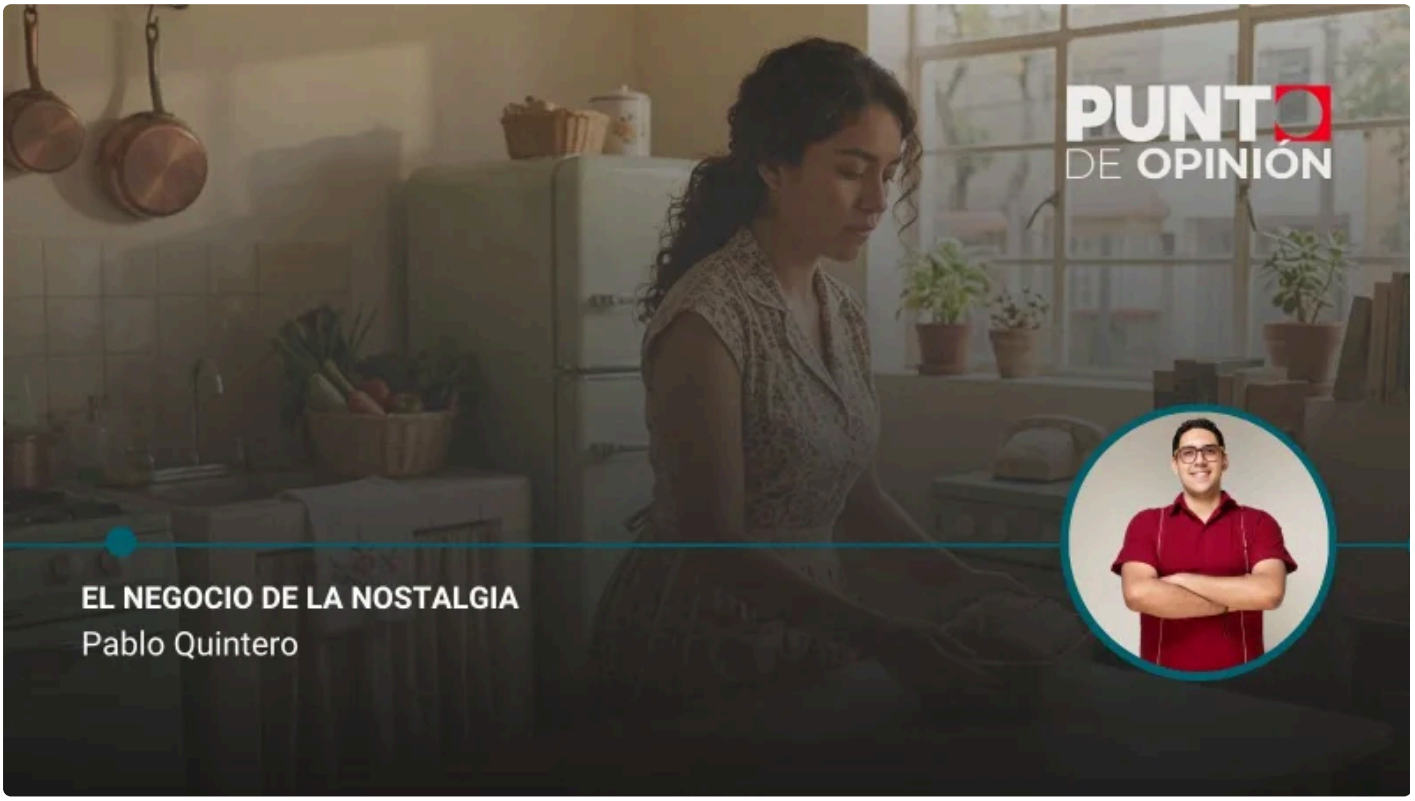
OPINIÓN

El negocio de la nostalgia

Por Pablo Quintero · 23 de julio de 2026 · 4 min de lectura



Cada cierto tiempo aparecen discursos que prometen regresar a un supuesto pasado mejor. Hoy ese discurso tiene nombre y estética propia: *trad wife*. Vestidos vintage, pan recién horneado, casas impecables y una narrativa que vende la idea de que la felicidad femenina está en volver al hogar mientras el hombre sale a proveer. Lo que parece una simple tendencia en redes sociales es, en realidad, un fenómeno político y cultural mucho más profundo.

En México, figuras como Natalia Torres y diversos voceros del Partido Acción Nacional han retomado este tipo de mensajes como parte de una narrativa que reivindica la llamada "familia tradicional". No se trata únicamente de contenido para redes sociales; es una visión de sociedad que coloca roles muy específicos para hombres y mujeres y que, bajo el discurso de los valores, termina cuestionando décadas de avances en materia de igualdad.

Aquí conviene hacer una precisión importante. Nadie debería criticar a una mujer que decide dedicarse al hogar si esa decisión es plenamente libre. El problema aparece cuando esa elección individual se convierte en un estándar moral y se presenta como el camino "correcto" para todas las demás. Ahí deja de hablarse de libertad y comienza a hablarse de imposición cultural.

Desde la sociología sabemos que **ningún modelo familiar surge de manera espontánea**. Las formas de organización de la familia responden a condiciones económicas, políticas e históricas. La familia del siglo XXI no es igual a la del siglo XIX porque también cambió el mercado laboral, el acceso a la educación y la participación política de las mujeres. Pretender que existe un único modelo "natural" de familia ignora toda esa evolución histórica.

La **tendencia *trad wife* suele romantizar una época en la que millones de mujeres carecían de derechos elementales**. No podían administrar libremente su patrimonio, tenían enormes obstáculos para acceder a estudios universitarios y, en muchos casos, dependían económicamente del esposo para prácticamente cualquier decisión. Esa realidad desaparece detrás de videos cuidadosamente producidos donde la vida doméstica parece perfecta.

Lo interesante es que este fenómeno no surge aislado. Forma parte de una **ola conservadora internacional que busca disputar el sentido común desde la cultura** antes que desde las leyes. Se habla de tradiciones, de valores y de recuperar costumbres, pero pocas veces se discute quién pierde autonomía cuando esos discursos se convierten en políticas públicas.

La izquierda históricamente ha defendido algo distinto: ampliar las posibilidades de elección. Que una mujer pueda quedarse en casa, sí, pero también que pueda dirigir una empresa, investigar en una universidad, ocupar un cargo público o combinar cualquiera de esas opciones sin enfrentar barreras económicas o sociales. La **igualdad** nunca ha significado obligar a todas las personas a vivir igual; significa **garantizar** que todas tengan **las mismas oportunidades para decidir**.

Existe además un elemento económico que pocas veces aparece en esta conversación. La independencia financiera representa uno de los principales factores de protección frente a la violencia familiar y patrimonial. Diversos estudios muestran que la dependencia económica dificulta abandonar relaciones abusivas y limita la capacidad de negociación dentro del hogar. Por eso, reducir la autonomía laboral femenina no fortalece a las familias; las vuelve más vulnerables.

Paradójicamente, quienes suelen defender el libre mercado terminan promoviendo un modelo donde una parte de la familia depende completamente del ingreso generado por la otra. Esa contradicción revela que el debate nunca ha sido exclusivamente económico, sino profundamente ideológico.

Las redes sociales han convertido el conservadurismo en un producto visualmente atractivo. La estética *trad wife* vende tranquilidad, estabilidad y armonía, pero omite deliberadamente los conflictos estructurales que históricamente acompañaron esos modelos familiares: desigualdad salarial, falta de representación política, violencia normalizada y ausencia de derechos reproductivos.

Por eso el verdadero debate no consiste en decidir quién cocina o quién trabaja fuera de casa. La discusión es mucho más amplia: **¿queremos una sociedad donde las personas puedan construir libremente su proyecto de vida o una donde ciertos roles vuelvan a considerarse obligatorios bajo el argumento de la tradición?**

La nostalgia puede ser un sentimiento legítimo, pero rara vez constituye una buena política pública. Los problemas del presente no se resolverán regresando a esquemas sociales que dejaron fuera a millones de personas. Si algo debería defender una democracia moderna es precisamente la libertad de elegir, no la obligación de parecerse al pasado.

Porque cuando la nostalgia se convierte en ideología, deja de ser un recuerdo y empieza a convertirse en un límite para el futuro

Publicado en Punto de Referencia. Dirección original: https://puntodereferencia.mx/opinion/el-negocio-de-la-nostalgia
Descargado el 21 de noviembre de 2026.