

O TikTok como ferramenta para a disseminação de tendências conservadoras:

Um estudo de caso da tendência Tradwife.

Palavras-chave: Tradwife, TikTok, Moda, Conservadorismo.

Valentina Granja Ferreira Jacó; UFCA - Universidade Federal do Cariri;
Juazeiro do Norte, Ceará, Brasil; valentinajac78@gmail.com

Alexander Catunda Carneiro; UFCA - Universidade Federal do Cariri;
Juazeiro do Norte, Ceará, Brasil; alexander.carneiro@ufca.edu.br

1. Introdução

Ao longo da última década foi possível observar a ascensão do discurso conservador, assumindo, via de regra, tônicas racistas, xenofóbicas e, especialmente relevante para este trabalho, misóginas. O resgate dessa corrente política, construída sob os escombros dos discursos de bem-estar social e da corrosão da esperança no sistema neoliberal, é disfarçada em novos formatos, e ocorre de forma crucial através de sua disseminação nos ambientes digitais (Brown, 2019).

A imagem do indivíduo homem, branco e ocidental, é usualmente associada de forma direta ao engajamento desse discurso nas redes digitais (Nagle, 2017), mas esta pesquisa propõe um estudo que permeia um grupo diferente: a análise da tendência comumente batizada de *trad wife* na plataforma digital chinesa TikTok. Essa tendência surge nas redes digitais fazendo uma referência idealizada ao estilo de vida das esposas nos anos 50. As mulheres que aderiram a essa tendência exibem um padrão que consiste em adotar os papéis de gênero tradicionais, cuidando dos filhos e da casa enquanto o marido aparece como provedor, propagando também a submissão da mulher em relação ao homem (Perliger, et al., 2023).

O estudo é empreendido através de uma análise tanto do discurso quanto das imagens (Vicente, 2000), presentes em vídeos de uma influenciadora autointitulada *trad wife*. Não obstante à multiplicidade dos signos (Santaella, 2018) articulados em conteúdos do tipo, o presente estudo busca trazer um olhar também para como o design de moda é usado para construir imagens, identidades e mensagens.

Tal qual outras vertentes de produção cultural, a moda se estabelece como uma ótima ferramenta para a experimentação e o tensionamento de ideologias. Um caso recente desta dinâmica sendo desempenhada é a controvérsia em torno da campanha publicitária da empresa de moda American Eagle.¹ A empresa levantou discórdia online e foi acusada de estar engajando em um discurso conservador e eugenista ao justapor imagens da atriz Sydney Sweeney com os dizeres “*Sydney Sweeney has great jeans*”². Em inglês, as palavras jeans e genes são homófonas, daí o trocadilho do anúncio, ao afirmar que a atriz, famosa por sua “beleza tradicional” teria ótimos genes.

O uso das indumentárias já está há muito afastado do caráter meramente funcional que marca seu surgimento (Braga, 2011, p. 17). Ao longo da história, o papel social da moda passa a assumir contornos diferentes. Hoje, é ponto pacífico afirmar que a moda, para além de produzir peças que protegem, atua como moduladora de tendências, identidades e mercados, sendo simultaneamente representante e afetada por tensões políticas, sociais, econômicas e artísticas do período (Frings, 1999; Lipovetsky, 2009). Especialmente relevante para este trabalho é sua função como elemento de distinção social, atendendo “às necessidades de afirmação pessoal, do indivíduo como um membro de um grupo, e também expressar ideias e sentimentos” (Palomino, 2003, p. 16). É a partir dessa premissa que esta pesquisa analisa como a moda é articulada pela influenciadora estudada para auxiliar na transmissão de mensagens políticas específicas.

¹ Conforme oglobo.globo.com/ela/noticia/2025/08/04/sydney-sweeney-surge-pela-primeira-vez-apos-escandalo-com-a-american-eagle.ghtml. Acesso em 08/08/2025.

² “Sydney Sweeney tem ótimos jeans”.

2. Conservadorismo em ascensão e as *Trad Wives*

A agência internacional de pesquisa Glocalities realizou um estudo que aponta um grande aumento nos “sentimentos de desesperança, desilusão social e revolta contra os valores cosmopolitas” (2024). Estes sentimentos têm sido traduzidos em uma revolta contra símbolos entendidos como representantes de uma política institucional de social-democracia (Brown, 2019), equilíbrio que havia perdurado desde o fim da Ditadura Militar, no Brasil, e desde a metade do século passado, no dito Ocidente.

Esses sentimentos de revolta têm como efeito o surgimento de correntes políticas que clamam romper com o *status quo*, resultando, por exemplo, no movimento bolsonarista no Brasil. De acordo com uma matéria de 2024 do Wall Street Journal, o avanço do conservadorismo em países industrializados é dado pela ansiedade da classe trabalhadora em relação à economia. Nas populações mais jovens têm produzido indivíduos alinhados a ideais conservadores e discursos misóginos. Tais ideais estão associados a papéis de gênero em que mulheres assumem locais submissos, como a adoção de trabalhos domésticos e cuidados familiares em detrimento de outros tipos de carreira.

É nesse contexto que surge a *trend*³ das *trad wives* (*traditional wife* ou esposa tradicional), que consiste de mulheres, usualmente mães, cozinhando em cozinhas bonitas, com roupas arrumadas no ponto certo e uma estética remetente a década de 50/60. Por mais inócua que a cena descrita possa parecer, ao examinador mais atento ficam latentes inúmeras mensagens subliminares de cunho conservador cuidadosamente montadas por seus propagadores, trazendo princípios de uma vida feminina doméstica e a valorização de imagens tradicionais da família (Perliger, et al., 2023). Se baseando na crença de que mulheres devem ser submissas dentro de um casamento, as *tradwives* abrem procedência para romantização de um local que o movimento feminista lutou por décadas para se afastar, esses ideais idílicos beneficiam um grupo seletivo de pessoas enquanto se tornam perigosos para outros. A compreensão da maneira como a dominação

³ Aqui, a palavra *trend* representa não somente uma tendência, mas é o termo específico utilizado para se referir a categorias de conteúdo no TikTok.

masculina e o sexismo eram expressos no dia a dia conscientizou mulheres sobre como éramos vitimizadas, exploradas e, em piores cenários, oprimidas bell hooks (2018, P. 18).

3. Análise

A análise se debruça sobre o conteúdo de uma influenciadora que se autodenomina como uma *trad wife*. Estee Williams (@esteecwilliams) atualmente conta com 198,6 mil seguidores no TikTok e acumula um total de 1,4 milhões de curtidas em seus conteúdos. A mesma se apresenta como “*Wife & Stay at Home Mama*”⁴ na descrição do seu perfil. Sempre com vestidos rodados, cabelo ondulado e maquiagem impecável, o perfil de Estee Williams é uma interpretação altamente performativa e idealizada do que seriam as donas de casa dos anos 50.

Dois vídeos foram selecionados para a análise. O primeiro tem o título de “*Traditional Wives*” (dezembro de 2023) e atualmente conta com 1,7 milhões de visualizações. O conteúdo traz, de forma básica, o que a mulher deveria fazer para ser uma *traditional wife*. Entre os pontos levantados, a análise destaca a submissão ao marido, a preferência a vestidos em detrimento de calças e, reiterada duas vezes no vídeo, a recusa ao divórcio. O segundo vídeo (janeiro de 2024) possui 307 mil visualizações e busca propor uma limpeza de reputação das esposas tradicionais, argumentando que as *trad wives* não acreditam que as mulheres são inferiores por praticarem a submissão bíblica, que elas não acreditam em superioridade e que “as *trad wives* vêm em todas as raças ao redor do mundo”. Na legenda do vídeo, Estee Williams comenta “outro boato infeliz é que as esposas tradicionais são ‘supremacistas brancos’ isso é uma coisa muito dolorosa de se dizer, já que as esposas tradicionais, tecnicamente, têm sido uma coisa desde o início dos tempos”.

4. Discussão e considerações finais

Ressaltamos que influenciadoras que propagam uma submissão financeira feminina não seguem tal mensagem. Como uma esquete montada, enquanto incentivam

⁴ “Esposa e dona de casa”, do original.

V COLÓQUIO DE PESQUISA EM DESIGN E ARTES

5, 6 e 7 de novembro 2025

mulheres a largar seus empregos para cuidar de suas casas, as mesmas estão gerando retorno financeiro com a publicação de vídeos. Comumente, quando há um progresso de um lado da sociedade, o outro tem respostas reacionárias. Com o movimento feminista ganhando uma visibilidade crescente, o conservadorismo reage de forma hostil. Amparado por interesses econômicos, é um grupo que não quer perder ou abrir espaço no mercado (Bianchini, 2024).

É possível avaliar que esse tipo de conteúdo, apresentado com sorrisos constantes e gestos suave, esvazia os riscos reais que esse tipo de dinâmica apresenta. O recorte idílico se abstém de problemas como desigualdade social e estrutural, violência doméstica e patrimonial, além de reforçar um padrão sexista. Se apoia em um pós-feminismo conservador (McRobbie, 2008, p. 12) no discurso, de que a mulher pode escolher a submissão como uma forma de liberdade, não negando o feminismo de forma direta, mas sim o distorcendo para fazer com que seu público acredite que voltar para as antigas normas patriarcais é um tipo de empoderamento, sem questionar estruturas de opressão de classe, racial ou de gênero.

Considerando a chancela que a atual interpretação da cultura cristã impõe à subordinação feminina (Hooks, 2018, p. 13), é possível afirmar que o movimento *trad wife* usa a religião como uma base estrutural simbólica, moral e emocional para a construção de seus princípios, em direta associação ao lema fascista “Deus, Pátria e Família”. É imperioso reforçar que a tendência *trad wife* atua de forma insidiosa, naturalizando pautas de partidos conservadores sem partir necessariamente para um discurso político explícito. Discursos como esses ajudam a construir um tipo de consenso moral, capitalizando a estética e narrativa de uma forma “inofensiva”, “leve” e “atraente” para eleitores mais jovens.

REFERÊNCIAS

@estecwilliams. **Tradwife Myths**. TikTok, 17 jan. 2024. Disponível em: <https://vm.tiktok.com/ZMA5khon9/>. Acesso em: 26 set. 2025.

V COLÓQUIO DE PESQUISA EM DESIGN E ARTES

5, 6 e 7 de novembro 2025

@esteecewilliams. **Traditional Wives**. TikTok, 19 dez. 2023. Disponível em: <https://vm.tiktok.com/ZMA5kHLqM/>. Acesso em: 26 set. 2025.

BENOIT, Bertrand; LUHNOW, David; MONGA, Vipal. The Progressive Moment in Global Politics Is Over. **The Wall Street Journal**, 2024. Disponível em: <https://www.wsj.com/world/global-politics-conservative-right-shift-ea0e8d05>. Acesso em: 06 ago. 2025.

BIANCHINI, Alice. 'Tradwife': quem são as mulheres que fazem sucesso mostrando rotina de dedicação exclusiva ao lar. **G1**, 2024. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2024/05/29/tradwife-quem-sao-as-mulheres-que-fazem-sucesso-mostrando-rotina-de-dedicacao-exclusiva-ao-lar.ghtml>. Acesso em: 07 ago. 2025.

BRAGA, João. **História da moda: uma narrativa**. 9. ed. rev. São Paulo: D´Livros Editora, 2011.

BROWN, Wendy. **In the ruins of neoliberalism: the rise of antidemocratic politics in the West**. [S.l.]: Columbia University Press, 16 jul. 2019.

FRINGS, Gini Stephens. **Moda: do conceito ao consumidor**. 9. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

GARCIA, Gabriel. Desigualdade: 63% da riqueza do Brasil está nas mãos de 1% da população, diz relatório da Oxfam. **CNN Brasil**, 2024. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/internacional/desigualdade-63-da-riqueza-do-brasil-esta-nas-maos-de-1-da-populacao-diz-relatorio-da-oxfam/>. Acesso em: 07 ago. 2025.

HOOKS, Bell. **O feminismo é para todo mundo: políticas arrebatadoras**. [S.l.]: Rosa dos Tempos, 3 out. 2018.

LAMPERT, Martijn. Growing despair and polarization between young women & men impacts elections: liberalism among young women accelerated, but young men have stagnated in this regard. **Glocalities**, 2024. Disponível em: <https://glocalities.com/reports/trend-report-polarization?highlight=WyJyYWRpY2FsIiwicmFkaWNhbGx5IiwicmlnaHQiLCJyaWdodHMiLCJ0b3AtcmlnaHQiLCJicmlnaHQiLCJmYXItcmlnaHQiLCJyaWdodHdpbmciLCJyaWdodC13aW5nIiwicmlnaHRmdWxseSjd>. Acesso em: 06 ago. 2025.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**. [S.l.]: Companhia de Bolso, 2009.

V COLÓQUIO DE PESQUISA EM DESIGN E ARTES

5, 6 e 7 de novembro 2025

MCROBBIE, Angela. **The aftermath of feminism: gender, culture and social change (Culture, Representation and Identity series)**. [S.l.]: SAGE Publications Ltd, 4 dez. 2008.

NAGLE, Angela. **Kill all normies: online culture wars from 4Chan and Tumblr to Trump and the alt-right**. [S.l.]: Zer0 Books, 30 jun. 2017.

PALOMINO, Erika. **A moda**. 2. ed. São Paulo: Publifolha, 2003.

PERLIGER, A.; STEVENS, C.; LEIDIG, E. Conceptualising extreme misogyny. In: _____. **Mapping the ideological landscape of extreme misogyny**, p. 3–11. International Centre for Counter-Terrorism, 2023. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/resrep47334.5>. Acesso em: 26/09/2025.

SANTAELLA, Lucia. **Semiótica aplicada**. [S.l.]: Cengage Learning, 2018.

VICENTE, Tania Aparecida de Souza (Org.). **Metodologia da análise de imagens**. [S.l.]: Instituto de Arte e Comunicação Social, 2000. v. 4.