

LA CONSTRUCCIÓN DE ‘FEMINIDADES’ DIGITALES: ANÁLISIS DE LAS CUENTAS BALLERINA FARM Y RORO EN LA MANOSFERA DE TIKTOK

Graciela Padilla Castillo*
Universidad Complutense, España

Eglée Ortega Fernández***
Universidad Complutense, España

Tania Brandariz Portela**
Universidad Nebrija, España

David del Pino Díaz◇
Universidad Nebrija, España

RESUMEN

El artículo examina en profundidad el fenómeno de la manosfera en TikTok mediante un análisis mixto –cuantitativo y cualitativo– de dos cuentas emblemáticas: Ballerina Farm y RoRo.bueno. A través de la combinación de métricas detalladas de interacción social, tasas de crecimiento y análisis semiótico-discursivo de los contenidos publicados, se exploran las dinámicas mediante las cuales estas plataformas modelan y propagan distintos arquetipos de feminidad digital –desde referentes tradicionales y conservadores hasta propuestas emergentes y aspiracionales–. El trabajo desglosa cómo las estrategias comunicativas y de fidelización de comunidades varían sustancialmente entre ambas cuentas, observando diferencias notables en el impacto, el alcance, las tácticas de viralización y la articulación de identidades colectivas a través de la afectividad y el *storytelling*. Los hallazgos subrayan que la representación de la feminidad en estos contextos es compleja y multifacética, además de profundamente influida por las lógicas algorítmicas de la plataforma y los discursos en disputa.

PALABRAS CLAVE: manosfera, feminidad digital, tradwives, TikTok, comunicación de género.

THE CONSTRUCTION OF DIGITAL ‘FEMINITIES’: ANALYSIS OF THE BALLERINA
FARM AND RORO ACCOUNTS IN THE TIKTOK MANOSPHERE

ABSTRACT

The article takes an in-depth look at the phenomenon of the manosfera on TikTok through a mixed quantitative and qualitative analysis of two emblematic accounts: Ballerina Farm and RoRo.bueno. Through a combination of detailed social interaction metrics, growth rates, and semiotic-discursive analysis of published content, the dynamics by which these platforms model and propagate different archetypes of digital femininity –from traditional and conservative references to emerging and aspirational proposals– are explored. The work breaks down how communication and community loyalty strategies vary substantially between the two accounts, noting notable differences in impact, reach, viralization tactics, and the articulation of collective identities through affectivity and storytelling. The findings underscore that the representation of femininity in these contexts is complex and multifaceted, as well as deeply influenced by the platform’s algorithmic logic and competing discourses.

KEYWORDS: manosfera, digital femininity, tradwives, TikTok, gender communication.

DOI: <https://doi.org/10.25145/j.clepsydra.2026.30.03>

REVISTA CLEPSYDRA, 30; marzo 2026, pp. 61-84; ISSN: e-2530-8424

[Licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial 4.0 Internacional \(CC BY-NC-ND\)](#)



1. INTRODUCCIÓN

Este estudio aborda el estado de la cuestión en torno a la proliferación y consolidación de comunidades manoféricas y *tradwives* en entornos digitales contemporáneos, enfocándose especialmente en plataformas visuales y sociales como TikTok. La creciente expansión de estos espacios digitales, donde se configuran y difunden discursos que promueven modelos conservadores y alternativos de feminidad y masculinidad, subraya la necesidad de profundizar en el análisis de sus mecanismos discursivos, sus estrategias de seducción mediática y el impacto social que generan en las disputas simbólicas acerca del género, el poder y las normas culturales.

El objetivo central de esta investigación es desentrañar cómo dos cuentas de gran alcance en TikTok, representativas de estos fenómenos, proyectan y negocian modelos de feminidad digital que, aunque rivales en ciertos aspectos, resultan complementarios en la construcción de identidades online. Estas cuentas despliegan estrategias comunicativas y de seducción que se adaptan al ecosistema algorítmico y cultural particular de la plataforma, factores determinantes en el alcance, resonancia y conformación de las comunidades virtuales que las rodean.

Desde una perspectiva interdisciplinar, que integra métodos cuantitativos y cualitativos, la investigación se propone comprender no solo la producción y reproducción de representaciones de feminidad en espacios digitales, sino también cómo estos discursos dialogan y se entrelazan con las lógicas algorítmicas y las dinámicas sociales propias de TikTok. De este modo, el estudio aporta una lectura crítica sobre el rol activo que estas cuentas desempeñan dentro del universo de la manofera, así como sobre sus implicaciones en la esfera pública digital y en los procesos culturales actuales vinculados a la construcción social de la feminidad y la masculinidad.

En este sentido, resulta necesario diferenciar analíticamente entre la manofera, como ecosistema digital predominantemente masculino y antifeminista, y el antifeminismo digital más amplio, donde se inscriben también figuras y comunidades femeninas como las *tradwives*. Mientras la manofera se ha definido clásicamente como un entramado de foros, canales y redes ocupados mayoritariamente por varones organizados en torno a la victimización masculina y la reacción contra el feminismo, el antifeminismo digital incluye igualmente a creadoras de contenido que difunden modelos de feminidad conservadora y discursos hostiles hacia las agendas feministas desde una posición aparentemente empoderada o «libremente elegida». Esta distinción permite comprender que figuras como Ballerina Farm y RoRo pueden funcionar como nodos relevantes en la manofera sin que sus audiencias sean necesariamente exclusivamente masculinas, situándose en un espacio híbrido entre

* E-mail: gracielp@ucm.es. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1393-4817>.

** E-mail: tbrandariz@nebrija.es. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0578-3986>.

*** E-mail: egleeort@ucm.es. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7103-2403>.

◇ E-mail: dpino@nebrija.es. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1860-8658>.

la reafirmación de la masculinidad hegemónica y la circulación de feminidades normativas y posfeministas.

El término ‘manosfera’ apareció inicialmente en 2009 en la plataforma Blogspot, y aunque ha generado un interés académico creciente, la mayoría de los estudios existentes se concentran en el ámbito anglófono y permanecen ajenos al mundo hispanohablante (Franco y Bernárdez, 2023). Entre las principales referencias destacan los trabajos de Ian Ironwood (2013) y las contribuciones académicas de Marwick y Caplan (2018), así como Tomkinson *et al.* (2020). En sus inicios, esta esfera digital estuvo dominada por sitios norteamericanos como Men Going Their Own Way (MGTOW) y los foros de Men’s Rights Activists (MRAs). Con el paso del tiempo, la manosfera ha trascendido estas plataformas y se ha extendido por otros espacios en línea como Reddit, 4chan y Forocoches, transformándose en un fenómeno de creciente preocupación (Tomkinson, Harper y Attwell, 2020; Díaz-Fernández y García-Mingo, 2024) que reproduce la victimización masculina y denigra a las mujeres (Lacalle *et al.*, 2023). Esta difusión global exige una atención académica más profunda y estrategias culturales amplias, especialmente para los contextos lingüísticos y sociales no anglófonos (Marwick y Caplan, 2018; Bernárdez y Padilla, 2021; Bernárdez, López y Padilla, 2021; Caldevilla, Barrientos y Padilla, 2021; Franco y Bernárdez, 2023, Ortega, 2025).

Pese al claro predominio de la literatura en inglés, el análisis de la manosfera no es totalmente inexistente en el ámbito hispanohablante. Específicamente en el contexto español, si bien el volumen de investigación podría ser mayor, han emergido en los últimos años algunos trabajos cruciales para desentrañar la influencia de los líderes de opinión antifeministas en la propagación de narrativas de odio contra las mujeres. Entre estos estudios pioneros se pueden señalar los trabajos de Pibernat Vila (2021) y Mediano-Vicent (2022), las aportaciones de García-Mingo y Díaz Fernández (2022) o Del Pino (2023) y, más recientemente, las investigaciones de Brandariz Portela y Del Pino Díaz (2025) y Brandariz Portela *et al.* (2025).

El estudio se fundamenta en el marco teórico del posfeminismo, definido como una sensibilidad cultural que fusiona ideales neoliberales de autoemprendimiento y consumo con nociones contradictorias de empoderamiento femenino y feminidad tradicional (McRobbie, 2007; Rottenberg, 2018, Zaeemdar, 2024). Desde esta perspectiva, la feminidad se manifiesta en una compleja negociación donde la gestión estética y las relaciones afectivas se desarrollan en espacios digitales que, aunque enfatizan la libertad de elección individual, terminan reforzando las normas socioculturales existentes. Esta tensión entre autonomía y limitación configura las feminidades digitales contemporáneas como lugares de liberación y a la vez de reproducción normativa de género. En España, se perciben discursos que legitiman la manosfera, es decir, que sustentan relacionalmente la masculinidad hegemónica, como el movimiento #TeamAlienadas (Fernández-Díaz, 2023; Guildea, 2025). A este enfoque se suma la crítica del neoruralismo, que ayuda a interpretar las bases conservadoras y anticapitalistas de ciertas representaciones femeninas en la manosfera, especialmente en escenarios de habla hispana (Egea, 2021). Esta corriente valora la vida rural, los valores centrados en la familia y la fe religiosa, planteando una narrativa cultural alternativa frente al sujeto neoliberal urbano.



De igual manera, la teoría afectiva (Ahmed, 2018; Hochschild, 2019, Haslop et al, 2024) permite comprender cómo el trabajo emocional, el cuidado y las narrativas íntimas se transforman en formas mercantilizadas de capital digital, posibilitando a las influenciadoras manejar y negociar relaciones de poder dentro de la manofera a través de economías afectivas. Estas perspectivas combinadas explican las paradojas digitales que envuelven a figuras como las *tradwives* y las coquetas, cuya feminidad es simultáneamente un producto comercial y un acto político. Desde su origen como corriente marginal del internet anglófono, la manofera ha evolucionado hasta ser una preocupación transnacional que supera barreras lingüísticas y culturales (Franco y Bernárdez, 2023). Enfrentar este fenómeno requiere acciones focalizadas de sensibilización y educación digital que otorguen a los usuarios herramientas para identificar, desafiar y denunciar prácticas de odio (Franco y Bernárdez, 2023). Un elemento clave en la resistencia a estas dinámicas es la agencia creativa o «produsage» cultural de las generaciones jóvenes (Bernárdez y Padilla, 2021), quienes, a pesar de ser las más vulnerables a la hostilidad en línea, poseen un alto grado de alfabetización digital que les permite generar contenidos originales y significativos capaces de cuestionar y subvertir los estereotipos de género reproducidos por la manofera (Lageson y Maruno, 2018, Aran-Ramspott, 2024).

Esta postura se sustenta en estudios previos que documentan la estigmatización digital de las mujeres cuando expresan opiniones, ideas o identidades corporales en internet (Lageson y Maruno, 2018; Vallejo y Miranda, 2021). Más allá del discurso de odio explícito —ya regulado y castigado en diversos marcos legales—, las mujeres enfrentan un estigma multinivel que se centra en la idea de la «fragilidad femenina». Esta percepción aparece cuando, creyendo que las redes sociales son espacios seguros, comparten aspectos de su vida cotidiana, emociones o vulnerabilidades y se convierten en blanco de discursos que interpretan estas experiencias como signos de debilidad intrínseca al género (Requeijo, Padilla y Díaz, 2023; Padilla, Pittaro y López-Agulló, 2024). Esta situación genera en muchas usuarias procesos de autocensura, aislamiento y hostilidad internalizada, reduciendo la denuncia de acoso y la participación en comunidades solidarias, mientras que la audiencia normaliza y no desafía estas agresiones —situación agravada por algoritmos que priorizan la interacción sobre la ética, amplificando contenido sexista y atrapando a los usuarios en cámaras de eco digitales— (Padilla Castillo, 2023).

En este ecosistema, el movimiento *tradwife* ha surgido como un fenómeno distintivo y polémico dentro de la manofera, caracterizado por mujeres que abrazan abiertamente roles de género convencionales y valores domésticos conservadores (Zahay, 2022; Herrera Sánchez, 2024). Estas mujeres son celebradas como modelos ideales de feminidad por algunos sectores manoféricos, pero también enfrentan críticas intensas de feministas y masculinistas, quienes las acusan de hipocresía, manipulación o regresión moral. Esta ambivalencia muestra la complejidad del odio digital dirigido a mujeres independientemente de su postura ideológica (McRobbie, 2007; Gill, 2016; Requeijo, Padilla y Díaz, 2023), evidenciando un entorno tóxico donde la hostilidad de género prevalece y refleja las tensiones sociales contemporáneas sobre expectativas de género, roles domésticos y libertad personal. La idea recurrente de la «debilidad femenina» adquiere nuevas dimensiones en este contexto, pues aun-



que se consideran sumisas o dependientes, muchas *tradwives* defienden sus opciones como expresiones legítimas de agencia y empoderamiento, en una paradoja central del posfeminismo que combina reclamos de autonomía con rechazo o banalización del feminismo (Gill, 2007; McRobbie, 2007; Gill, 2016, Bower, 2024).

La figura *tradwife* ha sido estudiada en el ámbito anglosajón como un dispositivo cultural que reactualiza la feminidad doméstica idealizada bajo una estética digital aspiracional, articulando un discurso populista y antifeminista que apela a «lo que las mujeres realmente quieren» y a la restauración de un orden de género pretendidamente natural (Giolo, 2025; Richards, Jones, & Trott, 2025; Scott & Day, 2025; Çetin, & Karakaş Aydınbakar, 2026). En el contexto español, este imaginario se entrecruza con debates sobre el antifeminismo y el neoruralismo, de modo que las *tradwives* se convierten en mediadoras entre la cultura digital y marcos ideológicos locales, conectando la nostalgia por el hogar y la familia, con narrativas conservadoras y religiosas (Bernárdez, Rossetti y Padilla, 2025; Padilla-Castillo, 2025; Peños Seisdedos, 2025). Nuestra propuesta sitúa a Ballerina Farm como heredera de esa tradición anglosajona, mientras que RoRo encarna una adaptación hispanohablante híbrida, donde la domesticidad se combina con rasgos de autoemprendimiento y espectacularización, propios del capitalismo de las plataformas.

La aceleración en la expansión de plataformas sociales, sobre todo tras los confinamientos por COVID-19 (Padilla y Rodríguez, 2022, 2023; Requeijo, Padilla y Díaz, 2023; Padilla, Pittaro y López-Agulló, 2024), ha potenciado tanto la difusión de discursos mansféricos como de *tradwives*, especialmente en plataformas como TikTok, Instagram y YouTube, canales claves para llegar a audiencias globales y jóvenes. Por ello, la alfabetización digital crítica se erige como herramienta esencial para enfrentar el odio mansférico y la misoginia dirigida a *tradwives*. La creatividad cultural emergente de estas generaciones digitalmente alfabetizadas, mediante contenido original, ético y emocionalmente inteligente, representa un medio poderoso para resistir y transformar los estereotipos de género y promover una comprensión más compleja de la identidad y el empoderamiento femenino en la cultura digital contemporánea (Garrido, 2022; Picazo-Sánchez, 2016; Kundu, 2023; Gozalo Bohl, 2023).

La regulación del ciberespacio frente al discurso de odio se configura como uno de los dilemas jurídicos y éticos más complejos de la actualidad (Brandariz, Ortega y Padilla, 2024; Padilla Castillo, 2024). La creciente influencia de las plataformas digitales en la comunicación interpersonal y la información ha convertido el odio digital en una amenaza directa para los derechos humanos, la cohesión social y los valores democráticos (Núñez-Puente, D'Antonio-Maceiras y Fernández-Romero, 2021). Aunque existen iniciativas legislativas internacionales y códigos de conducta adoptados por grandes plataformas como Facebook, Instagram, YouTube y TikTok para mitigar esta hostilidad, los avances son todavía parciales y desiguales. Por ejemplo, el Código de Conducta europeo de 2016 obliga a revisar en un plazo de 24 horas el contenido reportado, pero menos de la mitad de los contenidos señalados son efectivamente eliminados, lo que evidencia deficiencias en la implementación.

TikTok, por su parte, ha implementado directrices comunitarias y sistemas de moderación combinados de revisión humana y algoritmos que prohíben ideologías



y discursos de odio, y colabora con iniciativas públicas de España contra el discurso ilegal de odio. No obstante, persisten preocupaciones sobre la transparencia de sus procesos de moderación y el sesgo algorítmico que puede amplificar contenido extremista o autodestructivo (Frenda *et al.*, 2019; Verza, 2019; Padilla-Castillo, 2023). La confrontación entre frenar el odio digital y respetar la libertad de expresión constituye un delicado equilibrio, donde la regulación excesiva puede derivar en censura y limitación de debate legítimo (Bernárdez y Padilla, 2023; Caldevilla-Barrientos y Padilla, 2023; Requeijo, Padilla y Díaz, 2023). Por ello, organismos internacionales enfatizan la importancia de un enfoque equilibrado basado en derechos fundamentales y criterios proporcionales (Padilla, 2024).

Más allá de los marcos legales, es fundamental promover la sensibilización social y narrativas afirmativas que contrapongan la hostilidad digital (César Delgado, 2022; Cobo, 2022; Coronado Ruiz, 2022, Pillai, 2025). Campañas educativas en igualdad, ética digital y respeto intercultural, con la participación activa de usuarios, pueden fortalecer comunidades en línea seguras y respetuosas (Flores Hernández, 2022; Marín Ruiz, 2022; Mihura-López, Piñero-Otero y Soane-Nolasco, 2023; Moldes Farelo, 2023; Martín-Herrero, 2024). Instituciones como Naciones Unidas promueven la cooperación multilateral y el empoderamiento comunitario como vías esenciales para enfrentar el odio digital, destacando la necesidad de colaboración sostenida entre gobiernos, empresas tecnológicas y sociedad civil para construir un ciberespacio respetuoso e inclusivo.

De acuerdo a lo anterior, esta investigación se posiciona como una aportación original y necesaria en el campo de los estudios sobre género, medios digitales y cultura contemporánea, dado que aborda una problemática emergente y poco explorada: la presencia y el impacto de la *manosfera* y las comunidades *tradwives* en plataformas sociales visuales como TikTok. A diferencia de otros estudios que se centran en contextos más tradicionales o en análisis superficiales de discursos digitales, este proyecto despliega un enfoque interdisciplinar riguroso que combina métodos cuantitativos de análisis de métricas de interacción con un análisis cualitativo y semiótico profundo de los contenidos y las narrativas mediáticas.

El valor innovador de la investigación radica en su capacidad para desentrañar las complejas dinámicas algorítmicas que influyen en la difusión y consolidación de discursos conservadores relacionados con feminidades y masculinidades digitales, aportando una visión crítica y multidimensional que responde a la evolución acelerada de las plataformas digitales y sus comunidades. Se exploran no solo las estrategias comunicativas de cuentas de alto impacto, sino también cómo estas estrategias dialogan con los procesos sociales de construcción identitaria, afectividad y poder simbólico en el entorno digital, un terreno poco explorado y con grandes implicaciones para el debate contemporáneo sobre género, democracia y cultura digital.

Además, la investigación responde a la urgente necesidad de comprender el fenómeno en un momento en que estas comunidades digitales tienen cada vez más influencia sobre audiencias jóvenes y amplias, incidiendo en percepciones de género y en la propagación de discursos que pueden tener consecuencias sociales y políticas de amplio alcance. Por lo tanto, la originalidad y pertinencia del estudio



no solo radican en su diseño metodológico y enfoque interdisciplinar, sino también en su potencial para informar políticas públicas, prácticas educativas y estrategias de intervención crítica frente a discursos conservadores y antifeministas en el espacio digital contemporáneo.

Estas dinámicas no pueden comprenderse al margen del capitalismo de plataformas y de lo que algunos autores han descrito como un régimen tecnofeudal, en el que unas pocas corporaciones concentran la infraestructura, los datos y la capacidad de decidir qué contenidos circulan y cuáles quedan invisibilizados. En TikTok, la lógica algorítmica de recomendación opera como un mediador central que premia la producción constante de contenido emocionalmente intenso, fácilmente consumible y alineado con tendencias dominantes, convirtiendo a las *tradwives* y a otras influenciadoras manoféricas en trabajadoras afectivas cuya visibilidad depende de su capacidad para alimentar el circuito de atención y de datos de la plataforma. Al analizar *Ballerina Farm* y *RoRo* como casos de estudio, asumimos por tanto que sus feminidades digitales no solo expresan ideologías conservadoras, sino que también son productos configurados por las reglas económicas y algorítmicas de este capitalismo de plataformas.

Este trabajo se inscribe en el Proyecto I+D «Proyectos de Generación de Conocimiento» y a actuaciones para la formación de personal investigador predoctoral asociadas a dichos proyectos, del Programa Estatal para Impulsar la Investigación Científico-Técnica y su Transferencia, en el marco del Plan Estatal de Investigación Científica, Técnica y de Innovación 2021-2023. Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades. Título: «La Manosfera en las Redes Sociales. Prodsage cultural para revertir los estigmas de género y la cultura del odio». Referencia PID2022-141877NB-I00. 2023-2027. Financiación de 84.000 euros. Vigencia del proyecto: 01/09/2023 al 31/08/2027.

2. METODOLOGÍA

El presente estudio aborda la complejidad del fenómeno de la manosfera en TikTok, mediante una combinación rigurosa de métodos cuantitativos y cualitativos, que permiten analizar la dimensión estadística y el contenido simbólico y discursivo de las cuentas seleccionadas (*Ballerinafarm* y *Roro.bueno*). Las elecciones metodológicas respondieron a la necesidad de capturar de manera integral las dinámicas de interacción, crecimiento y construcción identitaria que se desarrollan en estos espacios digitales, considerando para ello un enfoque interdisciplinar centrado en los estudios de comunicación, género y sociología digital. Con este objetivo, analizaremos la matriz de éxito –que nos permite medir el alcance de una cuenta y su nivel de *engagement*–, así como el mapa 3D, a través del cual estudiamos los conceptos más relevantes en la construcción de su identidad.

Se focalizó el análisis en dos cuentas emblemáticas dentro del ecosistema de las *tradwives* y la manosfera: *Ballerina Farm* y *Roro*, ambos perfiles con alta visibilidad y capacidad de influencia en redes. El periodo temporal de estudio abarcó seis meses, desde el 14 de abril hasta el 14 de octubre de 2025, con la intención de



observar las tendencias, picos y comportamientos estables que pueden evidenciarse en su trayectoria reciente. Así, para identificar el histórico de las cuentas, se incluirá el gráfico que muestra la evolución de su crecimiento.

La selección conjunta de Ballerina Farm y RoRo responde a una lógica comparativa explícita entre un caso anglosajón y otro hispanohablante, que permite observar cómo se traducen y reconfiguran los imaginarios tradwife en diferentes contextos culturales y lingüísticos. El contraste entre ambas cuentas no se limita al volumen de audiencia o al rendimiento cuantitativo, sino que incluye la comparación de sus estilos narrativos, la centralidad del hogar y la familia, el peso de la religiosidad y la forma en que cada una integra colaboraciones comerciales en su relato cotidiano. De este modo, el diseño metodológico busca identificar patrones comunes en la construcción de feminidades conservadoras, al tiempo que atiende a las especificidades discursivas y afectivas derivadas de sus respectivos entornos sociopolíticos.

Para la recogida y el análisis de datos cuantitativos, se empleó la herramienta *Fanpage Karma*, reconocida por su exhaustividad y precisión en el monitoreo de redes sociales. Esta plataforma posibilitó el acceso a métricas detalladas tales como el número de seguidores, frecuencia y cantidad de publicaciones, «Me gusta», comentarios y tasas de interacción, tanto en términos absolutos como relativos. Además, *Fanpage Karma* permitió identificar las publicaciones con mayor impacto, facilitando la comparación temporal y contextual de los contenidos, y aportando una visión clara de la evolución de la audiencia y su participación en cada cuenta. La posibilidad de acceder a datos históricos y paneles de control gráficos fue fundamental para el análisis longitudinal que sustenta los resultados de este estudio. Completamos el estudio de métricas en TikTok con la herramienta *Exolyt*, que nos permite analizar en profundidad la calidad de las cuentas, considerando la pertinencia de la producción de contenido, la tendencia de crecimiento y el *engagement* que generan. En una escala del 1 al 10, siendo 10 la perfección, se asigna una puntuación a cada cuenta que nos permite evaluar su salud digital.

En relación con el uso de herramientas automatizadas de análisis, como las empleadas, resulta necesario precisar el alcance de los procesos que estas plataformas desarrollan y que se ha implementado en esta investigación. Tanto *Fanpage Karma* como *Exolyt* operan mediante la captura sistemática de datos públicos disponibles en plataformas como TikTok, tales como el número de seguidores, volumen de publicaciones, interacciones y evolución temporal de dichas métricas. Además de lo comentado, ambas herramientas llevan a cabo procesos internos de procesamiento, que incluyen la normalización de métricas, el cálculo de tasas de interacción y la identificación de tendencias de crecimiento o estancamiento de las cuentas.

Asimismo, se realizó un análisis cualitativo y semiótico exhaustivo de las publicaciones, considerando no solo el texto, sino también elementos visuales, *hashtags* y la modalidad afectiva y narrativa que estructura las comunicaciones digitales. Este análisis permitió identificar las principales temáticas, símbolos y códigos culturales que configuran la construcción de las feminidades que ambas cuentas proyectan, así como las estrategias de seducción digital y los discursos conservadores y antifeministas que circulan en torno a ellas. La codificación temática se fundamentó en marcos teóricos interdisciplinarios, que integran estudios de género, análisis de



medios digitales y sociología de las emociones, brindando un marco interpretativo robusto para comprender las lógicas subyacentes en estas expresiones digitales.

Para concretar este componente cualitativo, se analizaron las 91 publicaciones totales de ambas cuentas durante el periodo de estudio (48 de Ballerina Farm y 43 de RoRo), priorizando las 25 con mayor tasa de interacción identificadas en el análisis cuantitativo. Este corpus se complementó con el examen detallado de elementos visuales, textuales y paratextuales (*hashtags, captions*, música de fondo, transiciones) presentes en los vídeos. Se aplicó una codificación temática que identificó categorías recurrentes como roles de género tradicionales, trabajo doméstico idealizado, maternidad extensiva, consumo aspiracional, religiosidad implícita/explicita y estrategias de seducción afectiva, permitiendo desentrañar las lógicas discursivas y simbólicas que sustentan las diferentes construcciones de feminidad digital en cada cuenta.

En cuanto a las consideraciones éticas, el estudio cumplió estrictamente con los protocolos para el uso de datos públicos y la protección de la privacidad, respetando los términos de uso de las plataformas analizadas y las normativas vigentes sobre tratamiento de datos. Se reconoce, sin embargo, como una limitación inherente al tipo de investigación digital, la imposibilidad de acceder directamente a las percepciones internas y procesos afectivos de la audiencia, así como la ausencia de datos privados de interacción que podrían ampliar la comprensión del fenómeno. Esta aproximación metodológica combinada y reflexiva permite ofrecer una visión plural y matizada del rol que juegan estas cuentas dentro de la manofera, articulando datos cuantificables con interpretaciones críticas del contenido y su impacto social en un contexto donde los discursos de género y poder se reconfiguran activamente a través de las plataformas digitales.

Llegados a este punto es conveniente señalar que Fanpage Karma y Exolyt son plataformas cuyo acceso a los algoritmos exactos que rigen los procesos de captura, limpieza y cálculo es limitado. Esta opacidad procedimental constituye una restricción inherente a las metodologías mediadas por herramientas como estas y debe ser entendida como una delimitación explícita del estudio. En consecuencia, la replicabilidad de la investigación se apoya en la definición clara del periodo analizado, de las cuentas seleccionadas y de las métricas observadas, así como en la combinación de enfoques cuantitativos y cualitativos.

3. RESULTADOS

Este apartado detalla el análisis exhaustivo del desempeño y características de las dos cuentas objeto de estudio, en el marco del fenómeno de la manofera en TikTok, durante el semestre entre el 14 de abril y el 14 de octubre de 2025. Los datos cuantitativos combinados con un examen semántico y temático ofrecen una comprensión integral del tipo de feminidades y masculinidades que se construyen a partir de sus publicaciones, así como las estrategias de interacción y seducción digital que despliegan.

Durante el periodo analizado, la cuenta Ballerina Farm realizó un total de 48 publicaciones, con una acumulación cercana a los 23.1 millones de «Me gusta» y



117 mil comentarios. En contraste, la cuenta RoRo realizó 43 publicaciones, generando un impacto mucho más potente con casi 78.8 millones de «Me gusta» y 374 mil comentarios. Estos datos evidencian una diferencia sustancial en la resonancia y viralidad de los contenidos, que se refleja en la tasa media de interacción por publicación: un 4,9% en Ballerina Farm frente a un robusto 21% en RoRo (tabla 1).

La superioridad de RoRo también se refleja en el Índice de Rendimiento de la Página, indicador compuesto que mide la congruencia entre producción, impacto y crecimiento, con un 92% frente al 47% de la cuenta Ballerina Farm. Esta diferencia sugiere que, aunque Ballerina Farm produce más contenido en términos absolutos, su capacidad para movilizar a la audiencia y generar una participación activa es considerablemente menor.

En relación al crecimiento de seguidores, los datos muestran un comportamiento diferenciado pero convergente hacia una base cercana a 10 millones para ambas cuentas. Ballerina Farm mantiene un crecimiento más constante y estable, atrayendo seguidores de manera gradual a través de una estrategia que prioriza la fidelización de una audiencia segmentada y familiarizada con sus contenidos. Por su parte, RoRo inicia con un crecimiento pausado que se transforma en un crecimiento acelerado a mitad del periodo, impulsado posiblemente por un ajuste en su estrategia comunicativa y una mayor viralidad de sus publicaciones. Sin embargo, a partir del mes de septiembre se produce un estancamiento que tiende al decrecimiento (gráfico 1).

Teniendo en cuenta el decrecimiento observado en el caso de Roro, es relevante analizar en profundidad la tendencia de su cuenta, para lo que la filtramos en la herramienta Exolyt, que arroja métricas detalladas para TikTok. Siendo 10 la perfección en la producción de contenido, la tendencia de crecimiento de la cuenta y el *engagement*, la herramienta arroja una media de 6,3, un dato mejorable. La cuenta está estancada porque publica poco y su contenido no genera suficientes comentarios ni compartidos, lo que impide que el algoritmo la impulse; además, no logra movilizar a su público a la acción (imagen 1).

Esta dinámica indica dos modos de posicionamiento en el mercado digital: uno basado en la acumulación estable y el otro en picos de popularidad y expansión rápida hasta el 7 de agosto de 2025, que se estanca y tiende a decrecer. En el caso de RoRo, este estancamiento se corresponde con una puntuación media de 6,3 en los indicadores de account, aduience y engagement de Exolyt (imagen 1), lo que evidencia una disminución en la capacidad de movilización de la audiencia pese a la alta visibilidad acumulada.

Dentro del Top 25 de publicaciones con mayor tasa de interacción (tabla 2), RoRo domina ampliamente las primeras posiciones, con un rango de tasa de interacción entre el 74% en la publicación más efectiva y un 42% en la número 25. Estas cifras reflejan una excepcional capacidad para captar y mantener la atención del público en cada publicación. Esta capacidad se materializa, por ejemplo, en publicaciones concretas como las del 8 de mayo y 27 de julio de 2025, que alcanzan tasas de interacción superiores al 70% (tabla 2), combinando contenido promocional con apelaciones afectivas directas. El contenido predominante en esta cuenta combina elementos de promoción de productos con creatividad audiovisual y apelaciones emocionales potentes, lo que facilita tanto la adhesión afectiva como la viralización.



Ballerina Farm, en cambio, aparece en posiciones medias y bajas dentro del mismo listado, con un rango de interacción que va del 49% al 20%, reflejando un nivel de compromiso menor pero no desapercibido. Su estrategia parece girar en torno a la construcción de narrativas cotidianas, elementos familiares y simbologías relacionadas con la feminidad tradicional y valores conservadores, que apelan a una comunidad específica con códigos y referentes compartidos.

El análisis semántico de las palabras clave y *hashtags* que acompañan las publicaciones de ambas cuentas revela patrones interesantes y diferenciados (imagen 2). El liderazgo de términos como #events y #amazing subraya la importancia de la conexión con experiencias y emociones en la construcción de la imagen digital. Además, estos términos se mantienen estables a lo largo del tiempo, lo que indica un anclaje estratégico en discursos positivos y aspiracionales. Además, es el término «producto» el puente entre conceptos los conceptos más empleados en el caso de Ballerina Farm («protein», «events», «loving», «father») y los de Roro («anhelo», «embajadora», «CeraVe»). Este papel articulador se observa, por ejemplo, en publicaciones donde el discurso doméstico o afectivo se vincula directamente a marcas concretas, o al emprendimiento propio vinculado a la granja en Ballerina Farm, integrando consumo, identidad y emocionalidad en una misma narrativa.

No obstante, se detectan diferencias notables en el conjunto de etiquetas y palabras relacionadas con productos, modelos de feminidad y categorías emocionales (imagen 3). En el caso de RoRo, predomina un tono dinámico, joven y enfocado en la seducción y el consumo aspiracional, mientras que Ballerina Farm utiliza un lenguaje más estático, vinculado a referentes tradicionales, lo que apunta a discursos conservadores en la feminidad. Así, en el caso de RoRo, el «producto» se asocia frecuentemente a cosméticos, bebidas o alimentos de supermercado, presentados como recompensas afectivas («se lo merece», «os cuidáis conmigo») que refuerzan una feminidad ligada al autocuidado y al placer compartido. En Ballerina Farm, en cambio, el «producto» se vincula al emprendimiento propio de la granja, de manera que las recetas y los alimentos se convierten en símbolos de autosuficiencia familiar y de una economía moral basada en el esfuerzo, la tradición y la fe. Estas diferencias semánticas evidencian dos modelos de feminidad conservadora: uno más orientado al consumo corporativo y otro al proyecto familiar-empresarial.

El crecimiento de seguidores de ambas cuentas sostenido en el tiempo refleja estrategias y dinámicas distintas que operan dentro del ecosistema digital contemporáneo de la manofera y las *tradwives*, marcando importantes diferencias en la manera en que se construyen sus comunidades públicas. Por un lado, Ballerina Farm exhibe un patrón de crecimiento de seguidores caracterizado por una acumulación estable durante el inicio del periodo analizado, seguida de incrementos graduales y constantes en tramos sucesivos. Este comportamiento indica una estrategia de fidelización basada en la reproducción constante de contenidos que apelan a una audiencia segmentada y comprometida, interesada en la vida rural, los valores tradicionales y la representación de la feminidad a través de prácticas cotidianas y estéticas conservadoras.

Al superar el umbral de los 10 millones de seguidores y llegar a 10,5 millones hacia el final del periodo, Ballerina Farm demuestra la capacidad para mante-



ner y ampliar un público fiel que se identifica con su estilo de vida y narrativa. Su crecimiento no se basa en picos ni en estrategias de virabilidad efímera, sino en un proyecto comunicativo a largo plazo que combina autenticidad con una narrativa coherente de *tradwife* y familia numerosa. Los seguidores de esta cuenta valoran la presentación de la vida doméstica, la crianza tradicional, y los valores comunitarios y religiosos, aspectos que constituyen el núcleo emocional y simbólico de su contenido en redes sociales. En las publicaciones más populares de Ballerina Farm, la *influencer* aparece rodeada de sus hijos en la granja mientras elabora pan, pasta o postres caseros, en ocasiones vinculados a la venta de sus propios productos artesanales. La cámara enfatiza la estética bucólica del entorno rural, la armonía familiar y la autosuficiencia económica, configurando una narrativa donde la feminidad ideal se expresa en la capacidad para alimentar, educar y sostener emocionalmente a una familia numerosa dentro de un proyecto empresarial doméstico.

En sentido contrario, RoRo presenta un crecimiento acumulado más pausado durante la primera parte del periodo, caracterizado por incrementos normales y estables; sin embargo, a partir de la mitad del tiempo analizado su ascenso se acelera notablemente hasta consolidarse cerca de los 10 millones hacia el cierre, tras incrementos frecuentes y sostenidos. A partir de principios de agosto de 2025, la cuenta se estanca. Este aumento exponencial responde a una narrativa digital y estrategia de contenido dinámica, orientada a la generación de picos de viralidad y un *engagement* alto por publicación, lo que favorece la rápida expansión de su base de seguidores en plazos cortos.

RoRo articula una imagen pública basada en la combinación de seducción, consumo aspiracional y *storytelling* afectivo, acompañada de colaboraciones con marcas reconocidas que amplían su visibilidad y atractivo. Su audiencia es heterogénea, compuesta tanto por seguidores que se adhieren a su propuesta estética y emocional como por grupos de crítica y debate, lo que genera un entorno comunicativo intenso y complejo, propio de las redes sociales contemporáneas. Por ejemplo, en varios vídeos de cocina patrocinados, RoRo se dirige directamente a «Pablo» mientras prepara recetas asociadas a marcas específicas de alimentación o bebidas, intercalando mensajes de cariño y complicidad de pareja con referencias explícitas a la calidad del producto o a ofertas promocionales. Esta fórmula convierte la intimidad conyugal en un recurso publicitario, en el que la *influencer* se presenta simultáneamente como pareja cuidadora, consumidora experta y prescriptora comercial, reforzando una feminidad que se legitima a través del cuidado del otro y de la gestión eficiente del hogar.

Las trayectorias de crecimiento de estas dos *influencers* ejemplifican dos formas de presencia digital en la manofera: una fundada en la autenticidad y la continuidad de una comunidad comprometida con valores conservadores (Ballerina Farm), y otra basada en estrategias de viralidad y sobreexposición calculada que apela al ámbito del consumo como a la controversia (RoRo). Además, RoRo no se muestra únicamente como una mujer ligada a la cocina y al hogar, sino que se presenta, a la vez, como una mujer fuerte que, incluso, practica boxeo. Esa ambigüedad genera credibilidad, mostrándose como una figura compleja atravesada por contradicciones. Estas diferencias reflejan no solo contrastes en la construcción identitaria femenina



digital, sino también en las prácticas mediáticas, sociales y culturales que atraviesan y definen la visibilidad y legitimidad en el espacio público online de la manofera y las *tradwives* contemporáneas.

Los resultados obtenidos permiten contextualizar el papel activo que juegan estas cuentas dentro del entramado de la manofera en la era digital. La cuenta RoRo representa un modelo emergente donde la estrategia de producción de contenido de alta virabilidad y emocionalización juega un rol central en la hegemonía de ciertas formas de feminidad, que a menudo se posicionan como respuesta o resistencia a la crítica feminista. Esta interacción simbólica genera comunidades virtuales con fuertes vínculos afectivos y económicos, reproduciendo formas de seducción digital alineadas con una masculinidad y feminidad tradicionalizadas. En el caso de Roro, el *storytelling* pivota en torno a Pablo, su pareja, tomando como hilo argumental las recetas de cocina, que se convierten en un anclaje para la colaboración con marcas externas.

Ballerina Farm, por su parte, encarna formas de feminidad esencialista y conservadora más vinculadas a la cotidianidad, el hogar y los valores familiares. Su menor tasa de interacción puede interpretarse como una fidelización intensa, aunque más limitada en alcance masivo comparado con RoRo, evidenciando un nicho de mercado que no busca la expansión viral sino la consolidación comunitaria. En el caso de Ballerina Farm el *storytelling* no se construye desde la pareja, sino desde el concepto de familia; y las recetas de cocina no suponen un puente hacia la colaboración con marcas externas, sino hacia el desarrollo de su propio emprendimiento personal: la granja en el ámbito rural.

Desde la perspectiva de la arquitectura algorítmica de plataformas como TikTok, estos resultados reflejan cómo diferentes formas de producción cultural utilizan las herramientas digitales para fortalecer discursos y prácticas simbólicas de género. La interacción entre contenido, algoritmo y audiencia configura escenarios diferenciados, donde la viralidad sirve tanto para expandir narrativas emergentes en la manofera como para perpetuar perspectivas tradicionales y conservadoras en un contexto de disputa cultural.

El análisis cuantitativo, combinado con la interpretación semántica, muestra cómo la intersección entre prácticas digitales, representación de género y estrategias de comunicación da lugar a fenómenos complejos dentro de la manofera contemporánea. Las diferencias entre las cuentas estudiadas ilustran la diversidad y heterogeneidad de estas comunidades y discursos en redes, reflejando la necesidad de abordajes plurales y multidimensionales para su estudio. Este enfoque permite vislumbrar las tensiones entre feminidades conservadoras, dinámicas de seducción digital y procesos de resistencia feminista y transfeminista que se entrecruzan en el espacio digital.

4. DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos evidencian que las cuentas analizadas, Ballerina Farm y RoRo, representan formas divergentes pero complementarias de feminidad digital dentro de la manofera en TikTok. Mientras RoRo despliega una feminidad dinámica y aspiracional caracterizada por estrategias de viralidad y seducción, Balle-



rina Farm proyecta una feminidad esencialista y tradicional sustentada en valores familiares y comunitarios. Las escenas en las que RoRo convierte la preparación de una receta o la recomendación de un producto en declaraciones públicas de amor hacia su pareja ilustran esta feminidad aspiracional, donde la vida doméstica se vuelve espectáculo y mercancía afectiva.

En contraste, los vídeos de Ballerina Farm centrados en el trabajo agrícola, la elaboración de pan o la organización de la vida diaria con sus hijos ponen el foco en una feminidad que se legitima por la continuidad generacional, el seguimiento de valores religiosos y la autosuficiencia rural, elementos que dialogan de forma directa con los imaginarios *tradwife* descritos en la literatura reciente. Esta divergencia se sustenta empíricamente en las diferencias de tasa media de interacción (21% frente a 4,9%) y en el predominio de RoRo en las publicaciones con mayor *engagement* del periodo analizado. A la vez, esta dualidad coincide con los planteamientos de McRobbie (2007) y Rottenberg (2018) sobre el posfeminismo, donde persistente una tensión entre autonomía femenina y reproducción normativa de género que configura escenarios complejos y contradictorios en la cultura digital contemporánea.

En paralelo, estas diferencias en las estrategias comunicativas y en la construcción de comunidades reflejan las múltiples lógicas algorítmicas presentes en TikTok. La capacidad de RoRo para generar picos de popularidad y expandir rápidamente su audiencia se contrapone al crecimiento estable y constante de Ballerina Farm, basado en la fidelización de una comunidad segmentada. Este contraste subraya el papel activo de los algoritmos en la configuración del paisaje digital y está en línea con estudios que defienden la íntima relación entre contenidos, audiencias y algoritmos en las plataformas sociales (Padilla-Castillo, 2023; Bernárdez y Padilla, 2021).

Estas dinámicas también ponen de manifiesto contradicciones internas en la manófera, un espacio en el que discursivamente coexisten referentes conservadores y propuestas emergentes que se entrelazan de forma compleja. Tal como argumentan Marwick y Caplan (2018), estas tensiones no solo reflejan disputas ideológicas sino también formas de resistencias y negociaciones identitarias emergentes en el entorno digital. En este sentido, la coexistencia de discursos conservadores con narrativas de empoderamiento dentro de *tradwives* y coquetas revela paradojas propias del neoruralismo y la cultura digital, donde el trabajo emocional y las economías afectivas constituyen mecanismos clave de producción simbólica (Ahmed, 2018; Egea, 2021).

Desde una perspectiva metodológica, el uso combinado de análisis cuantitativos y cualitativos permite una triangulación que fortalece la validez interna de este estudio. La complementariedad entre métricas de interacción y análisis semiótico de contenido posibilita comprender no solo el impacto sino también los significados y estrategias discursivas en juego. No obstante, como señalan Lageson y Maruna (2018), la limitación para acceder a percepciones afectivas subjetivas y la naturaleza mutable de TikTok delimitan la validez externa y la generalización de los resultados a otros contextos o temporalidades.

Por último, este análisis se inserta en un campo emergente que amplía y cuestiona los estudios previos restringidos principalmente al ámbito anglófono y plataformas tradicionales. Contribuye a rellenar el vacío en el estudio de la manófera en el contexto hispanohablante y en redes visuales contemporáneas, alineándose



con investigaciones recientes que resaltan la heterogeneidad y complejidad del discurso de la manófera en el mundo digital globalizado (Franco y Bernárdez, 2023; Tomkinson *et al.*, 2020). Además, pone en evidencia la necesidad de integrar enfoques interdisciplinarios y críticos para comprender las tecnologías, los discursos y las comunidades implicadas en la construcción de género digital en escenarios culturales y políticos siempre en transformación.

La comparación entre Ballerina Farm y RoRo permite matizar las continuidades y diferencias entre las *tradwives* anglosajonas y sus traducciones hispanohablantes. Mientras la primera se alinea con un modelo articulado en torno a la familia extensa, la religiosidad y el neoruralismo, la segunda despliega una feminidad híbrida en la que la domesticidad coexiste con rasgos de independencia económica, estética urbana y prácticas de ocio como el boxeo, lo que complejiza su ubicación dentro del campo *tradwife*. Esta tensión confirma que las feminidades conservadoras en redes sociales no constituyen un bloque homogéneo, sino un espectro de posiciones donde se negocian el apego a roles tradicionales y la incorporación de elementos de empoderamiento posfeminista.

5. CONCLUSIONES

Se concluye que la diversidad y las tensiones evidenciadas entre las formas de presencia digital en la manófera reflejan las disputas culturales y sociales en torno a la legitimidad y visibilidad que adquieren los discursos conservadores, especialmente en lo referido a las representaciones y normas de género. En este contexto, la cuenta de RoRo se caracteriza por desplegar una estrategia comunicativa sostenida que enfatiza la viralidad y la emocionalización como herramientas centrales para consolidar una feminidad que es tanto hegemónica como a la vez contestataria frente a ciertos discursos feministas tradicionales, generando así un gran impacto social y mediático. Por otro lado, Ballerina Farm articula una narrativa basada en la autenticidad y la continuidad, que se cimienta en la construcción de vínculos profundos con su audiencia a través de la cotidianidad y la promoción de valores familiares y tradicionales, que apelan a un segmento de la comunidad digital comprometido con estas identidades conservadoras.

Este contraste en las estrategias discursivas y mediáticas entre ambas cuentas revela las complejas dinámicas de representación y resistencia que atraviesan la manófera, bajo el influjo de algoritmos y patrones sociales propios de plataformas digitales como TikTok. Se destaca así la importancia crucial de abordar estas comunidades digitales mediante un enfoque interdisciplinar que combine el análisis cuantitativo de métricas de interacción y crecimiento, con el análisis cualitativo y semiótico de los discursos y símbolos en juego, para comprender las formas en que se reconfiguran los poderes discursivos en el entorno digital.

El estudio reconoce importantes limitaciones que condicionan el alcance y la profundidad de sus conclusiones. En primer lugar, se destaca la imposibilidad metodológica de acceder directamente a los procesos afectivos internos y las percepciones subjetivas de las audiencias, un aspecto clave para entender la recepción y el impacto



emocional auténtico que generan los discursos manosféricos y *tradwife* en TikTok. Esta limitación impide conocer con detalle cómo los seguidores interpretan, incorporan o rechazan estos mensajes en sus propias identidades y experiencias vitales, lo que restringe el análisis al nivel observable y medible de la interacción superficial en la plataforma. En el caso específico de las *tradwives* y de las comunidades manosféricas, esta limitación resulta especialmente relevante, porque una parte sustancial de su eficacia política y simbólica reside en las resonancias emocionales que producen en seguidores y detractores. Futuras investigaciones deberían por ello incorporar diseños cualitativos más intensivos, que combinen etnografías digitales, análisis sistemáticos de comentarios y entrevistas con usuarios, a fin de comprender cómo se apropian o resignifican los modelos de feminidad.

En segundo lugar, y no menos relevante, está la naturaleza dinámica, cambiante y compleja de las redes sociales, especialmente en TikTok, donde los algoritmos de recomendación, las tendencias de contenido y las respuestas comunitarias evolucionan rápidamente. Esto dificulta la posibilidad de realizar una medición completa, estable y permanente de los fenómenos estudiados, con lo que los resultados pueden ser temporales o situacionales, variando con el tiempo y con las modificaciones en el funcionamiento de la plataforma o en las formas culturales digitales.

Esta doble limitación metodológica abre amplias oportunidades para futuras investigaciones que combinen técnicas innovadoras, como estudios etnográficos digitales, análisis cualitativos profundos y herramientas de minería de datos con enfoque emocional y cognitivo. Estas aproximaciones podrían explorar más a fondo la interacción emocional, la construcción identitaria y la interioridad de las comunidades manosféricas y *tradwife*, desde sus dinámicas internas hasta su expansión en contextos tecnológicos y culturales que están en continua transformación. Además, sería importante desarrollar marcos teóricos y metodológicos específicos capaces de captar mejor la relación entre algoritmos, contenido y audiencias, para entender cómo se configuran y reconfiguran las formas de poder y resistencia en el entorno digital contemporáneo. Así, futuras investigaciones podrían generar nuevos conocimientos que ayuden a diseñar estrategias críticas y educativas frente a estos discursos y prácticas con amplio impacto social y cultural.

RECIBIDO: 30/11/2025; ACEPTADO: 13/02/2026



BIBLIOGRAFÍA

- AHMED, S. (2018). *La política cultural de las emociones*. Traficantes.
- ARAN-RAMSPOTT, S., O. KORRES-ALONSO, I. ELEXPURU-ALBIZURI, Á. MORO-INCHAURTIETA & I. BERGILLOS-GARCÍA (2024). Young users of social media: an analysis from a gender perspective. *Frontiers in Psychology*, 15. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1375983>.
- BARÓN VIOQUE S., M. CASCONO & C. MARTÍNEZ (2013). Estigma del sistema de género: aprendizaje de los modelos normativos, bullying y estrategias de resiliencia. *Política y Sociedad*, 50(3), 837-864. https://doi.org/10.5209/rev_POSO.2013.v50.n3.41971.
- BERNÁRDEZ-RODAL, A. y G. PADILLA-CASTILLO (2021). *Deshaciendo nudos en el social media*. Tirant Lo Blanch.
- BERNÁRDEZ RODAL, A. y G. PADILLA CASTILLO (2023). El ecofeminismo español en redes sociales. Acciones y posibilidades en Instagram. *Almanaque*, (41), 35-46. <https://doi.org/10.58479/almanaque.2023.60>.
- BERNÁRDEZ-RODAL, A., N. LÓPEZ-PRIEGO & G. PADILLA-CASTILLO (2021). Culture and social mobilisation against sexual violence via Twitter: the case of the «#LaManada» court ruling in Spain. *Revista Latina de Comunicación Social*, 79, 237-262. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2021-1502>.
- BERNÁRDEZ-RODAL A., I. ROSSETTI-MUSSO y G. PADILLA-CASTILLO (2025). Historia de metodologías para el análisis de estrategias de resistencia y contranarrativas frente a la 'manosfera'. Una apuesta por la Investigación-Acción. *Historia y Comunicación Social*, 30(2), 509-519. <https://doi.org/10.5209/hics.103107>.
- BOWER, L. (2024). The thorn in feminism's side: black feminist reconceptualization and defence of #tradwives and the #tradwife movement. *Journal of Gender Studies*, 34(7), 1037-1053. <https://doi.org/10.1080/09589236.2024.2423198>.
- BRANDARIZ PORTELA, T., E. ORTEGA FERNÁNDEZ y G. PADILLA CASTILLO (2023). Los millenials y la honestidad como valor de marca. El caso Goiko en Instagram. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 56, 214-238. <https://doi.org/10.15198/seeci.2023.56.e820>.
- BRANDARIZ PORTELA, T. & D. DEL PINO DÍAZ (2025). Antifeminismo y derecha radical: un análisis comparado entre el youtuber Un Tío Blanco Hetero y el partido político Vox. *Palabra Clave*, 28(2), e2821. <https://doi.org/10.5294/pacla.2025.28.2.1>.
- BRANDARIZ PORTELA, T., D. DEL PINO DÍAZ, E. ORTEGA FERNÁNDEZ & G. PADILLA CASTILLO (2025). Antifeminist opinion leader son YouTube: análisis of discourse and its influence on the perception of violence among Young Spanish audiences. *Front. Hum. Dyn.* 7:1639391. <https://doi.org/10.3389/fhumd.2025.1639391>.
- CALDEVILLA, D., A. BARRIENTOS y G. PADILLA, (2021). Twitter as a Tool for Citizen Education and Sustainable Cities after COVID-19. *Sustainability*, 13(6), 3514. <https://doi.org/10.3390/su13063514>.
- CALDEVILLA-DOMÍNGUEZ, D., A. BARRIENTOS-BÁEZ & G. PADILLA-CASTILLO (2023). Dilemmas between freedom of speech and hate speech. Russophobia on Facebook and its treatment in Spanish newspapers. *Politics and Governance*, 11(2), 147-159. <https://doi.org/10.17645/pag.v11i2.6330>.
- CÉSAR DELGADO, M.E. (2022). Género e Interculturalidad. La coeducación desde una mirada interseccional. *Investigaciones Feministas*, 13(2), 653-664. <https://doi.org/10.5209/infe.78091>.



- ÇETIN, C. & A. KARAKAŞ AYDINBAKAR (2026). Domesticity reloaded: when the tradwife becomes a brand. *Feminist Media Studies*, 1-20. <https://doi.org/10.1080/14680777.2026.2620772>.
- COBO R. (2022). El difícil matrimonio entre Sociología y Feminismo. *Investigaciones Feministas*, 13(2), 631-638. <https://doi.org/10.5209/infe.83440>.
- CORONADO RUIZ C. (2022). «¿Por qué tan pocas?»: un proyecto audiovisual para visibilizar el trabajo de las científicas y tecnólogas españolas. *Investigaciones Feministas*, 13(2), 613-623. <https://doi.org/10.5209/infe.80307>.
- DÍAZ-FERNÁNDEZ, S. & E. GARCÍA-MINGO (2024). The bar of Forocoques as a masculine online place: Affordances, masculinist digital practices and trolling. *New Media & Society*, 26(9), 5336-5358. <https://doi.org/10.1177/14614448221135631>.
- DÍAZ FERNÁNDEZ, S., E. GARCÍA MINGO & A. FUENTES (2023). # TeamAlienadas: Anti-feminist ideologic work in the Spanish manosphere. *European Journal of Women's Studies*, 30(4), 421-439. <https://doi.org/10.1177/13505068231173261>.
- DEL PINO DÍAZ, D. (2023). Expresiones antifeministas en YouTube. Un análisis discursivo del youtuber Roma Gallardo. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 28, 159-177. <https://doi.org/10.5209/ciyc.85407>.
- EGEA CARIÑANOS, P. (2021). De la ciudad al campo: un análisis del neorruralismo en España con enfoque de género. *RIGL: Revista Iberoamericana de Gobierno Local*, (20), 5. LOCAL, ISSN: 2173-8254.
- FLORES HERNÁNDEZ, A. (2022). Desafíos para las científicas en contexto de vulnerabilidad: corresponsabilidad y productividad académica. *Investigaciones Feministas*, 13(2), 551-561. <https://doi.org/10.5209/infe.77541>.
- FRANCO, Y.G. y A. BERNÁRDEZ RODAL (Eds.) (2023). *Misoginia online: la cultura de la manosphere en el contexto español*. Tirant Lo Blanch.
- FRENDIA, S., B. GHANEM, M. MONTES-Y-GÓMEZ & P. ROSSO (2019). Online hate speech against women: Automatic identification of misogyny and sexism on twitter. *Journal of Intelligent & Fuzzy Systems*, 36(5), 4743-4752. <https://doi.org/10.3233/JIFS-179023>.
- GARCÍA MINGO, E. & S. DÍAZ FERNÁNDEZ (2022). Wounded men of feminism: Exploring regimes of male victimhood in the Spanish manosphere. *European Journal of Cultural Studies*, 26(6), 897-915. <https://doi.org/10.1177/1367549422114058>.
- GARRIDO E. (2022). Conflictos entre arte, ciencia y autoridad. El efecto Matilda en la cultura visual. *Investigaciones Feministas*, 13(2), 601-611. <https://doi.org/10.5209/infe.79184>.
- GUILDEA, A. (2025). White masculinity and the radical right in Europe: an intersectional analytical framework. *Frontiers in Sociology*, 10. <https://doi.org/10.3389/fsoc.2025.1611191>.
- GILL, R. (2007). Postfeminist media culture: Elements of a sensibility. *European Journal of Cultural Studies*, 10(2), 147-166. <https://doi.org/10.1177/1367549407075898>.
- GILL, R. (2016). Post-postfeminism?: new feminist visibilities in postfeminist times. *Feminist Media Studies*, 16(4), 610-630. <https://doi.org/10.1080/14680777.2016.1193293>.
- GIOLO, G. (2025). Cultural transgressions and media contestation: a qualitative study of the tradwife trend in Dutch media. *Popular Communication*, 1-15. <https://doi.org/10.1080/15405702.2025.2560859>.



- GOZALO BOHL, R. (2023). La función del meme de Internet en una controversia sobre representación racial y cultural a propósito de las dos primeras producciones de Netflix en el Perú. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 28, 99-116. <https://doi.org/10.5209/ciyc.88521>.
- HASLOP, C., J. RINGROSE, I. CAMBAZOGLU & B. MILNE (2024). Mainstreaming the Manosphere's Misogyny Through Affective Homosocial Currencies: Exploring How Teen Boys Navigate the Andrew Tate Effect. *Social Media + Society*, 10. <https://doi.org/10.1177/20563051241228811>.
- HERRERA SÁNCHEZ, S. (2024). De 'Mrs. America' a la polémica de les 'tradwives': l'antifeminisme com a basa de la ultradreta a xarxes socials. *COMeIN*, (146), en línea. <https://doi.org/10.7238/c.n146.2459>.
- RUSSELL HOCHSCHILD, A. (2019). Emotions and society. *Emotions and Society*, 1(1), 9-13. <https://doi.org/10.1332/263168919X15580836411805>.
- IRONWOOD, I. (2013). *The Manosphere: A New Hope For Masculinity Kindle Edition*. Red Pill Press.
- KUNDU V. (2023). Exploring the centrality of nonviolent communication for resolution of conflicts for a culture of peace. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 28, 37-46. <https://doi.org/10.5209/ciyc.88593>.
- LACALLE, C., B. GÓMEZ-MORALES & M. VICENT-IBÁÑEZ (2023). Misogyny and the construction of toxic masculinity in the Spanish Manosphere (Burbuja. info). *Profesional de la información*, 32(2). ISSN-e 1699-2407.
- LAGESON, S.E. & S. MARUNA (2018). Digital degradation: Stigma management in the internet age. *Punishment & Society*, 20(1), 113-133. <https://doi.org/10.1177/1462474517737050>.
- MARÍN RUIZ, A. (2022). En defensa del talento femenino en la industria musical: construyendo alternativas contra la desigualdad de género en el sector. *Investigaciones Feministas*, 13(2), 683-694. <https://doi.org/10.5209/infe.80153>.
- MARTÍN-HERRERO, J.M. (2024). El compromiso empresarial del Ibex 35 con el talento femenino a través de sus publicaciones en Instagram durante 2022. *Investigaciones Feministas*, 15(1), 123-136. <https://doi.org/10.5209/infe.87689>.
- MARWICK, A.E. & R. CAPLAN (2018). Drinking male tears: language, the manosphere, and networked harassment. *Feminist Media Studies*, 18(4), 543-559. <https://doi.org/10.1080/14680777.2018.1450568>.
- MCRROBBIE, A. (2007). Post-feminism and popular culture. *Feminist Media Studies*, 4(3), 255-264. <https://doi.org/10.1080/1468077042000309937>.
- MEDINA-VICENT, M. (2022). Reacciones discursivas frente al movimiento feminista en el Estado español: Un análisis de la literatura antifeminista. *RES. Revista Española de Sociología*, 32(1), 1-9. <https://doi.org/10.22325/fes/res.2023.150>.
- MOLDES FARELO, R. (2023). Desigualdad estructural de género e industria tecnológica: una aproximación al impacto combinado de la cultura laboral masculinizada y el acoso de género online, en el sector de los videojuegos. *Investigaciones Feministas*, 14(2), 239-251. <https://doi.org/10.5209/infe.84496>.
- MIHURA-LÓPEZ, R., T. PIÑEIRO-OTERO y A. SEOANE-NOLASCO (2023). 'No soy una gamer' Sexismo, misoginia y toxicidad como moduladores de la experiencia de las mujeres videojugadoras. *Investigaciones Feministas*, 14(2), 215-227.
- NÚÑEZ-PUENTE, S., S. D'ANTONIO MACEIRAS & D. FERNÁNDEZ-ROMERO (2021). Twitter activism and ethical witnessing: Possibilities and challenges of feminist politics against gender-based violence. *Social Science Computer Review*, 39(2), 295-311. <https://doi.org/10.1177/0894439319864898>.



- ORTEGA FERNÁNDEZ, E. (2025). La Manosfera y su evolución en la dinámica sociopolítica: una revisión sistemática de publicaciones académicas (2018-2023). *European Public & Social Innovation Review*, 10, 1-16. <https://doi.org/10.31637/epsir-2025-536>.
- PADILLA-CASTILLO, G. (2023). La Burbuja de la melancolía. Peligros emocionales de las redes sociales. *Human Review. International Humanities Review*, 12(3), 2-10. <https://doi.org/10.37467/revhuman.v12.4703>.
- PADILLA-CASTILLO, G. (Coord.). (2024). *Retos sociales y filosóficos actuales: ética, política, falsedades y discursos disruptivos*. Peter Lang.
- PADILLA-CASTILLO, G. (2024). Iniciativas e impresiones contra la desinformación en redes sociales. Estudio en las elecciones nacionales del 23J en España. En J.E. González Vallés, M. Viñarás Abad y F. Marugán Solís (Coords.), *Puentes del Saber. Investigación, Innovación y Transferencia del Conocimiento en la Universidad Contemporánea* (pp. 189-207). Marcial Pons.
- PADILLA-CASTILLO, G. (2025). Movimiento *tradwives*: La manosfera y la propagación del discurso de odio en redes sociales hacia mujeres amas de casa. En I. Rodrigo, L. Rodrigo, A.M. Martínez y D. Caldevilla-Domínguez (Coords.), *Comunicación digital y sociedad. Impactos, narrativas y transformaciones en la era conectada* (pp. 325-341). Editorial ESIC.
- PADILLA-CASTILLO, G., E.G. PITTARO, E.G. (Eds.) y J.M. LÓPEZ-AGULLÓ (Coord.). *Humanidad y viralidad. La comunicación de nuestros días*. Tirant Lo Blanch.
- PADILLA-CASTILLO G. & J. RODRÍGUEZ-HERNÁNDEZ (2022). Sustainability in TikTok after COVID-19. The viral influencers in Spanish and their micro-actions. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 28(3), 573-585. <https://doi.org/10.5209/esmp.81133>.
- PADILLA-CASTILLO, G. & J. RODRÍGUEZ-HERNÁNDEZ (2023). International Youth Movements for Climate Change: The #FridaysForFuture Case on Twitter. *Sustainability*, 15(1), 268. <https://doi.org/10.3390/su15010268>.
- 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. <https://doi.org/10.5209/hics.105879>.
- PIBERNAT VILA, M. (2021). Misoginia youtuber: conseguir audiencia con humor sexista. *Revista de Investigaciones Feministas*, 12(1), 47-56. <https://doi.org/10.5209/infe.69376>.
- PICAZO-SÁNCHEZ, L. (2017). Patrones del comportamiento viral. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 39, 313-331. <https://doi.org/10.5209/DCIN.54421>.
- PILLAI, A. (2025). Striking the balance: Global frameworks for regulating internet content and combating hate speech in a borderless digital era. *BIS Humanities and Social Science*, 2. <https://doi.org/10.31603/bishss.335>.
- REQUEIJO REY, P., G. PADILLA CASTILLO y P. DÍAZ ALTOZANO (2022). Transfobia en Twitter. El caso Rachel Levine al comienzo de la presidencia de Joe Biden. *Fonseca, Journal of Communication*, 25, 181-204. <https://doi.org/10.14201/fjc.29742>.
- RICHARDS, I., C. JONES & V. TROTT (2025). Neoliberal capitalism and the political aesthetics of tradwife imagery. *Distinktion: Journal of Social Theory*, 1-16. <https://doi.org/10.1080/1600910X.2025.2550259>.
- ROTTENBERG, C. (2018). Women who work: The limits of the neoliberal feminist paradigm. In *Gender, Work and Organization*. <https://doi.org/10.1111/gwao.12287>.
- SCOTT, K. & L. DAY (2025). TikTok tradwives: femininity, reproduction, and social media. *Gender and Education*, 1-18. <https://doi.org/10.1080/09540253.2025.2546050>.



- TOMKINSON, S., T. HARPER & K. ATTWELL (2020). Confronting Incel: exploring possible policy responses to misogynistic violent extremism. *Australian Journal of Political Science*, 55(2), 152-169. <https://doi.org/10.1080/10361146.2020.1747393>.
- TOSTADO-CALVO, O., T. ALZÁS y R. YUSTE-TOSINA (2024). Factores predisponentes y detonantes de la violencia de género en la juventud universitaria: una revisión sistemática de la literatura de los últimos 20 años. *Investigaciones Feministas*, 15(1), 5-18. <https://doi.org/10.5209/infe.95328>.
- VALLEJO, G. y M. MIRANDA (2021). Masculinidades y feminidades: estereotipos, estigmas e identidades colectivas (Latinoamérica en el siglo xx). Del arquetipo al estereotipo. Modelos generizados para normalizar sociedades modernas. *Historia y Sociedad*, 41, 8-14. <https://doi.org/10.15446/hys.n41.96348>.
- VERZA, A. (2019). Vulnerabilità e forme «altre» di radicalizzazione: l'echo chamber delle comunità online di odio misogino e antifemminista. *Notizie di Politeia*, 35(136), 57-59. <http://www.politeia-centrostudi.org/doc/Selezione/136/Abstract%20Verza.pdf>.
- ZAHAY, M.L. (2022). What «Real» Women Want: Alt-Right Femininity Vlogs as an Anti-Feminist Populist Aesthetic. *Media and Communication*, 10(4), online. <https://doi.org/10.17645/mac.v10i4.5726>.
- ZAEEMDAR, S. (2024). Postfeminist technologies of authenticity: Examining the construction of authentic feminine selves in the neoliberal workplace. *Organization*, 32, 527-546. <https://doi.org/10.1177/13505084231224363>.
- ZUROLO A. y F. GARZILLO (2013). Cuerpos, género y violencia: construcciones y deconstrucciones. *Política y Sociedad*, 50(3), 803-815. https://doi.org/10.5209/rev_POSO.2013.v50.n3.41975.



ANEXOS

TABLA 1. MÉTRICAS CLAVE DE LAS CUENTAS DE BALLERINA FARM Y RORO

Cuenta de Instagram	Seguidor	Número de publicaciones	Número de Me gusta	Número de comentarios	Tasa de interacción de las publicaciones	Alcance por día	Índice de Rendimiento de la Página
Ballerina Farm	10.5M	48	23.1M	117k	4,9%	0	47%
RoRo	9.9M	43	78.8M	374k	21%	0	92%

Fuente: Elaboración Propia con los datos de *FanPage Karma*.



Seguidor

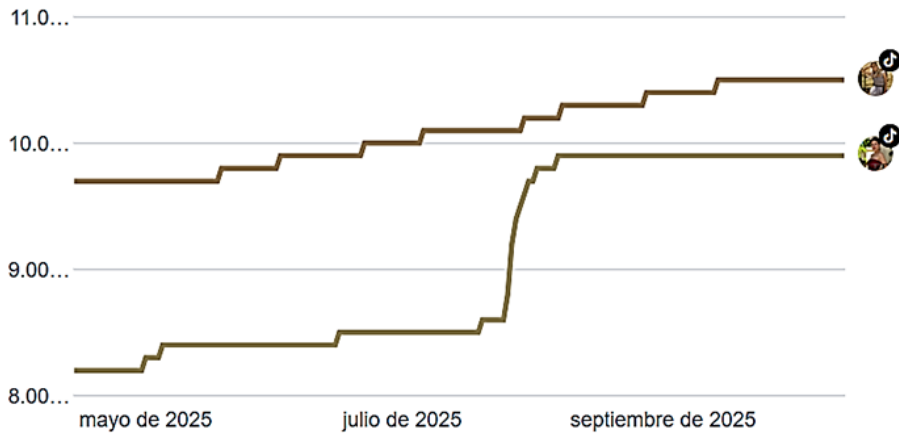
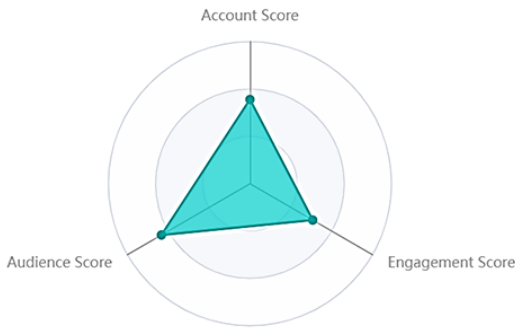


Gráfico 1. Evolución del número de seguidores en las cuentas de Ballerina Farm y Roro.

Fuente: *FanPage Karma*.



Account	5.9
Frequency	5.4
Consistency	7.5
Volume	4.9
Audience	7.2
Size	10.0
Growth	6.1
Future	3.6
Engagement	5.1
Comments	3.4
Likes	7.0
Shares	4.9

Imagen 1. Salud digital de la cuenta de Roro atendiendo a los ejes *account*, *audience* y *engagement* con una media de 6,3 para el periodo analizado. Fuente: Exolyt.

TABLA 2. TOP 25 PUBLICACIONES DE BALLERINA FARM Y RORO CON DATOS DE FANPAGE KARMA		
CUENTA, FECHA Y HORA	CONTENIDO DE LA PUBLICACIÓN	TASA DE INTERACCIÓN
roro.bueno 8/5/25 18:10	publi. Hacer una tarta gigante en forma de botellín es más difícil de lo que parece... ¿verdad @Cervezas	74%
roro.bueno 27/7/25 14:45	Estoy super feliz! Por todo el apoyo que me ...	72%
roro.bueno 5/6/25 20:09	❤️	72%
roro.bueno 26/5/25 18:50	Publi. Hoy a Pablo le apetece un buen Pacoffe, y como no nos quedaba fui a Colombia a recolectarlo :)	51%
ballerinafarm 18/5/25 21:51	Spaghetti has always been our kids favorite meal. What's your go to family meal? ??	49%
roro.bueno 10/10/25 19:08	Creo que le ha gustado	47%
roro.bueno 3/5/25 18:01	ya está, dejad de inventar????	46%
roro.bueno 29/4/25 21:13	???? en pr	45%
roro.bueno 14/5/25 19:10	publi. a que tiene muy buena pinta el entrecot de @Lidl ES???? #LaCarneMásFresca #ElAhorroEntraPorLaCocina	42%
ballerinafarm 20/6/25 3:20	Multi-tasking this AM. Spinach soup and sourdough bread for lunch, whilst starting my sheep's milk	41%

Fuente: Elaboración Propia



Imagen 2. Mapa 3D del discurso de Ballerina Farm y Roro. Cuanto más grande sea el concepto, más se ha empleado; cuanto más verde, mejor interacción ha generado. Fuente: *FanPage Karma*.

ballet espero product powder Today's
 stay sheeps CeraVe grateful fun
 class Juice mi taste Ballerina events
 Vichy season Daniel NYC Store salt
 weeks publi day loving Laboratoires
 nuevo protein Farm ice flavor father
 amazing Happy favorite gracias back
 ANHELO Lleva cream ahora Ive wait
 milk farmer Embajadora hecho Weve
 Feeling mejor

Imagen 3. Top palabras clave de las cuentas de Fallerina Farm y Roro. Los conceptos en verde han generado tasas altas de *engagement*; los rojos, bajas. Fuente: *FanPage Karma*.