

La receta 8M: Recuerda lo que tanto nos costó conseguir



INGREDIENTES*

Tradwife:

Tranquilidad
Familia
Estabilidad

Faltan:

Independencia económica
Cuidados compartidos
Derechos
Sororidad

**La receta de tu vida la decides tú*

Día Internacional
de las Mujeres 2026

1. El desafío de las “tradwives” y el lenguaje de redes

Nos situamos en un contexto digital complejo. Actualmente, el movimiento *tradwife* —mujeres jóvenes que promueven en redes sociales una vuelta estética y sumisa al hogar de los años 50— está captando la atención de las nuevas generaciones a través de vídeos dinámicos, música sugerente y una falsa sensación de tranquilidad.

Esta campaña se apropia de ese mismo lenguaje visual de redes sociales (tutoriales de cocina, reels, edición rápida) para impulsar el pensamiento crítico. No demonizamos el cuidado, sino que proponemos una opción igualitaria y le añadimos los derechos que el algoritmo a menudo olvida. Es una respuesta directa y moderna para que el público joven no confunda la estética preciosista con un retroceso en sus libertades.

2. La receta como metáfora de libertad

La campaña de este año utiliza el formato de “receta” no como una instrucción doméstica, sino como una poderosa metáfora de la autonomía. Reivindicamos que los ingredientes fundamentales de una vida plena no son solo el cuidado o la familia, sino aquellos que a menudo quedan fuera del plano: la historia, la reflexión, la independencia económica, los cuidados compartidos y la sororidad. Es un reconocimiento a la “receta” que nuestras antecesoras perfeccionaron con esfuerzo para que hoy podamos decidir la nuestra.

3. Cuidar lo conseguido

Sensibilizar a la población, especialmente mujeres jóvenes, sobre los riesgos de romantizar modelos tradicionales de género asociados al fenómeno *tradwife* y del peligro que conlleva reproducir estos modelos.

Generar reflexión crítica en mujeres jóvenes que consumen contenido *tradwife*.

Reforzar el mensaje de autonomía, independencia económica, libertad personal y corresponsabilidad como pilares de la igualdad.

Visibilizar la experiencia de mujeres mayores que vivieron en primera persona los roles tradicionales y sus limitaciones. (Intergeneracionalidad)

Utilizar un lenguaje visual potente que conecte tanto con redes sociales como con soportes institucionales.

Accede desde aquí al material de la campaña:

