversidad, comparten rasgos comunes como el esencialismo de género, el victimismo masculino y un sentimiento de pérdida de derechos por parte de los hombres blancos heterosexuales en favor de las mujeres y del colectivo LGTBI (García-Mingo y Díaz Fernández, 2023; Kimmel, 2019). El auge de la manosférica ha movilizado el voto de la extrema derecha y ha propiciado la llegada al poder de líderes abiertamente machistas como Vicktor Orban, Jail Bolsonaro o Donald Trump (Nagle, 2018). En

España, el partido ultra Vox pasó en menos de dos años de no tener representación parlamentaria a convertirse en la tercera fuerza política del país (González, 2019). Su banalización de la violencia machista y su oposición al feminismo, al que califican de “ideología de género”, han calado en amplios sectores de la sociedad, hasta el punto de que en 2023 una encuesta mostró que el 23,1% de los hombres entre 15 y 29 años eran negacionistas de la violencia machista. Esto supone un aumento de once puntos con respecto a 2019, cuando solo pensaban así un 12% de los varones en esa franja de edad (Rodríguez *et al.*, 2023).

Estos movimientos reaccionarios están formados en su mayoría por hombres, pero también cuentan con la participación en ellos de algunas mujeres opuestas al feminismo. En el contexto de la manosfera española se han dejado notar bajo el hashtag #TeamAlienadas (Díaz Fernández, García-Mingo y Fuentes 2023), mientras que en Estados Unidos han surgido grupos como las *Shiel Maidens* o las *Fashy Femmes* vinculados a la derecha alternativa (Love, 2020). Sin embargo, el colectivo más numeroso y el que más interés mediático ha despertado hasta el momento es el de las *tradwives*. Bajo este término, abreviatura de *tradicional wives*, cuya traducción al español sería esposas tradicionales, se engloba a aquellas mujeres heterosexuales que reafirman las nociones de los roles “naturales” de las mujeres como esposas y madres y buscan estatus a través del trabajo doméstico (Llanera, 2023). Muchas *tradwives* exhiben abiertamente su antifeminismo en redes apoyando una falsa dicotomía entre “feminismo y feminidad” y luchando contra lo que perciben como una creciente retórica *woke* que las estigmatiza por ser femeninas (Proctor, 2023). Sin embargo, otras defienden que su estilo de vida elegido es una forma de feminismo, pues, según ellas, este trata sobre la libre elección de las mujeres (Nicholas, 2020). El feminismo de la elección ha sido criticado por ignorar las estructuras económicas y patriarcales que condicionan las decisiones de las mujeres (De Miguel, 2015; Miyares, 2017; McRobbie, 2020). Además de vincularse con la manosfera (Proctor, 2023), el movimiento *tradwife* se ha relacionado en sus orígenes con el supremacismo blanco y la extrema derecha (Mattheis, 2021; Sykes y Hopner, 2024). Si bien en la actualidad muchas de sus representantes no se identifican con estas posturas, desde el feminismo negro se ha señalado que su estilo de vida y sus construcciones de género se basan en normas, valores y experiencias blancas (Bower, 2024; Llanera, 2023; Love, 2020), así como en un anhelo por regresar a los días glorificados del pasado (Deliovsky, 2008).

Pese a que en los últimos años la manosfera se ha convertido en un campo de investigación emergente, todavía existen dos brechas significativas, la primera es que mayoría de los estudios se centran en contextos anglosajones y la segunda es que apenas se ha prestado atención a las mujeres que forman parte de estos espacios (Díaz Fernández y García-Mingo, 2023). En España casi no existen investigaciones sobre las *tradwives*, esta falta de literatura académica contrasta con el creciente interés que el colectivo ha despertado en los medios de comunicación. Para ayudar a superar esta brecha hemos llevado a cabo un análisis del tratamiento mediático de la influencer RoRo Bueno, considerada por la prensa la primera *tradwife* española (Domínguez, 2024; González de la Peña, 2024).

## 2. Origen y expansión del movimiento *tradwife*

La pandemia de COVID-19 evidenció y agudizó las profundas desigualdades de género en el mundo laboral y en las tareas de cuidados no remuneradas que, como quedó patente, seguían siendo realizadas mayoritariamente por las mujeres en todo el mundo (ONU, 2020). De forma paralela, en las primeras fases del confinamiento se idealizó políticamente el hogar como un espacio seguro y un refugio, con numerosas celebridades e influencers animando a sus seguidores y seguidoras a “quedarse en casa” (Boyce Kay, 2020). En plataformas como TikTok e Instagram el espacio doméstico se volvió hipervisible y se empezó a multiplicar contenido relacionado con consejos de decoración, limpieza y recetas de cocina cada vez más elaboradas que contribuyeron a romantizar las tareas del hogar (Sykes, 2024). Es en este contexto de crisis sanitaria y confinamiento cuando las *tradwives*, hasta entonces una subcultura minoritaria vinculada a la derecha alternativa estadounidense, se expande en internet y el fenómeno salta de las redes sociales a los medios de comunicación (González Moreno y Cuenca Piqueras, 2020; Tebaldi, 2023). En una entrevista para la BBC, la creadora de contenido británica Alena Pettit confesaba que para ella ser una *tradwife* era “someterse y consentir a su esposo como si fuera 1959” (Pettit, 2020). Este tipo de declaraciones polarizantes ganaron impulso en los medios y cada vez más mujeres comenzaron a expresar posturas similares (Sitler-Elbel, 2021; Mattheis, 2021).

Por su glorificación de la sumisión femenina, las *tradwives* se consideran un *blacklash* o respuesta a los avances feministas de la cuarta ola (Rottenberg y Orgad, 2020; Christou, 2020; Cooper, 2024). Este movimiento no es solo una cuestión de género sino también de clase, pues no todas las mujeres tienen el privilegio de poder elegir dedicarse al hogar a tiempo completo (Proctor, 2023). La mayoría se enfrentan cada día a la doble jornada (Hochschild, 2021), mientras que aquellas que no disponen de un empleo remunerado son más vulnerables económicamente y más propensas a sufrir violencias machistas (ONU, 2020). Betty Friedan ya desmontó la fantasía escapista del ama de casa feliz en su ensayo de 1963 ‘La mística de la feminidad’. Un año más tarde Helen Adelin publicaba ‘Fascinating Womanhood: How the Ideal Woman Awakens a Man’s Deepest Love and Tenderness’, un libro que también se convirtió en un superventas y en el que animaba a las mujeres a abandonar sus carreras profesionales para convertirse en amas en casa a tiempo completo (Stiler-Elbel, 2021). Otra figura que destacó por su defensa de los valores tradiciones y su oposición al feminismo de la segunda ola fue Phyllis Schlafly, de vuelta a la actualidad en 2020 por la serie de televisión ‘Mrs. America’ (Waller, Boden, Fleck y Asante, 2020). Paradójicamente estas mujeres, que abogaban por el retorno al hogar, alcanzaron un peso significativo dentro la esfera pública y una libertad de expresión que no habría sido posible sin los avances del feminismo (Herrera Sánchez, 2024). La misma contradicción afrontan hoy las *tradwives*, cuya proyección pública hubiera sido impensable para una ama de casa subordinada en el sentido histórico (Newmark, 2020). Las representantes más conocidas del movimiento dicen estar fuera del mercado laboral, pero en realidad han hecho de su estilo

de vida un negocio muy lucrativo que incluye desde venta de productos y patrocinios al lanzamiento de marcas propias, por lo que la mayoría parecen más empresarias que amas de casa (Popp, 2024).

Dentro de la cultura *tradwife* se han encontrado tres estilos visuales distintos: el ama de casa de los años 50, la chica de al lado y la esposa moderna (Sykes, 2023). Como influencers<sup>1</sup>, estas mujeres dependen de la construcción de personajes (Abidin, 2018), de modo que puedan parecer personas individuales (Proctor, 2023), pero en realidad están perfomando un papel para su audiencia (Marshall, Moore y Barbour, 2019). Es importante destacar que, tanto su imagen personal como el contenido que comparten en sus redes sociales, suele ser altamente estético y muy cuidado. A esto se suma la utilización de la *Fondie Baby Voice* o la voz infantilizada en la narración que acompaña a sus videos (Serrano, 2024), lo que les hace parecer más jóvenes, dulces y sumisas. Se produce así un contraste con la figura de la ‘angry feminist’, la feminista enfadada de retórica combativa con la que a menudo se ha retratado al movimiento feminista para deslegitimarla (Aadnesgaard, 2020).

En España, las primeras noticias en prensa sobre las *tradwives* también aparecen en 2020, pero es en 2024 cuando el interés por el movimiento se dispara a raíz de la popularidad de la creadora de contenido Rocío López Bueno, conocida en redes como RoRo. En junio de 2024 se viraliza un video de RoRo en el que prepara un sándwich para su novio Pablo mientras relata en *off*, con voz aniñada, cómo cocina todos los ingredientes desde cero. Los medios se hicieron eco de la noticia y su perfil en TikTok alcanzó en pocos días los 6,9 millones de seguidores. Convertida ya en una microcelebridad, RoRo empieza a participar en campañas de publicidad, concede entrevistas y publica nuevas recetas y videos de manualidades, siempre con los deseos de su pareja como leitmotiv.

Si bien algunas publicaciones ya la relacionan con el movimiento *tradwife* (Martínez, 2024), en estas primeras semanas apenas hay críticas hacia su figura. Un mes más tarde, la artista feminista Yolanda Domínguez (2024) se pregunta en un artículo de opinión por qué los medios de comunicación son tan complacientes con este tipo de influencers que refuerzan estereotipos sexistas. A partir de ahí, otras publicaciones se suman a esta reflexión y se genera un debate más amplio entre quienes sostienen que estos contenidos son un retroceso en materia de igualdad, pues justifican el sometimiento de las mujeres a los varones, y los que consideran exageradas estas críticas, pues la propia RoRo habría elegido libremente ese estilo de vida. Se produce además una polarización *tradwives* vs. feministas, predecible con el histórico del discurso sobre las políticas feministas en los medios de comunicación, que se desarrolla muy frecuentemente en una especie de *catfighting* (pelea de gatas), que divide las opiniones de las mujeres en polos opuestos (Rottenberg y Orgad, 2020). Los medios de comunicación contribuyen a moldear la visión de la realidad, establecen agendas e influyen en las prioridades y creencias de la ciudadanía (McCombs y Shaw, 1972). Tienen, por tanto, un papel clave en la transmisión de ideas y valores (Bernárdez Rodal, 2015), por lo que su posición ante un fenómeno de este tipo resulta relevante.

<sup>1</sup> Personas comunes que se hacen famosas a través del uso de medios en línea, llegando a acumular miles o incluso millones de seguidores en redes sociales (Nouri, 2008).

### 3. Objetivos y Metodología

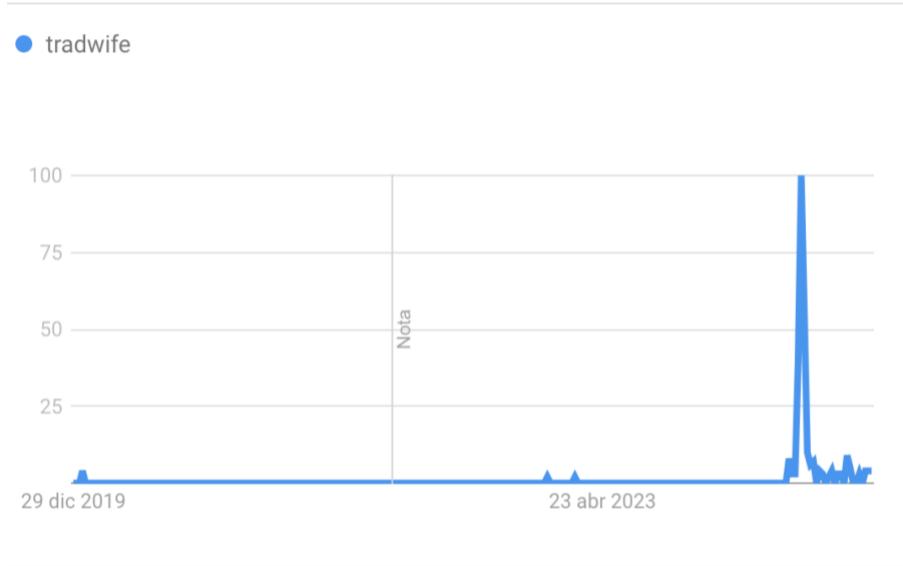
El objetivo de esta investigación es analizar el discurso de la prensa española sobre el movimiento *tradwife* a partir de la viralización de la figura de RoRo Bueno. Comprobaremos cómo este discurso se entrelaza con el marco neoliberal y el mito de la libre elección de las mujeres (De Miguel, 2015).

La herramienta utilizada para llevar a cabo el estudio será el Análisis Crítico del discurso (ACD) con perspectiva feminista (Lazar, 2017; Van Dijk, 1999). Esta metodología permite analizar cómo se generan y reproducen jerarquías sociales basadas en la desigualdad (Díaz Fernández 2021). En el análisis tendremos en cuenta las reacciones antifeministas (Faludi, 1993; García-Mingo y Díaz Fernández, 2020; Miyares, 2021), la óptica neoliberal en la que se inserta el objeto de estudio (McRobbie, 2020) y el mito de la libre elección de las mujeres (De Miguel, 2015). Pondremos especial foco en descubrir la posición que toman los medios sobre este fenómeno (pro/anti *tradwife* vs. pro/anti feminista) (Rottenberg y Orgad, 2020) y cómo ha ayudado el papel de RoRo a configurar el discurso sobre el movimiento *tradwife*.

El corpus de análisis está compuesto por artículos publicados en los cinco medios de prensa digital más leídos en España (González, 2024): *El Español*; *ABC*; *El Mundo*; *La Vanguardia* y *El País*. Estos medios nos ofrecen una visión completa del discurso mediático, pues en la muestra vemos diferentes líneas editoriales, desde las más conservadoras como *El Mundo* hasta otras más progresistas como *El País* (Teruel Rodríguez, 2007).

Para el análisis del tratamiento mediático de la figura de RoRo Bueno y su asociación con el movimiento *tradwife* analizamos las apariciones en estos medios bajo la palabra clave: “*tradwife*”. De esta forma podremos analizar el papel de la influencer en el movimiento en España y la configuración discursiva de las *tradwives* como reacción antifeminista. Se excluyen del corpus todos aquellos artículos que únicamente mencionan la palabra *tradwife* pero no profundizan en el tema. También se ha considerado acotar el corpus a la búsqueda de “*tradwife*” y “RoRo”, sin embargo estos resultados no ofrecen una visión amplia del discurso, pues en algunos medios se informa sobre las *tradwives* antes de la irrupción de RoRo en la esfera de las redes sociales. La influencer aparece catalogada frecuentemente junto a este término por lo que con la búsqueda del mismo podemos tener una visión amplia del discurso de este fenómeno en la prensa y de su papel en la configuración discursiva.

Los primeros contenidos que encontramos publicados bajo la palabra “*tradwife*” en los medios seleccionados datan del año 2020, de modo que el periodo de tiempo analizado va desde enero de 2020 hasta la fecha en la que se cierra esta investigación, enero de 2025. Para corroborar la relevancia en este período se lleva a cabo una búsqueda del término #*tradwife* en Google Trends, que nos confirma que las primeras tendencias de búsqueda datan de 2020. Podemos observar un pico de búsquedas, que coincide con la viralización del primer contenido de RoRo Bueno, lo que confirma la asociación de la influencer con el movimiento.

**Gráfico 1. Interés a lo largo del tiempo en España: #trawife**

*Fuente: Google Trends.*

Con esta acotación del corpus tenemos un total de 26 artículos que se encuentran disponibles para su consulta en la bibliografía.

#### 4. Resultados

En el análisis apreciamos, en primer lugar, que la mayoría de los artículos sobre la temática *trawife* se publican después de la viralización de los vídeos de RoRo Bueno. Previamente hay algunas informaciones publicadas sobre el fenómeno en Estados Unidos en *La Vanguardia*, *El Mundo* o *El País*. A pesar de que Rocío Bueno no cumple todas las características que se asocian a las *tradwives* (por ejemplo, no está casada), diferentes discursos mediáticos la describen como tal. El término *trawife* en esta investigación lo entendemos, no solo como una característica del estado civil y sumisión al matrimonio y a la familia, también como los discursos que sitúan al hombre como motor de las acciones (y en este caso, del contenido).

Los medios de tinte más progresista como *El País* se posicionan en contra del fenómeno *trawife*, mientras que los conservadores como *El Mundo* o el *ABC* son más neutros. Asimismo apreciamos una polarización interna en los propios medios, porque en los conservadores también encontramos artículos con opiniones dispares sobre las *tradwives* y la figura de RoRo Bueno. Los

artículos van desde la crítica al modo de vida de las esposas tradicionales hasta el rechazo al sector feminista que relaciona la sumisión con el estilo de vida tradicional.

#### 4.1. *Tradwives*: ¿Libre elección o regresión al pasado?

Hasta la viralización de la primera receta de RoRo Bueno, el movimiento *tradwife* se presentaba en la prensa como un movimiento ajeno que se vivía en Estados Unidos y otras partes de Europa. La mayoría de las apariciones responden al género periodístico del reportaje, enfocado desde diferentes puntos de vista: uno crítico con el modelo de las esposas tradicionales, y otro meramente informativo que plantea la dicotomía de la libre elección y la crítica feminista (o antifeminista).

Las figuras más mediáticas del movimiento como Hannah Neelman (Ballerina Farm), Nara Smith o Vilma Larsson son las principales protagonistas de estos primeros reportajes. En las posiciones más críticas como la de *El País* (López Villodres, 2024) se acude a fuentes expertas que defienden la perspectiva feminista bajo titulares como: “«Tu marido debería ser siempre lo primero»: el resurgir del ama de casa sumisa y abnegada que se gesta en Internet”. También se habla de las *tradwives* como un *rebranding* (Ramírez, 2024) del patriarcado, mostrando una perspectiva crítica hacia su modo de vida. Esta idea también está presente en *El Mundo* (Sánchez, 2024) con subtítulos como “el regreso al pasado” o en *La Vanguardia* (De la Pau Janer, 2023; Phillips, 2023) donde se relaciona el movimiento con las ideas de la extrema derecha y la subordinación de las mujeres. Por otro lado, en el *ABC* (Salazar, 2024) y en *El Español* (Garrido, 2023) la perspectiva es neutra y se presenta la yuxtaposición feminismo vs *tradwife*. Estos discursos abogan por defender los argumentos de las esposas tradicionales como una libre elección sin tener en cuenta las implicaciones de los roles de género (De Miguel, 2015; McRobbie, 2020)

Si en un primer momento, en 2020, la vida de las esposas tradicionales más mediáticas se presenta como una elección más y un estilo de vida, poco antes de la irrupción del personaje de RoRo, *La Vanguardia* y *El Mundo* muestran una visión más crítica. A partir de las declaraciones de Hannah Neelman sobre su matrimonio se descubre la herencia misógina del movimiento. Vemos que se comienza así a evidenciar en los medios la idea de la relación entre las *tradwives* y un retroceso basado en la misoginia y la sumisión.

#### 4.2. Who is Roro? Who is Pablo?

Uno de los vídeos de Rocío Bueno (RoRo Bueno, @roro.bueno en TikTok o @whoisroro en Instagram) se viraliza en julio de 2024. Desde entonces, los medios se hacen eco de su contenido y se publican las primeras informaciones que nos ponen en contexto. Encontramos artículos que relacionan su formato de contenidos con el movimiento *tradwife* y también crónicas que la presentan como un nuevo fenómeno viral sin plantear la relación con las esposas tradicionales o las implicaciones de género de sus videos (Fernández, 2024).

Por ejemplo, en el *ABC* (Cortés, 2024) se perfilan las críticas del sector feminista, pero se señalan como un grupo de “haters” y son catalogadas por la propia protagonista como “absurdas”. Ella misma y los medios se alejan de esta posición: “esta lejos de considerarse sumisa”. En el mismo artículo se plantea la responsabilidad de las creadoras de contenidos a la hora de implantar roles y actitudes a partir de las críticas que recibió por cocinar con los anillos puestos por cuestiones de higiene. Vemos que en ese sentido sí se entienden las implicaciones en la diseminación de actitudes en la audiencia, pero los roles de género parecen no estar presentes en esa difusión de ideas y no se tienen en la misma consideración.

El fenómeno de RoRo está marcado por su novio Pablo. Se le presenta como “encantado” y como alguien que “presume de novia por todas partes”. Los deseos de Pablo se dibujan como el motor del contenido: “por el que ella moviliza cielo, mar y tierra para cumplirle sus caprichos”; “...hada madrina de su enamorado y sorprenderle día a día”; “RoRo, la *tradwife* española que se ha hecho viral por complacer a su novio hasta límites insospechados” (Yo Dona, 2024). Sin embargo, no se aprecia una crítica manifiesta a esta consecución de los deseos de otro con la implicación que supone en el refuerzo de los roles de género tradicionales (Sitler-Elbel, 2021; Proctor 2023). A pesar de que el discurso de los propios medios cataloga a RoRo como “la tradwife española”, la crítica a este modelo se reduce a una selección pequeña de artículos. Se normaliza que los deseos masculinos sean lo que moviliza a la acción de la protagonista. Incluso se utilizan estas motivaciones para crear campañas publicitarias, como el caso del Getafe Club de Fútbol, que incorpora en la campaña un nuevo fichaje a su plantilla porque Pablo lo deseaba y RoRo lo hace posible.

*El País* presenta una visión más crítica del movimiento a partir del auge de RoRo. Califica el fenómeno como una fachada para capitalizar y monetizar estos roles de género que los algoritmos potencian (Cubells, 2024). A raíz de la creciente popularidad de la influencer, el mismo medio también se hace eco de la tendencia en redes sociales, con consejos sobre cómo casarse con un millonario para poder ser una *tradwife* (Alonso, 2024). En *El País* estas tendencias se plantean como unas dinámicas que ponen en peligro la libertad económica de las mujeres.

#### **4.3. Un feminismo acusador en contra de las “novias perfectas”**

RoRo se dibuja como “la novia perfecta” (Bayort, 2024) o “la novia de Pablo” (Cilleruelo, 2024). En estas publicaciones no se pone en cuestión el refuerzo de los roles de género ni la pérdida de la individualidad. Estos discursos abogan principalmente por la libre elección y consideran las críticas feministas una respuesta desmesurada por parte de los sectores más radicales. Con afirmaciones como RoRo es “la novia que avergüenza a las feministas”, se genera una rivalidad entre el feminismo y la comunidad que apoya el contenido de la influencer.

A partir del personaje de RoRo se genera una conversación alrededor de la libre elección, la tónica general del discurso se resume muy bien en este párrafo de un artículo de opinión publicado en el diario *ABC*:

“Si pudiera, cocinaría durante horas platos elaboradísimos para otras personas, aunque fueran mi mujer. Tampoco sé qué ofensa puede haber en ser una mujer de fogón, una mujer 'pot au feu' como buscan los protagonistas de las novelas de Houellebecq, mujeres para mojar pan, que reproducen los valores de la vida tradicional; sí y qué pasa. A ver si la mujer va a poder ser libre para lo que quiera menos para cocinar una fabada a fuego lento para su marido. O es que las mujeres tienen que ser lo que diga Rita Maestre. A estas las llaman 'tradwife' despectivamente porque en este mundo te celebran mucho si construyes un futuro junto a un juguete sexual al que apoda José Luis o te autodeterminas como un perro pequinés que hace 'guau', pero no le vayas a cocinar a tu santo una merluza al pilpil, porque te estás humillando peligrosamente” (Apaolaza, 2024).

Seguimos con esta idea en discursos que catalogan las críticas contra este tipo de contenido como un “feminismo acusador” (Zarzalejos, 2024) que considera que “en la gran teoría de los cuidados, se puede cuidar a todo el mundo menos al varón blanco joven”. La tónica general de estos discursos exagera las críticas feministas sin una autocrítica sobre los roles de género que este tipo de contenidos genuinos refuerzan. Sin embargo, también apreciamos cierta conciencia del aprovechamiento de estas críticas, que han hecho que su *engagement* llegue a límites insospechados.

La definición de los puntos de vista más progresistas al contenido de este tipo como una reprimenda a cocinar “para su marido” deslegitiman el discurso feminista. Lo presentan como una crítica desmesurada que pretende poner un yugo a todo aquello que supone alguna relación con los roles tradicionales. Es relevante tener en cuenta que el cuestionamiento al modelo *tradwife* no parte del voto a la cocina para los demás o a los cuidados. Algunos de los discursos sitúan en el ojo de las críticas feministas estos comportamientos, pero esa superficialidad no es el motivo de la reivindicación. La crítica se plantea hacia un modo de vida o hacia personajes mediáticos cuyo único fin es complacer a otras personas, en este caso, a un marido o un novio (Silter-Elber, 2021; Cooper, 2024). Y, por supuesto, también hacia la vuelta de la mujer a los espacios privados, de cuidados, de dependencia económica y de reclusión en el hogar (Pateman, 1989).

Algunos discursos deslegitiman la relación de este tipo de contenidos con el modelo *tradwife*. Un artículo de opinión del *ABC* destaca que “RoRo es una creadora de contenido, no una 'tradwife' porque ni siquiera está casada con Pablo. Y que la voz no es esa memez de la 'fundy baby voice'. Tiene esa voz y tiene esa cara” (Belmonte, 2024). La propia RoRo se desmarca del movimiento en una declaración en *El Mundo*: “No me considero ni una mujer tradicional ni una *tradwife*. Primero, porque no estoy casada. Segundo, porque yo tengo mis estudios y mi trabajo, cosa que una *tradwife* jamás tendría. Además, soy feminista y creo que todo el mundo debería serlo” (Del Pino, 2024). En el mismo periódico se introduce el término de la feme сфера como un espacio digital en el que se fomentan políticas feministas que critican estilos de vida como el de las tradwives (Terrasa y Casado, 2025). Entienden el término como una literalidad de esposa tradicional, cuando lo que refuerza los roles en la sociedad no es un estado civil, es el motor de su contenidos (y por lo tanto, de sus acciones), que, como hemos señalado al principio de este artículo, son sus parejas masculinas.

#### 4.4. El clásico: Feministas vs tradwives

En los discursos analizados también encontramos una crítica al modelo de las esposas tradicionales y a aquellos contenidos que los emulan. En *El Mundo* se destaca la idea de la viralización de los contenidos al imitar las narrativas del movimiento *tradwife* (Yanke, 2024). Por lo tanto, aunque RoRo no sea una *tradwife* en su definición más estricta, se reconoce la vinculación con este movimiento y los peligros de diseminar estos mensajes en internet. A partir de la creciente popularidad de la influencer se genera una conciencia más crítica que cuando el movimiento se reducía a las *tradwives* mediáticas de Estados Unidos y otros países.

Los roles de género que encarnan se catalogan como peligrosos para los avances feministas bajo titulares como: “Qué son las *tradwives*: la tendencia en relaciones que pone en riesgo el rol de la mujer y preocupa en España” (Pineda, 2024). Se trata este debate y se cuestiona la libre elección, aunque finalmente se apueste por defenderla: “lo esencial que resulta seguir fomentando la igualdad de género y asegurar que todas las personas, hombres y mujeres, tengan la libertad suficiente para elegir su propio camino, sin que por ello tengan que ser juzgadas” (Pineda, 2024). En ningún caso se cuestiona el marco neoliberal en el que se toman esas elecciones supuestamente libres (McRobbie, 2020).

La crítica a las esposas tradicionales a partir de RoRo Bueno se centra también en uno de los puntos principales del movimiento: el exhibicionismo de clase (Nicolau, 2024). Se plantea la reflexión de quién tiene la posibilidad de trabajar cinco horas o más en elaborar un plato, algo difícilmente compaginable con un trabajo fuera del hogar. Además las cocinas de las *tradwives* son amplias y cuidan su imagen “aesthetic” (Zhang, Kuo y McCall, 2019), para lo que es necesario tener unos ingresos que permitan ese estilo de vida. También se destaca otra de las características principales del movimiento: la ausencia de conciliación laboral (Christou, 2020; Hochschild, 2021; Rottenberg y Orgad, 2020): “Tradvife es la sublimación de un sueño universal (no necesitar el trabajo para sobrevivir) revestido de feminidad clasicona, tan rotunda que se encadena solita a la sátira” (Sánchez, 2024).

Los titulares parten de discursos polarizados en una pelea (*catfight*) (Rottenberg y Orgad, 2020) entre feministas y esposas tradicionales: “RoRo es solo la última de las ‘tradwives’: así surgieron las enemigas del feminismo” (Martínez Hoyos, 2024) en los que se destaca el origen de las *tradwives* y se plantea “una guerra cultural que promete ser larga y encarnizada” entre las esposas tradicionales y los sectores feministas.

### 5. Conclusiones

Las *tradwives* pueden parecer una anomalía extraña en los tiempos del #MeToo y el #YoSíTeCreo, pero en realidad son un fenómeno muy vinculado al momento actual y a la profunda crisis del trabajo y de los cuidados que ha traído consigo el neoliberalismo. En un contexto de

precariedad e incertidumbre pospandémico, como el que estamos viviendo, es fácil idealizar el espacio doméstico como un lugar seguro, en contraposición a un mercado laboral cada vez más hostil y competitivo. Sin embargo, el movimiento *tradwife* muestra como atractivo un modelo de feminidad que, lejos de ser emancipador, refuerza los mandatos del patriarcado y los legitima al presentarlos como decisiones personales. Las mujeres que adoptan esta etiqueta ignoran los profundos modos de opresión que han soportado las amas de casa en el pasado. Romantizan una época que no han conocido y en la que probablemente no habrían gozado ni de voz propia ni de libertad suficiente para dedicarse a otra cosa que no fueran las labores del hogar, la reproducción y los cuidados. Resulta paradójico que las principales representantes del movimiento sean mujeres emprendedoras y con visión de negocio que conceden entrevistas, consiguen el patrocinio de marcas y compaginan el trabajo doméstico con sus actividades públicas en medios de comunicación y redes sociales. Logros que jamás habrían conseguido sin el feminismo.

En este artículo hemos analizado la figura de RoRo Bueno como primera persona vinculada en el terreno mediático español al movimiento *tradwife*. Apreciamos una polarización del discurso en los diarios analizados (*ABC*, *El Español*, *El Mundo*, *El País* y *La Vanguardia*) que parte de dos líneas de argumentación: la crítica al modo de vida de las esposas tradicionales y la crítica a los sectores feministas que cuestionan las decisiones tomadas libremente por otras mujeres. Las posiciones van desde la defensa de la libre elección, sin tener en cuenta las implicaciones para los roles de género, hasta el reconocimiento del paso atrás en la consecución de la igualdad que supone el refuerzo de estos roles tradicionales en el hogar. *El País* es el medio más crítico con el estilo de vida de las *tradwives*, mientras que otras líneas más conservadoras como el *ABC* o *El Mundo* se posicionan contrarios a los argumentos feministas. Sin embargo, a pesar de que el discurso general se enfoca hacia la defensa de la libre elección, también encontramos algunos artículos en estos medios conservadores que presentan una visión más crítica. Lo mismo ocurre en *La Vanguardia* o *El Español*. Por lo tanto, no siempre está ligada la línea editorial del medio con el posicionamiento sobre las *tradwives*. Esto demuestra que el tema es controvertido y en torno a él las opiniones se dividen.

Históricamente, se ha socializado a las mujeres para ser modestas, cariñosas y recatadas y se han recompensado los comportamientos pasivos y sumisos con la etiqueta de verdadera feminidad. Por el contrario, el movimiento feminista ha generado incomodidad y rechazo por cuestionar estos estereotipos, que perpetúan la subordinación femenina y el reparto desigual de poder entre hombres y mujeres. No es extraño, por tanto, que una parte del discurso mediático en torno al fenómeno *tradwife* se haya centrado en alimentar la dicotomía feminismo/feminidad. Los artículos que fomentan esta polarización consideran las críticas feministas al modelo *tradwife* como una exageración. En las noticias que enfrentan ambas posiciones se tiende a ridiculizar los puntos de vista que cuestionan las implicaciones de considerar al hombre como motor de los contenidos (y las acciones) o la reclusión de las mujeres en el espacio doméstico. Sin embargo, como señala Celia Amorós (1985), las feministas no cuestionan las decisiones de las mujeres, sino las razones que las obligan a tomarlas. Este discurso, por tanto, se pierde en debates estériles en lugar de prestar atención a las ideas reaccionarias

que subyacen tras la instrumentalización nostálgica del pasado, pues los mensajes ironizan sobre la “imposibilidad de cocinar para un marido sin que el sector feminista inicie un movimiento”. Elegir la servidumbre del trabajo doméstico será una opción libre para aquellas que pueden entrar y salir del mercado laboral a voluntad, porque sus recursos sociales y económicos así se lo permitan, pero no lo es para la mayoría de las mujeres. De ahí que el movimiento *tradwife* sea popular en países ricos, como Estados Unidos o Gran Bretaña, una tendencia clasista que no tiene cabida en lugares donde la desigualdad material es demasiado evidente para justificar la libertad de estas decisiones.

La figura de Rocío Bueno se aleja de los discursos de las *tradwives* originales y no tiene nada que compartir con ellas en términos de estilo de vida. Sin embargo, lo relevante de este caso es la viralización y la banalización de unos vídeos que, con intención o sin ella, refuerzan unos roles de género que legitiman algunos de los valores contra los que tanto ha luchado el feminismo. En los discursos más conservadores el término *tradwife* se entiende como una literalidad de esposa tradicional. Se excluye a RoRo de este grupo porque no está casada, cuando lo relevante no es su estado civil, sino que el motor de sus contenidos sea su novio. A pesar de que no todas las *tradwives* son antifeministas, blancas y de clase alta, el movimiento parte de esa base, por lo que cualquiera que se identifique con la etiqueta *tradwife* o imite su estética y estilo de vida, genera una asociación inevitable con estas ideologías. Es el caso de RoRo Bueno, quien ha tratado de desmarcarse de las amas de casa tradicionales, pero de forma intencionada o no reproduce su ideario al performar una feminidad sumisa articulada en torno a los deseos masculinos.

El discurso mediático muestra una variedad de puntos de vista sobre las *tradwifes*, lo que abre un amplio debate sobre las consecuencias sociales de estos modos de vida extremadamente mediatizados. En un mundo donde la violencia machista y la brecha salarial siguen siendo problemas estructurales, promover la dependencia económica y la sumisión de las mujeres puede resultar muy peligroso. En España las *tradwives* parecen, por el momento, un fenómeno anecdótico, pero influencers como RoRo Bueno tienen millones de seguidores en internet, por lo que no hay que subestimar su importancia. Proponemos, por tanto, seguir investigando la evolución del fenómeno *tradwife* y profundizar en las consecuencias que este supone para la igualdad de género.

## BIBLIOGRAFÍA

Ajenjo, Marc y García Román, Joan (2019). “La persistente desigualdad de género en el uso del tiempo en España”. En: *Perspectives Demogràfiques*, pp. 1-4. Disponible en: <https://doi.org/10.46710/ced.pd.esp.14> [10/01/2025].

Alonso, Marita (2024). “Cómo casarse con un millonario: los consejos para buscar pareja adinerada no son una broma en redes”. En: *El País*, 2 de julio. Disponible en: <https://elpais.com/smmoda/placeres/2024-07-02/como-casarse-con-un-millonario-los-consejos-para-buscar-pareja-adinerada-no-son-una-broma-en-redes.html> [17/02/2025].

Amorós, Celia (1985). *Hacia una crítica de la razón patriarcal*. Barcelona: Anthropos.

- Apaolaza, Chapu (2024). “Elogio de las tradwife”. En: *ABC*, 22 de julio. Disponible en: <https://www.abc.es/opinion/chapu-apaolaza-elogio-tradwife-20240722181619-nt.html> [15/01/2025].
- BBC Stories (2020). “Submitting to my husband like it's 1959': Why I became a TradWife”. [YouTube]. En: *BBC Stories*. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=ZwT-zYo4-OM> [7/06/2025].
- Bayort, Jesús (2024). “Una novia como Roro”. En: *ABC*, 2 de agosto. Disponible en: <https://www.abc.es/opinion/sevilla/jesus-bayort-novia-roro-20240803215024-nts.html> [15/01/2025].
- Beauvoir, Simone (1949). *Le Deuxième Sexe*. París: Gallimard.
- Bernárdez Rodal, Asunción (2015). *Mujeres en medios. Propuestas para analizar la comunicación masiva con perspectiva de género*. Madrid: Fundamentos.
- Belmonte, Rosa (2024). “Terelu, creadora de contenido”. En: *ABC*, 3 de agosto. Disponible en: <https://www.abc.es/play/television/rosa-belmonte-terelu-creadora-contenido-20240803175710-nt.html> [17/01/2025].
- Bower, Laura Jane (2024). “The thorn in feminism's side: black feminist reconceptualization and defence of #tradwives and the #tradwife movement”. En: *Journal of Gender Studies*, pp. 1-17. <https://doi.org/10.1080/09589236.2024.2423198> [25/02/2025].
- Boyce Kay, Jillly (2020). ““Stay the fuck at home!”: Feminism, family and the private home in a time of coronavirus”. En: *Feminist Media Studies*, 20(6), pp. 883-888. Disponible en: [10.1080/14680777.2020.1765293](https://doi.org/10.1080/14680777.2020.1765293) [10/02/2025].
- Christou, Miranda (2020). “#TradWives: Sexism as gateway to white supremacy”. En: *openDemocracy*, 20 de marzo. Disponible en: <https://www.opendemocracy.net/en/countering-radical-right/tradwives-sexism-gateway-white-supremacy/> [26/02/2025].
- Cilleruelo, Andrea (2024). “Toda la verdad sobre Roro, la novia viral de Pablo a la que tachan: ‘No soy sumisa, pero limpio la casa’”. En: *El Español*, 20 de julio. Disponible en: [https://www.elspanol.com/reportajes/20240720/toda-verdad-roro-novia-viral-pablo-tachan-sumisa-limpia-casa/871663012\\_0.html](https://www.elspanol.com/reportajes/20240720/toda-verdad-roro-novia-viral-pablo-tachan-sumisa-limpia-casa/871663012_0.html) [25/01/2025].
- Cobo, Rosa (2021). “La cuarta ola feminista y la violencia sexual”. En: *Paradigma: revista universitaria de cultura*, 22, pp. 134-138.
- Cochrane, Kira (2013). *All the rebel women: The rise of the fourth wave of feminism*. Nueva York: Guardian Shorts.
- Cooper, Savannah (2024). ““Since When Do We Celebrate Not Having Talent?”: Common Tropes and Counterstory in Tradwife TikTok” En: *Indiana University*. Disponible en: <https://scholarworks.indianapolis.iu.edu/items/3c525198-0f16-449f-8ee2-7987d4572553> [20/01/2025].
- Cortés, Helena (2024). “RoRo: «Me di cuenta de que era un meme; he aprendido a reírmel de mí misma»”. En: *ABC*, 5 de agosto. Disponible en: <https://www.abc.es/cultura/roro-cuenta-era-meme-aprendido-reirme-20240804172757-nt.html> [17/01/2025].
- Cubells, Mariola (2024). “Las tradwives, o ‘esposas tradicionales’ de TikTok no existen: son un espejismo de las redes”. En: *El País*, 28 de julio. Disponible en: <https://elpais.com/smmoda/feminismo/2024-07-29/la-mentira-de-las-tradwives.html> [09/02/2025].
- De la Pau Janer, María (2023). “Las grandes mentiras de las ‘tradwife’”. En: *La Vanguardia*, 20 de enero. Disponible en: <https://www.lavanguardia.com/opinion/20230120/8695213/grandes-mentiras.html> [14/02/2025].

- De Miguel, Ana (2015). *Neoliberalismo sexual: El mito de la libre elección*. Madrid: Cátedra.
- Del Pino, Andrea M. Rosa (2024). “Pablo, el novio de RoRo, está listo para ser personaje: ‘Tengo proyectos en solitario y dentro de poco los revelaré’”. En: *El Mundo*, 9 de septiembre. Disponible en: <https://www.elmundo.es/loc/famosos/2024/09/09/66db2799fddff1e138b4584.html> [22/02/2025].
- Deliovsky, Kathy (2008). “Normative white femininity: Race, gender and the politics of beauty”. En: *Atlantis: Critical Studies in Gender, Culture, and Social Justice*, 33(1), pp. 1-10. Disponible en: <https://core.ac.uk/download/pdf/322497505.pdf> [22/01/2025].
- Díaz Fernández, Silvia (2021). “Subversión, postfeminismo y masculinidad en la música de Bad Bunny”. En: *Investigaciones Feministas*, 12(2), pp. 663-675. Disponible en: <https://dx.doi.org/10.5209/infe.74211> [26/02/2025].
- Díaz Fernández, Silvia; García-Mingo, Elisa y Fuentes, Anita (2023). “#TeamAlienadas: Anti-feminist ideologic work in the Spanish manosphere”. En: *European Journal of Women's Studies*, 30 (4), pp. 421-439. Disponible en: <https://doi.org/10.1177/13505068231173261> [13/02/2025].
- Domínguez, Yolanda (2024). “¿Por qué los medios ensalzan a una «tiktoker» que prepara sándwiches caseros a su novio?” En: *Artículo 14*, 14 de julio. Disponible en: <https://www.articulo14.es/opinion/por-que-los-medios-ensalzan-a-una-tiktoker-que-prepara-sandwiches-caseros-a-su-novio-20240714.html> [20/01/2025].
- Faludi, Susan (1993). *Reacción. La guerra no declarada contra la mujer moderna*. Barcelona. Anagrama.
- Fernández, Luis (2024). “Qué es una tradwife”. En: *El Mundo*, 23 de julio. Disponible en: <https://www.elmundo.es/como/2024/07/23/669f71bb21efa0b6718b45c1.html> [18/01/2025].
- García-Mingo, Elisa y Díaz Fernández, Silvia (2023). “Cartografía de Investigación sobre Misoginia Online y Manosfera en España: Mirando al Futuro”. En: *Masculinities & Social Change*, 12(3), pp. 293-309. Disponible en: <https://doi.org/10.17583/mcs.11882> [20/01/2025].
- Garrido, Paloma (2023). “‘Tradwife’: la polémica tendencia de mujeres que quieren ser amas de casa sumisas a su marido”. En: *El Español*, 14 de enero. Disponible en: [https://www.elespanol.com/mujer/estilo-vida/20230114/tradwife-polemica-tendencia-mujeres-quieren-sumisas-marido/730677064\\_0.html](https://www.elespanol.com/mujer/estilo-vida/20230114/tradwife-polemica-tendencia-mujeres-quieren-sumisas-marido/730677064_0.html) [22/01/2025].
- González, David (2024). “EL ESPAÑOL lidera GfK DAM. EL PAÍS se hunde. INFOBAE sigue en el TOP-10 de periódicos digitales más leídos”. En: *RedDePeriodistas*, 15 de octubre. Disponible en: <https://www.reddeperiodistas.com/el-espanol-lidera-gfk-dam-el-pais-se-hunde-infobae-sigue-en-el-top-10-de-periodicos-digitales-mas-leidos/> [13/02/2025].
- González, Miguel (2019). “Vox se convierte en tercera fuerza del nuevo Congreso”. En: *El País*, 10 de noviembre. Disponible en: [https://elpais.com/politica/2019/11/10/actualidad/1573408910\\_887506.html](https://elpais.com/politica/2019/11/10/actualidad/1573408910_887506.html) [10/01/2025].
- González de la Peña, Marta (2024). “‘Trad wife’ influencer profits as culture warriors simmer”. En: *The Times*, 2 de agosto. Disponible en: <https://www.thetimes.com/world/europe/article/trad-wife-influencer-stirs-anger-among-feminists-in-spain-lbhkvwrfw> [26/02/2025].
- González Moreno, María José y Cuenca Piqueras, Cristina (2020). “Pandemia sanitaria y doméstica. El reparto de las tareas del hogar en tiempos del Covid-19”. En: *Revista de Ciencias Sociales*, XXV(4), pp. 28-34.
- Hochschild, Arlie Russell (2021). *La doble jornada*. Madrid: Capitan Swing.

Kimmel, Michael (2019). *Hombres (blancos) cabreados. La masculinidad al final de una era.* Valencia: Barlin Libros.

Lazar, Michelle M. (2017). “Feminist Critical Discourse Analysis”. En: John Flowerdew y John Richardson. *The Routledge Hanbook of Cristical Discourse Studies*. Londres: Routledge, pp. 372-387.

Llanera, Tracy (2023). “The misogyny paradox and the alt-right”. En: *Hypatia*, 38(1) pp. 1-20. Disponible en: <https://doi.org/10.1017/hyp.2023.4> [26/02/2025].

López Villodres, María (2024). “Tu marido debería ser siempre lo primero: El resurgir de la ama de casa sumisa y abnegada que se gestan en internet”. En: *El País*, 19 de febrero. Disponible en: <https://elpais.com/smoda/feminismo/tu-marido-deberia-ser-siempre-lo-primerlo-el-resurgir-de-la-ama-de-casa-sumisa-y-abnegada-que-se-gesta-en-internet.html> [15/02/2025].

Love, Nancy S. (2020). “Shield Maidens, Fashy Femmes and Tradwives: feminism, patriarchy and right wing populism”. En: *Frontiers in Sociology*, 5. Disponible en: <https://doi.org/10.3389/fsoc.2020.619572> [11/02/2025].

Marshall, David P.; Moore, Christopher y Barbour, Kim (2019). *Persona studies: An introduction*. Nueva Jersey: Wiley-Blackwell.

Martínez Hoyos, Francisco (2024). “Roro, la última tradwife: así surgieron las enemigas del feminismo”. En: *La Vanguardia*, 27 de julio. Disponible en: <https://www.lavanguardia.com/historiayvida/historia-contemporanea/20240727/9830811/roro-ultima-tradwives-asi-surgieron-enemigas-feminismo.html> [14/02/2025].

Mattheis, Ashley (2021). “#Tradcultura. Reproducing whiteness and neo-fascism through gendered discourse online”. En: Shona Hunder y Christi van der Westhuizen (Eds.). *Routledge Handbook of Critical Studies in Whiteness*. Londres: Routledge.

McRobbie, Angela (2020). *Feminism and the politics of resilience: Essays on gender, media and the end of welfare*. Cambridge: Polity Press.

Miyares, Alicia (2017). “Las trampas conceptuales de la reacción neoliberal: «relativismo», «elección», «diversidad» e «identidad»”. En: *Revista europea de derechos fundamentales*, 29, pp. 117-132.

Miyares, Alicia (2021). *Distopías patriarcales*. Madrid: Cátedra.

Muñoz Saavedra, Judith (2019). “Una nueva ola feminista más allá del #MeToo: Irrupción, legado y desafíos”. En: Pablo Rivera-Vargas, Judith Muñoz-Saavedra, Rommy Morales-Olivares y Stefanie Butendieck-Hijerra (Eds.). *Políticas públicas para la equidad social*, 2, pp. 178-189.

Nicolau, María (2024). “Los videos de la influencer Roro no son de cocina, sino exhibicionismo de clase”. En: *El País*, 19 de julio. Disponible en: <https://elpais.com/gastronomia/2024-07-19/los-videos-de-la-influencer-roro-no-son-de-cocina-sino-exhibicionismo-de-clase.html> [17/02/2025].

Nagle, Angela (2018). *Muerte a los normies. Las guerras culturales en internet que han dado lugar al ascenso de Trump y la alt-right*. Madrid: Orciny Press.

Newmark, Catherine (2020). “Unsere lieben Hausfrauen”. En: *Zeit Online*, 28 de febrero. Disponible en: <https://www.zeit.de/kultur/2020-02/tradwives-feminismus-1950er-social-media-10nach8> [11/03/2025].

Nicholas, Sadie (2020). “How Tradwives Sacrifice Their Own Careers to Satisfy Their Husbands”. En: *Daily Mail*, 24 de enero. Disponible en: <https://www.dailymail.co.uk/femail/article-7926581/How-Tradwives-sacrifice-careers-satisfy-husbands-whim.html> [01/03/2025].

- Nouri, Melody (2018). "The power of influence: Traditional celebrity vs social media influencer". En: *Pop Culture Intersections*, 32. Disponible en: [https://scholarcommons.scu.edu/engl\\_176/32/](https://scholarcommons.scu.edu/engl_176/32/) [03/03/2025].
- Núñez Puente, Sonia y Fernández Romero, Diana (2019). "Posverdad y victimización en Twitter ante el caso de La Manada: propuesta de un marco analítico a partir del testimonio ético". En: *Investigaciones Feministas*, 10(2), pp. 385-398. Disponible en: <https://doi.org/10.5209/infe.66501> [05/03/2025].
- ONU (2020). "Informe de políticas: Las repercusiones de la COVID-19 en las mujeres". En: *Grupo de las Naciones Unidas para el Desarrollo Sostenible*, 9 de abril. Disponible en: <https://unsgd.un.org/es/resources/informe-de-politicas-el-impacto-de-la-covid-19-en-las-mujeres> [16/02/2025].
- Pateman, Carole (1989). *The Disorder of Women Democracy, Feminism and Political Theory*. Stanford, Calif.: Stanford University Press.
- Phillips, Abril (2023) "Me someto y sirvo a mi esposo": 'Tradwives', las influencers que preservan el matrimonio tradicional". En: *La Vanguardia*, 21 de noviembre. Disponible en: <https://www.lavanguardia.com/vivo/relaciones/20231121/9382605/me-someto-sirvo-esposo-tradwife-influencers-matrimonio-tradicional.html> [16/02/2025].
- Pineda, Paz (2024). "Qué son las tradwives: la tendencia en relaciones que pone en riesgo el rol de la mujer y preocupa en España". En: *El Español*, 27 de julio. Disponible en: [https://www.elspanol.com/mujer/estilo-vida/20240727/la-tradwives-tendencia-relaciones-pone-riesgo-rol-mujer-preocupa-espana/873162960\\_0.html](https://www.elspanol.com/mujer/estilo-vida/20240727/la-tradwives-tendencia-relaciones-pone-riesgo-rol-mujer-preocupa-espana/873162960_0.html) [25/01/2025].
- Popp, Konstanze (2024). "Tradwife, o la (no tan) nueva forma de aproximarse al papel de la mujer en el hogar". En: *Vogue*, 7 de agosto. Disponible en: <https://www.vogue.mx/articulo/tradwife> [03/02/2025].
- Proctor, Devin (2023). "The #Tradwife persona and the rise of radicalized White domesticity". En: *Persona Studies*, 8(2), pp. 7-26.
- Ramírez, Noelia (2024). "Pechos firmes, óvulos frescos y coletas esponjosas". En: *El País*, 2 de abril. Disponible en: <https://elpais.com/opinion/2024-04-02/pechos-firmes-ovulos-frescos-y-coletas-esponjosas.html> [17/02/2025].
- Rodríguez, Elena, Kuric, Samantha, Sanmartín, Anna y Gómez, Alejandro (2023). En: *Barómetro Juventud y Género 2023. Avance de resultados: violencia de género*. Madrid: Centro Reina Sofía de Fad Juventud. Disponible en: <https://zenodo.org/records/10144139> [05/02/2025].
- Rottenberg, Catherine y Orgad, Shani (2020). "Tradwives: The women looking for a simpler past but grounded in the neoliberal present". En: *The Conversation*, 7 de febrero. Disponible en: <http://theconversation.com/tradwives-the-women-looking-for-a-simpler-past-but-grounded-in-the-neoliberal-present-130968> [26/02/2025].
- Salazar, Ivannia (2024) "'Tradwives' o la moda digital de ser ama de casa, tener hijos y vivir para tu marido". En: *ABC*, 4 de abril. Disponible en: <https://www.abc.es/sociedad/tradwives-moda-digital-ama-casa-tener-hijos-20240404221107-nt.html> [18/01/2025].
- Sánchez, María B. (2024). "Marido, cocina e hijos. Las tradwives, el movimiento conservador que devuelve a la mujer al hogar". En: *El Mundo*, 14 de abril. Disponible en: <https://www.elmundo.es/yodona/actualidad/2023/04/14/6437cfb3e4d4d813548b45c9.html> [21/02/2025].
- Serrano, María (2024). "Roro, la perfecta tiktoker trad wife viral que cocina para su novio Pablo". En: *Artículo14*, 16 de julio. Disponible en: <https://www.articulo14.es/cultura/roro-la-perfecta-tiktoker-trad-wife-viral-que-cocina-para-su-novio-pablo-2-20240716.html> [10/02/2025].

- Sitler-Elbel, Frankie (2021). “From Swiffers to Swastikas: How the #tradwife movement of conventional gender roles became synonymous with white supremacy”. En: *Senior Projects Spring 2021*. Disponible en: [https://digitalcommons.bard.edu/senproj\\_s2021/131](https://digitalcommons.bard.edu/senproj_s2021/131) [05/02/2025].
- Sykes, Isabel (2024). “From ‘girlyboss’ to #stayathomegirlfriend: The romanticisation of domestic labour on Tik Tok”. En: *European Journal of Cultural Studies*, 54(4), pp. 453-487. Disponible en: <https://doi.org/10.1177/089124162412462> [10/02/2025].
- Sykes, Sophia y Hopner, Veronica (2024). “Tradwives: Right-Wing Social Media Influencers”. En: *Journal of Contemporary Ethnography*, 53(4), pp. 453-487. Disponible en: <https://doi.org/10.1177/08912416241246> [05/02/2025].
- Tebaldi, Catherine (2023). “Tradwives and truth warriors. Gender and nationalism in US White nationalist women’s blog”. En: *Gender and Language*, 17(1), pp. 14-38. Disponible en: <https://doi.org/10.1558/genl.18551> [07/02/2025].
- Teruel Rodríguez, Laura (2013). “El posicionamiento editorial de la prensa española sobre la polarización política”. En: Arantxa Capdevila, María José Canel, Karen Sanders y Mario Gurriñero (Eds.). *Estudios de comunicación política. Libro del año 2012*, pp. 169-191. Madrid: Tecnos.
- Terrasa, Rodrigo y Casado, Carmen (2025). “Ni machistas ni feministas, el loco mundo de la femejera: ‘Las mujeres tienen más poder del que creen, su vulva gobierna el mundo’”. En: *El Mundo*, 13 de enero. Disponible en: <https://www.elmundo.es/papel/historias/2025/01/13/678155dee4d4d8243e8b4585.html> [20/02/2025].
- Van Dijk, Teun A. (1999). “El Análisis Crítico del Discurso”. En: *Anthropos*, 186, pp. 23-36. Disponible en: <https://doi.org/10.14409/texturas.v1i1.2769> [04/01/2025].
- Varela, Nuria (2023). “Historia de los textos de referencia en la construcción del discurso feminista del siglo XXI como estrategia frente a su devaluación mediática”. En: *Historia y comunicación social*, 28 (2), pp. 317-326. Disponible en: <https://doi.org/10.5209/rics.92240> [26/02/2025].
- Waller, Dahvi; Boden, Anna; Fleck, Ryan y Asante, Amma (2020). *Mrs. America*. Barcelona: FX Productions.
- Yanke, Rebeca (2024). “No hay verdad”. En: *El Mundo*, 31 de julio. Disponible en: <https://www.elmundo.es/opinion/columnistas/2024/07/31/66a9264021efa0bf6b8b4598.html> [20/02/2025].
- Yo Dona (2024). “Roro, la tradwife española que se ha hecho viral por complacer a su novio hasta límites insospechados”. En: *El Mundo*, 23 de julio. Disponible en: <https://www.elmundo.es/yodona/actualidad/2024/07/23/669f976021efa0b3278b45d7.html> [23/02/2025].
- Zarzalejos, Ana (2024). “Qué chollo tiene Roro con este feminismo acusador”. En: *El Español*, 26 de julio. Disponible en: [https://www.elespanol.com/opinion/columnas/20240726/chollo-roro-feminismo-acusador/873292669\\_13.html](https://www.elespanol.com/opinion/columnas/20240726/chollo-roro-feminismo-acusador/873292669_13.html) [22/01/2025].
- Zhang, Lu; Kuo, Pei-Jou y McCall, Michael (2019). “Microcelebrity: The Impact of Information Source, Hotel Type, and Misleading Photos on Consumers Responses”. En: *Cornell Hospitality Quarterly*, 60(4), pp. 285-297. Disponible en: <https://doi.org/10.1177/1938965519851461> [11/02/2025].
- Zimmerman, Shanoon. (2023). “Dangerous misogyny of the digital world: The case of the manosphere”. En: Elisabeth Kath, Julian C. H. Lee y Aiden Warren (Eds.). *The digital global condition*, pp. 107-131. Springer Nature. Disponible en: <https://doi.org/10.1007/978-981-19-9980-2> [05/02/2025].