

Feminilidade em cena: visualidades *tradwife*, gênero e domesticidade no *TikTok*

Louise Ariane da Campo y Emilin Grings Silva⁽¹⁾

Resumo: Este artigo analisa como criadoras de conteúdo alinhadas à estética *Tradwife* constroem e performam uma feminilidade tradicional no *TikTok* brasileiro. Partindo da compreensão da feminilidade como categoria histórica, relacional e performativa, o estudo investiga de que modo imagens, rotinas e discursos produzem visualidades associadas à domesticidade, à maternidade, ao cuidado e à religiosidade. Metodologicamente, a pesquisa adota a Análise de Conteúdo aplicada a três vídeos de três perfis selecionados no *TikTok*. A análise foi organizada em três categorias: estética e regimes de visualidade, performances da domesticidade e do corpo feminino, e imaginários ideológicos e moralidades de gênero. Os resultados indicam a presença de uma gramática visual da feminilidade, indicando elementos que produzem uma feminilidade visualmente coerente, desejável e moralmente legitimada.

Palavras-chave: *tradwife* - esposa tradicional - feminilidade - gênero - *tiktok* - visualidade - estética digital - performatividade de gênero - domesticidade - conservadorismo.

[Resúmenes en inglés y español en la página 218]

(1) Ver CV en pág. 218

A feminilidade nunca foi um conceito fixo, mas uma categoria histórica e culturalmente construída, que se reinventa conforme os contextos sociais, culturais, políticos e simbólicos nos quais está inserida. Longe de representar uma essência imutável, ela se constitui por meio de práticas discursivas que delimitam o que pode ou não ser reconhecido como “feminino”. Diferentes regimes de saber e poder atuam na produção de normas que regulam os modos de “ser mulher” ou “ser feminina”, classificando certas expressões da feminilidade como legítimas e outras como desviantes ou abjetas.

Essa construção é atravessada por diversos marcadores como raça, classe, sexualidade e território, o que evidencia que não há uma única forma de “ser” ou “parecer” feminina. Em vez disso, o que se chama de feminilidade é o resultado de disputas contínuas por significado e reconhecimento, operando tanto na manutenção das hierarquias de gênero quanto nas possibilidades de subvertê-las.

É nesse campo de disputas que se insere o movimento *tradwife*, cuja proposta é resgatar normas tradicionais de gênero. O termo *tradwife*, ou esposa tradicional, designa mulheres que defendem a manutenção de arranjos convencionais, nos quais o homem é provedor e a mulher se dedica ao lar e à maternidade. Embora a expressão exista há décadas, Proctor (2022) observou um aumento expressivo nas buscas por esse termo a partir de 2020. Desde então, o movimento tem ganhado visibilidade nas redes sociais, especialmente no *TikTok*, onde circula frequentemente e é atravessado por discursos sobre ideais de feminilidade baseados no determinismo biológico (Nicholson, 2000), que reforçam papéis de gênero fixos e naturalizados.

No Brasil, esse movimento também se expande, com criadoras de conteúdo difundindo esses valores adaptados a suas realidades locais. Portanto, este artigo busca responder à seguinte pergunta: de que forma as criadoras de conteúdo *tradwife* no *TikTok* brasileiro constroem e performam uma feminilidade tradicional? Para isso, analisam-se estratégias visuais, estéticas e narrativas dessas criadoras.

Do ponto de vista teórico, o estudo articula os conceitos de gênero enquanto categoria histórica e relacional (Scott, 1995), performatividade de gênero (Butler, 2008), crítica ao determinismo biológico (Nicholson, 2000) e discussões sobre estética digital e performatividade visual (Rocamora, 2022). A análise dialoga ainda com estudos que associam o movimento *tradwife* a agendas conservadoras e à extrema direita (Proctor, 2022), entendendo-o como uma forma de “radicalização suave”, que opera menos por discursos explícitos e mais pela sedução estética e pela normalização visual de papéis de gênero hierárquicos.

Metodologicamente, a pesquisa adota a Análise de Conteúdo proposta por Laurence Bardin (2011), aplicada a um *corpus* composto por vídeos de criadoras brasileiras selecionadas a partir de buscas por palavras-chave associadas ao movimento. O foco recai, sobretudo, sobre a dimensão imagética: vestuário, enquadramentos, paletas de cores, cenários domésticos, gestualidade, rotinas e modos de apresentação do corpo feminino.

Noções de Feminilidade: A Estética *Tradwife*

As *tradwives* ou esposas tradicionais é um termo usado nas mídias sociais para descrever mulheres que adotam e promovem papéis de gênero considerados tradicionais: elas se dedicam ao lar, à criação dos filhos e ao cuidado do marido, muitas vezes rejeitando o trabalho externo à casa, a independência financeira e os ideais feministas contemporâneos. Esse fenômeno, que retorna com força na contemporaneidade, conforme apontado por Sitler-Elbel (2021), pode ser atribuído à veiculação de um episódio do programa *BBC Talkback*, intitulado “*Submetendo-me ao meu marido como se fosse em 1959*”, com a participação de Alena Kate Pettitt, autora e criadora de conteúdo britânica, que compartilha publicamente sua decisão de adotar uma vida como dona de casa tradicional. No programa *BBC Talkback*, ela defendeu o estilo de vida *tradwife*, no qual mulheres se dedicam ao lar, à maternidade e ao cuidado do marido, adotando valores de submissão e resgate dos papéis tradicionais de gênero, inspirados nos anos 1950. Além disso, ela

apresenta essa escolha como um ato de empoderamento pessoal, argumentando que encontrou propósito e liberdade ao seguir esse caminho. Depois desse episódio, o termo *tradwife* ganhou destaque internacional. Após aparecer no vídeo da BBC, ele viralizou nas mídias sociais e passou a ser associado a um estilo de vida adotado por outras mulheres. Mais do que uma tendência estética, o movimento *tradwife* atua como marcador identitário que produz e estabiliza sentidos específicos de feminilidade, associando o feminino à domesticidade, ao cuidado, à maternidade e à submissão. Nesse modelo, a feminilidade é apresentada como natural e desejável, alinhada à manutenção de noções tradicionais de gênero. Como aponta Proctor (2022), essa construção está frequentemente vinculada a valores antifeministas e conservadores, reforçando uma oposição entre feminilidade e conquistas históricas do feminismo.

Assim, compreender o fenômeno das esposas tradicionais exige também uma reflexão mais ampla sobre o próprio conceito de feminilidade, uma vez que é por meio dele que esses discursos, visualidades e práticas se tornam inteligíveis. Entendemos a feminilidade como uma construção relacional e culturalmente situada, que se refere ao conjunto de comportamentos, práticas e significados atribuídos ao que se considera “ser mulher” em determinado contexto histórico e social.

Segundo Scott (1995), o gênero e, por extensão, a feminilidade constitui uma forma primária de dar significado às relações de poder, evidenciando que as definições do feminino estão sempre atravessadas por hierarquias sociais. Butler (2008), por sua vez, argumenta que a feminilidade não é natural, mas performativa, isto é, produzida por meio de repetições de normas socialmente apreendidas e incorporadas. Já Beauvoir (1949) sintetiza essa perspectiva ao afirmar que “não se nasce mulher, torna-se mulher”, destacando o caráter construído dessa identidade. Assim, longe de ser fixa ou universal, a feminilidade é múltipla e contingente, variando conforme os regimes sociais, culturais e políticos nos quais se insere.

Nesse sentido, o movimento das esposas tradicionais pode ser entendido como uma forma de performar a feminilidade hoje. Não se trata de algo novo, mas da adaptação, nos ambientes digitais, de normas de gênero já consolidadas historicamente. O que se observa é a intensificação dessas normas nas plataformas, onde a feminilidade passa a ser produzida e legitimada por meio de recursos visuais como imagens, enquadramentos e estéticas, que ampliam sua circulação e adesão.

Movimentos Teórico-Metodológicos

Para analisar os conteúdos relacionados ao movimento *tradwife* no *TikTok* no Brasil, utilizamos a Análise de Conteúdo, conforme proposta pela pesquisadora Laurence Bardin (2011). Esse procedimento teórico-metodológico se mostra adequado para identificar regularidades, padrões e sentidos em materiais discursivos e imagéticos, sendo particularmente pertinente para a análise de conteúdos em mídias sociais como o *TikTok*, nas quais imagem, estética e performance operam como elementos centrais na produção de sentido.

As buscas exploratórias foram realizadas no TikTok entre junho e agosto de 2025, utilizando palavras-chave como “dona de casa”, “arrumando a casa”, “rotina doméstica”, “rotina do lar” e “rotina de dona de casa no campo”. A partir desse mapeamento inicial, foram selecionados três vídeos de diferentes perfis no TikTok, publicados no segundo semestre de 2025 (entre julho e dezembro), que apresentavam recorrência temática e consistência estética, constituindo, assim, o *corpus* analítico.

Delimitou-se um *corpus* focado em padrões visuais e performativos da domesticidade (organização do lar, preparo de alimentos e cuidado), priorizando também dimensões estéticas da feminilidade (vestuário e construção visual do corpo). Para preservar as identidades, os perfis são referidos como “criadoras 1, 2 e 3”, conforme diretrizes éticas da *Association of Internet Researchers*, que orientam a anonimização diante do risco de identificação.

O foco recai na dimensão imagética dos vídeos (vestuário, enquadramentos, cores, cenários, gestos e rotinas), entendida não apenas como estética, mas como produtora de sentido. No TikTok, esses elementos organizam regimes de visualidade que tornam certas feminilidades inteligíveis, desejáveis e compartilháveis, articulando corpo, domesticidade e rotina em formas específicas de apresentação de si.

A análise foi organizada em três categorias: **1) estética e regimes de visualidade, 2) performances da domesticidade e do corpo feminino e 3) imaginários ideológicos e moralidades de gênero**. A primeira considera o papel das “*aesthetics*” (estéticas) nas dinâmicas do TikTok, entendidas como arranjos visuais e narrativos que estruturam a produção e circulação dos conteúdos (Rocamora, 2022). Assim, as visualidades *tradwife* operam como uma gramática visual que torna a feminilidade tradicional coerente, repetível e aspiracional.

A segunda categoria analisa como o corpo e as práticas cotidianas como cozinhar, limpar e cuidar são encenados no espaço doméstico, produzindo uma feminilidade marcada pela centralidade no lar e pela valorização do cuidado. Por fim, a terceira categoria examina os sentidos ideológicos que atravessam essas produções, evidenciando como valores ligados à família, à divisão sexual do trabalho e à religiosidade são naturalizados e estetizados. Alinhando-se à noção de “radicalização suave” (Proctor, 2022), parte-se da hipótese de que tais imaginários operam sobretudo pela força persuasiva das imagens.

Conforme Bardin (2011), a construção de categorias analíticas permite organizar a interpretação do *corpus* e identificar regularidades e núcleos de sentido. No caso desta pesquisa, as categorias funcionam como eixos de leitura que estruturam a análise das visualidades e performances, possibilitando uma leitura que identifique os sentidos mobilizados em torno da feminilidade.

Considera-se ainda a centralidade das narrativas pessoais na construção do eu (Weeks, 1999), que, no contexto do TikTok, se articulam à dimensão estética e performativa dos vídeos. As narrativas, nesse ambiente, não operam apenas no plano verbal, mas são construídas por meio de imagens, rotinas encenadas e escolhas visuais que organizam experiências individuais como formas de reconhecimento e pertencimento.

Estética da Domesticidade: Visualidades *Tradwife* no TikTok

O vídeo 1, “Rotina matinal na roça”, inicia com o sol surgindo em um cenário rural, enquanto a criadora de conteúdo 1 já está acordada. Ela expressa gratidão a Deus por mais um dia de vida e relata ser a primeira a despertar na casa, momento que utiliza para tomar banho. Após a higiene, veste um vestido longo em tons claros, com estampa floral delicada. A partir das sete da manhã, seus filhos começam a acordar, sendo acolhidos por ela enquanto inicia o preparo dos alimentos, atividade realizada em meio à presença constante das crianças ao seu redor.

Em determinado momento, o marido aparece e a cumprimenta; ela afirma que o primeiro café é destinado a ele, pois trabalha em uma obra. Antes de comerem, todos realizam uma oração à mesa. Após o café, ela organiza e limpa o espaço, dando continuidade às tarefas domésticas ao mesmo tempo em que cuida das crianças. As crianças não frequentam a escola, sendo ela a responsável por sua educação, vemos, na tela, a criadora ensinando os filhos, intercaladas com cenas de limpeza da casa e preparo de alimentos. Por volta do meio-dia, a família se reúne novamente para o almoço, encerrando a sequência que sintetiza uma manhã em sua rotina cotidiana.

A criadora de conteúdo 1 é uma mulher branca, católica e que vive em zona rural e compartilha, em seu TikTok, aspectos de sua vida no campo. Parteira e autodenominada camponesa, ela é mãe de seis filhos e se dedica integralmente às atividades domésticas, ao cuidado da família e à educação das crianças. Embora não se identifique explicitamente como *tradwife* ou esposa tradicional, sua produção de conteúdo mobiliza elementos centrais associados a essa estética, como a centralidade do lar, a valorização do cuidado, a divisão tradicional de papéis de gênero e a construção de uma feminilidade vinculada à domesticidade, à religiosidade e à maternidade. Nesse sentido, sua presença no *corpus* se justifica não pela adesão nominal ao movimento, mas pela incorporação de uma gramática visual e performativa que se aproxima das visualidades *tradwife* observadas na mídia social. O vídeo 2 consiste em um compilado de imagens da criadora de conteúdo 2 em sua rotina como esposa, dona de casa e mãe, acompanhado por uma trilha sonora suave. Ao longo da sequência, ela é apresentada em diferentes atividades cotidianas, como cozinhar, rezar, interagir com o marido, cuidar dos filhos, servir a família, frequentar a igreja e vestir roupas associadas a uma estética delicada. No início do vídeo, aparece em tela a mensagem que convoca a mulher a ser aquilo que Deus a chamou para ser, associando o posicionamento feminino ao alinhamento divino. Em seguida, outras mensagens são sobrepostas às imagens, acompanhadas de versículos bíblicos, reforçando ideias como a mulher enquanto parceira na missão familiar, a centralidade da oração no fortalecimento do relacionamento, a valorização da virtude feminina em detrimento de bens materiais, a submissão como forma de unidade e harmonia no lar e a feminilidade moldada pela graça como ideal desejável. Ainda, na legenda do vídeo, ela reforça o papel importante da feminilidade na sua vida dizendo “*ele [Deus] restaurou minha essência e me ensinou que ser feminina também é ser forte*”.

A criadora de conteúdo 2 é uma mulher negra, cristã, que se apresenta no TikTok como mãe, esposa e gestora do lar. Mãe de um filho, ela organiza sua identidade em torno dessas funções, enfatizando o cuidado com a família e a vida doméstica. Assim como a

criadora de conteúdo 1, não utiliza explicitamente o termo *tradwife* ou esposa tradicional, mas mobiliza expressões como “gestora do lar” e referências à submissão ao marido e à organização da casa, alinhando-se aos valores e ideais associados a essa estética.

O vídeo 3 apresenta a rotina da criadora de conteúdo 3 enquanto se prepara para um jantar de mulheres em sua igreja. O vídeo inicia com ela finalizando a maquiagem e apresentando sua vestimenta, composta por uma blusa branca e uma saia longa plissada; seus cabelos são longos e a maquiagem e os acessórios, delicados. Ao chegar ao evento, o vídeo mostra outras mulheres com vestimentas semelhantes, como saias e vestidos longos, em tons pastéis e estampas delicadas.

A criadora de conteúdo 3 é uma mulher branca, jovem, recém-casada e sem filhos, que se identifica como cristã. Apresenta-se como “mulher de pastor”, posição que aparece de forma recorrente em seus conteúdos. Essa identificação também é observada em outras criadoras no TikTok que compartilham a experiência de serem esposas de pastores, configurando uma tendência na mídia social. Apresentados os três vídeos selecionados e as respectivas criadoras de conteúdo, retoma-se, a seguir, as categorias analíticas propostas, com o objetivo de evidenciar os sentidos produzidos a partir das visualidades e performances observadas no *corpus*.

No que se refere à categoria 1) **estética e regimes de visualidade**, observa-se que a feminilidade é construída, nos vídeos analisados, por meio de um conjunto recorrente de escolhas visuais que operam como uma gramática de gênero. Em comum, as criadoras mobilizam uma estética associada a referências tradicionais, marcada por vestidos longos, paletas de cores suaves e uma apresentação corporal delicada, que evoca um ideal de feminilidade dócil e cuidadosamente produzido.

Essa construção se estende para além do vestuário, articulando também a composição dos espaços domésticos e religiosos, a organização dos ambientes, a iluminação, os enquadramentos e a valorização de gestos cotidianos como cozinhar, limpar, cuidar e rezar. Trata-se, portanto, de um desenho visual da domesticidade compartilhado entre os conteúdos, no qual cenário, figurino, objetos e temporalidade se organizam de forma coerente e repetível. Nesse sentido, mais do que representar rotinas individuais, os vídeos operam como uma curadoria estética do corpo, do lar e do tempo, produzindo uma feminilidade visualmente inteligível e aspiracional por meio de sua padronização e circulação no TikTok. Essa dinâmica dialoga com a noção de performatividade de gênero em Butler (1990), na qual o gênero se constitui pela repetição reiterada de normas que, ao se estabilizarem, passam a produzir efeitos de naturalidade.

Essa padronização visual pode ser observada em diferentes elementos recorrentes nos três vídeos. No primeiro, a composição da cena enfatiza a luz natural, o espaço rural e a organização do lar como extensão da feminilidade. No segundo, a sobreposição de textos religiosos às imagens de cuidado e convivência familiar reforça visualmente a articulação entre feminilidade e devoção. Já no terceiro, a homogeneidade das vestimentas no encontro religioso, com saias e vestidos longos em tons suaves, evidencia a repetição de códigos estéticos compartilhados entre mulheres. Em conjunto, esses elementos indicam que a feminilidade não é apenas mostrada, mas visualmente produzida a partir de um repertório reconhecível e socialmente legitimado.

A partir desses elementos, pode-se compreender a estética *tradwife* como uma gramática visual de gênero, na qual determinadas combinações de vestuário, gestos, cenários e enquadramentos organizam modos específicos de tornar a feminilidade inteligível. Não se trata apenas de uma representação da vida cotidiana, mas de uma construção visual sistemática que estabiliza sentidos sobre o que é “ser mulher”, operando por repetição, reconhecimento e circulação no ambiente da plataforma. Nesse processo, as criadoras produzem uma construção visual de si que articula corpo, vestuário, domesticidade e ambiência como uma superfície coerente de apresentação. A feminilidade emerge, assim, como resultado de uma curadoria estética do cotidiano, na qual rotinas, objetos e afetos são organizados de modo a compor uma imagem estável, reconhecível e desejável.

Na categoria 2) **performances da domesticidade e do corpo feminino**, observa-se que as rotinas apresentadas, centradas no cuidado com os filhos (nos casos dos dois primeiros vídeos), na organização do lar, na preparação de alimentos e na manutenção da vida conjugal, operam como encenações reiteradas de um modelo específico de feminilidade. Essas práticas, ao serem continuamente exibidas, reforçam papéis historicamente associados ao que se entende por “ser mulher”, especialmente no interior de uma divisão tradicional de gênero em que o homem ocupa a posição de provedor e a mulher assume a função de cuidadora, acumulando responsabilidades no espaço doméstico. Essa dinâmica é construída não apenas no plano narrativo, mas sobretudo no plano visual: os gestos suaves, os movimentos contínuos de cuidado, as roupas, o processo de estar bela, a presença constante do corpo feminino em atividade e a centralidade da mulher nas cenas organizam uma corporalidade marcada pela disponibilidade, pela dedicação e pelo zelo. Nesse contexto, a feminilidade é performada como um conjunto de práticas visíveis que remetem a um ideal tradicional, no qual a mulher é associada à submissão, ao cuidado com o outro e à manutenção da ordem doméstica, reforçando um imaginário que articula gênero, trabalho e afeto de forma naturalizada.

Tal padrão se relaciona com o que Nicholson (2000) entende por fundacionalismo biológico. A biologia determinada no nascimento é a base da identidade da pessoa, sendo seus dados fisiológicos, o ponto de partida para a elaboração das narrativas culturais (e também visuais). Ao mesmo tempo, os significados culturais se impõem, como se o corpo funcionasse como um cabide onde se penduram construções simbólicas ligadas à identidade e à maneira de agir.

A partir dos vídeos analisados, observa-se que a categoria 3) **imaginários ideológicos e as moralidades de gênero** não operam apenas no plano narrativo, mas são construídos visualmente por meio de uma composição estética que naturaliza esse modo de vida. A presença recorrente do altar doméstico, os enquadramentos que centralizam momentos de oração coletiva e a organização dos corpos em torno da mesa ou do espaço religioso conferem visibilidade a uma moral cristã que estrutura a rotina familiar. Do mesmo modo, a divisão sexual do trabalho é visualmente encenada: o corpo feminino aparece continuamente em movimento, associado ao cuidado, à limpeza, ao preparo de alimentos e à educação dos filhos, enquanto a figura masculina surge de forma pontual, vinculada ao trabalho externo e ao retorno ao lar.

Esses elementos, articulados por meio de enquadramentos estáveis, cenas organizadas e uma atmosfera de harmonia, produzem um imaginário no qual esse arranjo social se

apresenta como natural, desejável e moralmente orientado. Assim, mais do que enunciados explícitos, são as imagens que operam na legitimação desse modelo, estetizando relações de gênero e tornando-as visíveis como forma de vida coerente e aspiracional. Esses sentidos não operam de forma isolada, mas se articulam a discursos mais amplos que valorizam a família tradicional, a divisão sexual do trabalho e a centralidade da religiosidade na organização da vida social. Nesse contexto, a feminilidade apresentada nos vídeos se alinha a ideais que privilegiam a domesticidade, o cuidado e a submissão como valores desejáveis, contribuindo para a naturalização de um modelo específico de organização de gênero. Como apontam Proctor (2022) e Waling e Roffee (2021), essas representações podem operar de forma sutil na legitimação de arranjos sociais hierárquicos, não por meio de enunciados explícitos, mas pela força persuasiva das imagens e pela construção de uma estética que torna esses modos de vida reconhecíveis e aspiracionais.

Outro fator relacionado ao movimento de esposas tradicionais é o viés religioso que é apresentado em diversas manifestações do movimento, e que nesta análise observamos nos vídeos de todas as criadoras de conteúdo. Segundo Moslener (2015), a religião tem um papel central nesse movimento não apenas como prática espiritual, mas como fundamento ideológico e normativo que sustenta e justifica os papéis de gênero tradicionais. Muitas mulheres que se alinham aos valores, visualidades e ideais associados ao movimento *tradwife* recorrem a interpretações religiosas para legitimar sua escolha de se submeter ao marido, priorizar a maternidade e abandonar o trabalho fora de casa. A fé, nesse contexto, é usada como base moral e instrumento de autoridade para manter estruturas patriarcais dentro da família. Dessa forma, a análise não se restringe à identificação de elementos visuais isolados, mas se orienta pela articulação entre imagem, performance e modos de subjetivação, considerando como essas práticas produzem e estabilizam formas específicas de existência feminina no contexto das mídias sociais.

Considerações

As análises apresentadas evidenciam como a feminilidade é construída, performada e negociada nas visualidades *tradwife* no TikTok brasileiro. Mais do que simples representações do cotidiano, esses conteúdos organizam uma gramática visual de gênero na qual corpo, vestuário, religiosidade, domesticidade e cuidado são articulados de modo a produzir uma imagem coerente, desejável e moralmente legitimada do feminino. Nesse processo, a feminilidade se ancora em valores associados à família tradicional, à submissão, à maternidade e à centralidade do lar, reconfigurados de forma sedutora e compartilhável nas lógicas da plataforma.

Ao evidenciar como a estética *tradwife* naturaliza hierarquias de gênero sob a aparência de escolha, autenticidade e devoção, o artigo contribui para tensionar regimes visuais normativos e para ampliar o debate sobre a produção contemporânea da feminilidade nas mídias sociais. No contexto brasileiro, tais visualidades não constituem mera reprodução de modelos globais, mas se articulam a marcadores locais de classe, território e religião, o que reforça a necessidade de leituras situadas sobre o fenômeno.

Como desdobramento, futuras pesquisas podem ampliar o *corpus*, investigar a recepção desses conteúdos por diferentes públicos, comparar visualidades *tradwife* brasileiras de diferentes regiões e aprofundar as articulações entre gênero, raça, religião e mídias sociais na construção de feminilidades.

Referências

- Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo* (L. A. Reto & A. Pinheiro, Trans.). Edições 70.
- Beauvoir, S. de. (2016). *O segundo sexo: Fatos e mitos* (S. Milliet, Trad.). Nova Fronteira.
- Butler, J. (2008). *Problemas de gênero: Feminismo e subversão da identidade* (R. Aguiar, Trad.). Civilização Brasileira.
- Butler, J. (2019). *Corpos que importam: Os limites discursivos do "sexo"* (V. Daminelli & D. Y. Françoli, Trans.). N-1 Edições.
- Franzke, A. S., Bechmann, A., Zimmer, M., Ess, C., & Association of Internet Researchers. (2020). *Internet research: Ethical guidelines 3.0*. Association of Internet Researchers.
- Moslenner, S. (2015). *Virgin nation: Sexual purity and American adolescence*. Oxford University Press.
- Nicholson, L. (2000). Interpretando o gênero. *Revista Estudos Feministas*, 8(2), 9–41. <https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/11917>
- Proctor, D. (2022). The #tradwife persona and the rise of radicalized white domesticity. *Persona Studies*, 8(2), 7–26. <https://doi.org/10.21153/psj2022vol8no2art1645>
- Rocamora, A. (2022). *Fashioning the self in the digital age: Online identities and aesthetic practices*. Bloomsbury.
- Scott, J. W. (1995). Gênero: Uma categoria útil para análise histórica. *Educação & Realidade*, 20(2), 71–99.
- Sitler-Elbel, F. H. (2021). *From Swifffers to swastikas: How the #tradwife movement of conventional gender roles became synonymous with white supremacy* (Senior project). Bard College.
- Waling, A., & Roffee, J. (2021). Representations of women, femininities and sexualities in the far right. In R. Peeters & H. Wagenaar (Eds.), *The far right today* (pp. 105–122). Routledge.
- Weeks, J. (1999). O corpo e a sexualidade. In G. L. Louro (Org.), *O corpo educado: Pedagogias da sexualidade* (T. T. da Silva, Trad.). Autêntica.

Abstract: This article analyzes how content creators aligned with the *tradwife* aesthetic construct and perform a traditional femininity on Brazilian TikTok. Based on the understanding of femininity as a historical, relational, and performative category, the study investigates how images, routines, and discourses produce visualities associated with domesticity, motherhood, care, and religiosity. Methodologically, the research adopts Content Analysis applied to three videos from three selected TikTok profiles. The analysis is organized into three categories: aesthetics and regimes of visibility, performances of

domesticity and the female body, and ideological imaginaries and gender moralities. The results indicate the presence of a visual grammar of femininity, highlighting elements that produce a femininity that is visually coherent, desirable, and morally legitimized.

Keywords: tradwife - traditional wife - femininity - gender - tiktok - visuality - digital aesthetics - gender performativity - domesticity - conservatism.

Resumen: Este artículo analiza cómo creadoras de contenido alineadas con la estética *tradwife* construyen y performan una feminidad tradicional en el TikTok brasileño. Partiendo de la comprensión de la feminidad como una categoría histórica, relacional y performativa, el estudio investiga de qué modo las imágenes, rutinas y discursos producen visualidades asociadas a la domesticidad, la maternidad, el cuidado y la religiosidad. Metodológicamente, la investigación adopta el Análisis de Contenido aplicado a tres videos de tres perfiles seleccionados en TikTok. El análisis se organizó en tres categorías: estética y regímenes de visualidad, performances de la domesticidad y del cuerpo femenino, e imaginarios ideológicos y moralidades de género. Los resultados indican la presencia de una gramática visual de la feminidad, señalando elementos que producen una feminidad visualmente coherente, deseable y moralmente legitimada.

Palabras clave: *tradwife* - esposa tradicional - feminidad - género - *tiktok* - visualidad - estética digital - performatividad de género - domesticidad - conservadurismo.

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo.]

Louise Ariane da Campo é doutora em Comunicação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), onde também realizou período de visita de pesquisa no PhD em Digital Media na University of Sussex (Reino Unido), com financiamento da CAPES. É mestre em Gender and Media pela University of Sussex, como bolsista do programa britânico Chevening, e mestre em Letras pela Universidade Federal de Pelotas (UFPEL). Graduada em Jornalismo pela Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA). Atualmente, é coordenadora de Comunicação na ONG Somos – Comunicação, Saúde e Sexualidade. Contato: dacampolouise12@gmail.com

Emilin Grings Silva é mestranda em Comunicação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), subsidiada pela CAPES. É especialista em Cultura Digital e Redes Sociais pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos) e em Pastoralidade: identidade fundamento e prática pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). Graduada em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc). Contato: emilingrings@gmail.com