

CAPITAL DE VISIBILIDADE E MOVIMENTO TRADWIFE: disputas de gênero nos processos de celebração¹ VISIBILITY CAPITAL AND TRADWIFE MOVEMENT: gender disputes in celebration processes

Denise F. B. Prado ²

Paula G. Simões³

Resumo: *A proposta deste artigo é refletir sobre a emergência das tradwives (esposas tradicionais) no contexto brasileiro, tendo em vista as disputas por capital de visibilidade nas redes sociais digitais e os valores acionados por pessoas célebres nesse processo. Partindo de uma perspectiva pragmatista, a análise se volta para a criadora de conteúdos Luiza Maciel e as ações que são divulgadas em seu perfil no Instagram. O corpus composto por 20 postagens de 2024 evidencia as dimensões descritiva, prescritiva e defensiva da atuação dessa influenciadora, centrada na valorização dos papéis tradicionais de gênero e na romantização da rotina doméstica e do trabalho do cuidado com a família. A análise evidencia, assim, alguns tensionamentos entre a emergência desse movimento tradwife e as lutas e conquistas feministas no contexto brasileiro contemporâneo.*

Palavras-Chave: *Capital de Visibilidade. Celebração. Tradwife.*

Abstract: *The purpose of this paper is to reflect on the emergence of tradwives in the Brazilian context, considering the competition for visibility capital on digital social networks and the values activated by famous individuals in this process. From a pragmatist perspective, the analysis focuses on content creator Luiza Maciel and the actions displayed on her Instagram profile. The corpus, composed of 20 posts from 2024, highlights the descriptive, prescriptive, and defensive dimensions of this influencer's actions, centered on valuing traditional gender roles and romanticizing domestic routines and family care work. The analysis thus reveals some tensions between the emergence of the tradwife movement and feminist struggles and achievements in contemporary Brazilian society.*

Keywords: *Visibility Capital. Celebration. Tradwife.*

¹ Trabalho apresentado ao GT Comunicação e Sociabilidade. 34º Encontro Anual da Compós, Universidade Federal do Paraná (UFPR). Curitiba-PR. 10 a 13 de junho de 2024.

² Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP). Doutora em Comunicação (UFMG). E-mail: denisefbp@gmail.com.

³ Universidade Federal de Minas Gerais. Doutora em Comunicação (UFMG). E-mail: paulaguimaraessimoes@yahoo.com.br.

1. Introdução

A cultura e a política das celebridades vêm despertando a atenção de inúmeros pesquisadoras/es, e o GT Comunicação e Sociabilidade tem sido um lugar profícuo para discussão de questões ligadas à fama e aos processos de celebrização na contemporaneidade. No Encontro de 2024, por exemplo, textos abordaram celebridades de diferentes campos, como o apresentador de telejornal policial José Luiz Datena, o músico Dinho Ouro Preto, o influenciador Tukumã Pataxó e o futurista Tiago Mattos. A projeção de figuras distintas na cena de visibilidade hodierna convoca a nossa reflexão para compreender não apenas as próprias pessoas célebres, mas o contexto social em que elas emergem.

O objetivo deste texto é discutir sobre um tipo de aparição pública mais recente nas redes sociais digitais: as *tradwives* ou esposas tradicionais. Mulheres que se projetam compartilhando sua rotina doméstica com os filhos, o marido e a casa, defendendo a fixação dos papéis sociais (tão contestada pelos movimentos feministas) e o posicionamento do homem como o provedor da família e da mulher como a sua cuidadora. De forma específica, analisamos o perfil no Instagram de Luiza Maciel, uma criadora de conteúdos que usa a hashtag #tradwife para compartilhar a rotina de sua família nas redes sociais digitais. Assim, a proposta é analisar como o perfil no Instagram de Luiza Maciel aciona o *capital de visibilidade* para se projetar na cena pública a partir da difusão de valores tradicionais e se posicionar como uma *tradwife*.

Para tanto, o texto está dividido em duas partes além desta introdução e dos apontamentos finais. Na primeira, discutimos o valor da visibilidade na contemporaneidade e o modo como ela vem sendo disputada por diferentes pessoas a partir de campos diversos, configurando distintos processos de celebrização. Além disso, apresentamos brevemente o fenômeno das *tradwives* e sua inserção no contexto brasileiro. Na segunda, apresentamos o perfil de Luiza Maciel e as escolhas que nortearam nosso percurso metodológico. A análise é apresentada a partir de uma perspectiva pragmatista (que atenta para as ações empreendidas por uma pessoa célebre e os valores que emergem de sua atuação) e organizada a partir de três tipos de postagens: descritivas; prescritivas; defensivas. Para concluir, procuramos sintetizar os valores que sobressaem no perfil dessa criadora de conteúdo online e como seu posicionamento como uma *tradwife* pode ser lido no contexto político e social contemporâneo.

2. Celebrização e disputas por capital de visibilidade

A visibilidade é um valor na contemporaneidade. Assistimos a diferentes pessoas buscando um lugar na cena pública, tanto aquelas que já conquistaram fama quanto as que procuram sair do anonimato, configurando um panorama diversificado de perfis em processos de celebração. Nesta seção, discutimos algumas dimensões conceituais desse fenômeno.

Os processos de celebração na contemporaneidade são discutidos por Driessens (2012), que evidencia as dimensões individual e social das celebridades a partir da distinção entre *celebrificação* e *celebritização*: “a celebrificação envolve as mudanças no nível individual, ou, mais precisamente, o processo pelo qual pessoas comuns ou figuras públicas se transformam em celebridades” (Driessens, 2012, p. 10). O termo *celebritização*, por sua vez, tal como outros conceitos de *zação* (como globalização, colonização), deve ser reservado “para as mudanças sociais e culturais contidas na celebridade”. (DRIESSENS, 2012, p. 10)

No âmbito individual, Driessens (2012) atenta para a personificação e a comoditização que configuram as pessoas célebres: a primeira diz respeito a uma individualização da celebridade, marcada por uma paradoxal natureza que articula ordinariedade e extraordinariedade, e reafirma o individualismo como traço constituidor da fama; a segunda inscreve tal fenômeno no contexto do capitalismo, evidenciando a dimensão mercadológica das celebridades.

Ao discutir a dimensão social do processo – *celebritização* –, Driessens (2012) atenta para três indicadores articulados: 1) a *democratização*, que abre novas formas de visibilidade para as pessoas comuns; 2) a *diversificação*, que indica a emergência de pessoas famosas em diferentes campos; 3) e a *migração*, que diz respeito à transição que as celebridades podem fazer de um campo a outro. Ao articular esses indicadores na caracterização da natureza social do fenômeno, o autor lembra elementos do capitalismo e do neoliberalismo e reitera a necessidade de avaliar criticamente o fenômeno da celebração. Assim, não se trata “de uma celebração acrítica da cultura das celebridades, mas do reconhecimento do importante lugar que estas podem ocupar nas democracias contemporâneas”. (SIMÕES, 2024, p. 218, tradução nossa)

A distinção entre celebrificação e celebritização foi retomada aqui para compreender a dupla dimensão do fenômeno da fama – individual e social – mas compartilhamos da perspectiva de Simões (2024) que aciona o termo *celebrização* para conjugar os dois processos

e reunir os cinco indicadores destacados por Driessens. Todo esse processo de *celebrização* das pessoas no contexto contemporâneo precisa ser pensado a partir do valor da visibilidade.

Heinich (2021) discute como a nova visibilidade construída na era midiática transformou o modo de configuração da celebridade. Na história da humanidade, antes da emergência dos meios modernos de reprodução de imagem, segundo a autora, a celebridade era alcançada através da fama conquistada pela difusão do nome e das histórias associadas a uma grande pessoa: “a visibilidade do grande homem se limitava ao seu nome e à sua biografia, a suas efígies esculpidas, pintadas ou gravadas e, eventualmente, à sua presença, para aqueles que tinham a oportunidade de atravessar o seu caminho” (HEINICH, 2021, p. 1). Há um século e meio, com o desenvolvimento dos vários dispositivos midiáticos, a celebridade passa a ser alcançada com “a difusão do rosto e do nome no espaço público”, trata-se da construção de “um novo mundo em que os rostos importam, se não mais, tanto quanto os nomes – mesmo que estes últimos continuem sendo indispensáveis” (HEINICH, 2021, p. 1). Esse é, segundo Heinich, um dos critérios na definição da visibilidade na era midiática: a reprodutibilidade técnica em larga escala das imagens.

Outro critério discutido pela autora é a assimetria entre objetos e sujeitos do olhar, a qual configura uma desigualdade no interreconhecimento. Trata-se, assim, de uma

assimetria entre aquele que é visto e aqueles que veem, aquele que é identificado e aqueles que identificam, aquele que é reconhecido e aqueles que reconhecem, aquele cuja presença, além de suas imagens, é invocada como uma graça por aqueles que, em troca, o gratificam com sua admiração. A multiplicidade de imagens - o primeiro critério - é ecoada pela multiplicidade de sujeitos capazes de identificar estas imagens de uma única pessoa - o segundo critério. A assimetria na identificação assinala e opera uma diferença de grandeza: uma grandeza que, antes de ter a ver com propriedades pessoais, tem a ver sobretudo com o número de pessoas capazes de relacionar um nome a um rosto, de modo que a lacuna entre a multiplicidade de sujeitos que “reconhecem” e a singularidade do objeto “reconhecido” estende o elo que os une à dimensão de uma admiração coletiva. (HEINICH, 2021, p. 2)

Essa questão da assimetria (aparentemente óbvia) deve ser levada em conta “porque ela cria um diferencial de recursos entre conhecidos e desconhecidos, que pode ser comparada a um verdadeiro capital” (HEINICH, 2021, p. 3). Heinich define, assim, a visibilidade como uma nova forma de capital na medida em que confere “prestígio, poder, relações e dinheiro” a seus detentores e não pode ser reduzida a outras formas de capital – outro critério discutido pela autora na definição da visibilidade. Isso acarreta uma grande transformação na hierarquia e constitui uma nova categoria social: a distinção hierárquica entre pessoas famosas e comuns,

ao mesmo tempo que preserva a fronteira, estabelece um privilégio e conforma essa categoria social como uma nova elite⁴.

Essas reflexões de Heinich nos ajudam a compreender como o sistema de reconhecimento distribui desigualmente o capital de visibilidade e como este está em disputa (por pessoas já famosas e também anônimas em busca da fama) na cena pública. Esse tipo de capital – que alguns autores nomeiam *capital de celebridade*, conforme discutido por Kamradt (2021) – nos leva a discutir conceitualmente a própria noção de celebridade e os diferentes tipos de pessoas que emergem e permanecem (ou não) no cenário de visibilidade midiática.

As celebridades são entendidas, de modo geral, como figuras que articulam conhecimento, reconhecimento e culto: ou seja, celebridade caracteriza alguém “[...] que se torna conhecido por muitas pessoas, reconhecido por aquilo que é ou faz, cultuado enquanto uma certa excepcionalidade digna de admiração e reverência” (FRANÇA, 2014, p. 19). Assim, temos celebridades da música (como Ludmilla e Gilberto Gil) ou do cinema (como Fernanda Montenegro e Viola Davis), que podem ser entendidas como celebridades tradicionais que emergiram em seus campos de atuação a partir de seu talento e se projetaram a partir da repercussão de seu trabalho entre diferentes públicos.

O desenvolvimento da Internet e das redes sociais digitais vêm complexificando esses processos de celebração na medida em que tanto as celebridades tradicionais são convocadas a usá-las para reiterar sua fama quanto pessoas anônimas vem disputando esse espaço em busca de projeção. Esse processo vem convocando pesquisadoras/es a buscar definições acerca dessas novas figuras que surgem nas plataformas digitais.

Senft (2008) cunhou o termo *microcelebridades* para caracterizar o que nomeou de *camgirls*, meninas que projetavam seu cotidiano através de webcams em espaços como blogs e redes sociais digitais. Ela distingue as micro das celebridades, conforme explicam Primo, Matos e Monteiro (2021, p. 12): “Ainda que haja proximidade entre as performances desses produtores e das celebridades, Senft destacou que, enquanto celebridades mantêm uma distância de seus públicos, as microcelebridades esforçam-se em ser responsivas no interior de suas comunidades”. Não se trata, entretanto, de pessoas ordinárias, pois elas ensinam comportamentos encenados e estratégias para construir uma face pública que renda ganhos financeiros.

⁴ Essa discussão sobre as celebridades como novas elites do poder pode ser encontrada em Mills, 1982.

O conceito de microcelebridade é retomado por outros autores, como Marwick (2013, 2016),⁵ e se aproxima de outras noções acionadas para pensar o fenômeno da fama nas plataformas digitais, tais como *celebridade da internet*, *influenciador digital* e *criador de conteúdo (creator)*. Para Abidin (2021), a noção de celebridade na internet se refere a “um tipo de presença midiática com grande visibilidade online. E essa visibilidade pode ser atribuída a qualidades positivas ou negativas.” Para a pesquisadora, o principal atributo desse tipo de celebridade seria o acúmulo de uma audiência que, por um lado, recebe certos conteúdos e, por outro, acaba contribuindo ao oferecer alta visibilidade para esses sujeitos. E, na perspectiva de Abidin (2021), “os influenciadores digitais [...] são um tipo de celebridade da internet para quem esses pares de qualidades costumam pender mais positivamente”. Além disso, ela destaca que os chamados influenciadores buscam transformar a visibilidade conquistada em uma *carreira digital remunerável*.

Em trabalho recente, Karhawi (2024) indica o uso do termo *creator* para nomear esse tipo de personalidade que conquista projeção e visibilidade, evidenciando seu trabalho de criação de conteúdo digital, que pode vir a influenciar determinados públicos. Tais conteúdos estabelecem relações imbricadas entre estilos de vida e práticas de consumo, fazendo com que apresentações mais ou menos glamourosas de rotinas e comportamentos sejam pontuadas por sugestões (diretas e indiretas) tanto de objetos e serviços quanto de ideologias, valores e crenças.

Mais do que construir categorizações fixas para apreender o fenômeno, nosso objetivo aqui é destacar algumas reflexões contemporâneas que atentam para a emergência desses criadores de conteúdo digital (*creators*) que transformam sua atuação em uma atividade remunerável e podem influenciar públicos que acessam seus perfis (influenciadores) e se afirmar como um tipo de *celebridade* ou de *celebridade da internet*. Tais figuras disputam o *capital de visibilidade* nos processos de celebração e se configuram individual e socialmente como um rosto e um nome públicos que despertam adesão e crítica. No panorama contemporâneo, observamos a emergência de criadores de conteúdo digital em diferentes nichos de atuação que precisam lidar com a ação dos algoritmos para escapar da ameaça da invisibilidade (KARHAWI, 2024). Para tanto, influenciadores adotam diferentes estratégias

⁵ Para uma discussão mais aprofundada sobre o termo, cf. Medeiros, 2020.

para conquistar e ampliar sua projeção online, como campanhas de engajamento e sorteios de iPhone como uma “forma de recompensar a atenção, o apoio e a gentileza que recebem dos seguidores” (KARHAWI, 2024, p. 110). Entre esses criadores de conteúdo estão as chamadas *tradwives* - fenômeno discutido na próxima seção.

2.1. O fenômeno das *tradwives* e o contexto brasileiro

O termo *tradwife* é uma junção das palavras *traditional* e *wife* em inglês, ou seja, *esposa tradicional*. Trata-se de mulheres que conquistam visibilidade a partir da divulgação de sua rotina de dedicação ao lar, aos cuidados com marido e filhos/as. Em geral brancas e magras, essas mulheres adotam um discurso que evidencia valores conservadores em relação aos papéis de gênero, situando o homem no lugar do provedor e a mulher no espaço de cuidado da casa e da família. Essa fixação dos papéis sociais foi amplamente discutida pelos movimentos feministas que questionam a política de dominação masculina e contestam a socialização sexista (hooks, 201, p. 39), além de atentarem para o cruzamento de opressões como raça e classe que constroem a experiência das mulheres de formas distintas (GONZALEZ, 2020; DAVIS, 2016).

Surgido nos Estados Unidos, o fenômeno assume nuances diferentes em cada país. Leidig (2023) atenta para o contexto norte-americano e analisa o papel dessas mulheres na normalização e na legitimação da ideologia extremista de direita e dos valores conservadores. Partindo da perspectiva de Abidin, a pesquisadora entende que “essas mulheres são ‘influenciadoras’ porque elas atuam como personalidades que lideram online, moldando e popularizando ideias na comunidade de extrema direita” (LEIDIG, 2023). Assim, ela cruza o empreendedorismo de extrema direita à cultura de influenciadores nas redes sociais digitais e alerta:

Precisamos levar a sério os efeitos potencialmente perigosos dessas mulheres influenciadoras de extrema direita tanto quanto dos homens de direita terroristas. Embora seja fácil detectar as consequências mortais do terrorismo, há algo muito mais sinistro sobre como estas mulheres podem apelar aos jovens, homens e mulheres, para que se juntem a seu movimento. (LEIDIG,, 2023, tradução nossa)

Nos EUA, assim, as *tradwives* estão frequentemente ligadas a movimentos supremacistas brancos e masculinos da extrema direita, assumindo uma postura reacionária e

antifeminista (VILLODRES, 2020). No Brasil, nem sempre há essa vinculação explícita com tais movimentos, mas de qualquer forma é preciso compreender a sua dimensão política.

As primeiras notícias sobre o fenômeno aparecem no contexto brasileiro em 2020.⁶ Na época da circulação dessas primeiras notícias, vivia-se a pandemia mundial de Covid-19, momento social marcado pela intensificação das políticas sanitárias de distanciamento social como forma de minimizar a circulação viral. Naquele momento, diversas pesquisas apontaram a sobrecarga do trabalho doméstico e dos cuidados familiares às mulheres, bem como uma redução da presença delas no mercado de trabalho formal, ampliando a desigualdade de gênero⁷.

Nas notícias que circularam desde então, identificamos três abordagens que: (1) relatam o surgimento do movimento *tradwife* nos Estados Unidos e na Inglaterra, fortalecido pelas redes sociais digitais e vinculado a influenciadoras de sucesso; (2) associam o movimento à extrema direita, ao supremacismo branco e ao conservadorismo religioso, contrapondo-se às conquistas alavancadas pelo feminismo, e (3) relacionam seu caráter nostálgico com relação aos anos 1950 a um descontentamento com crises econômicas e transformações sociais e culturais contemporâneas.

A partir de 2024, a cobertura noticiosa do tema ganha força no Brasil,⁸ a partir, sobretudo, da repercussão de uma entrevista de Hannah Neeleman, conhecida nas redes sociais digitais como *Ballerina Farm*, concedida ao *The Times*. Hannah Neeleman é uma influenciadora *tradwife*, casada com Daniel Neeleman, herdeiro das companhias aéreas Azul e JetBlue. A matéria publicada no *The Times* sinalizava que ela poderia estar insatisfeita e infeliz com sua rotina, manifestando esgotamento físico e insatisfação por ter abandonado a proeminente carreira de bailarina na juventude.

⁶ Para realizar a busca do aparecimento do termo, foi realizada a pesquisa via GoogleNotícias, utilizando o termo isolado *tradwife*, até 2024. Foram encontradas 34 ocorrências em língua portuguesa. Dentre os materiais coletados, seis publicações oriundas de sites de notícias portugueses, três de veículos estrangeiros com cobertura no Brasil à época (BBC, El País e DW), e as demais associadas a sites de notícias brasileiros: GGN, A Tribuna, Women's Health, Marie Claire, Gazeta do Povo, Folha (2 ocorrências), Veja, Capricho (2 ocorrências), Crescer/Grupo Globo, g1, ND+, BOL (2 ocorrências), Portal Ig, O Tempo, Estadão, Comunhão, MSN (sem data), Terra (sem data).

⁷ Dados específicos sobre as desigualdades de gênero na América Latina durante a pandemia podem ser acessados no relatório "Gendered Health Analysis: COVID-19 in the Americas" (2021), elaborado pela Organização Pan-Americana de Saúde.

⁸ Há uma expansão significativa no volume de publicações sobre o tema: 17 matérias em 14 veículos noticiosos brasileiros (Folha, Capricho, Crescer/Grupo Globo, g1, ND+, Veja, BOL/UOL, Terra, Portal IG, O Tempo, Estadão, Istoé, Comunhão e DCM).

A partir do mapeamento e da sistematização dessa cobertura, identificamos uma das influenciadoras brasileiras associadas a este movimento e escolhemos o seu perfil no Instagram para ser analisado neste artigo: Luiza Maciel, apresentada como uma dona de casa, de 27 anos, que abdicou do trabalho de confeitadeira para concentrar-se no cuidado com o filho e o marido, centrando-se no trabalho doméstico.⁹ A partir dessa escolha, realizamos uma pesquisa exploratória para definir o percurso metodológico da pesquisa - que será apresentado a seguir.

3. O perfil de Luiza Maciel

Atualmente, Luiza Maciel apresenta perfis oficiais no Instagram (@luiizamaciiell), TikTok (luiizamaciiell) e YouTube (<https://www.youtube.com/@LuiizaMaciiell>). Optamos por analisar seu perfil no Instagram já que é a sua conta mais longeva (foi criada em 2014) e a que apresenta o maior número de seguidores (quase 390 mil seguidores em 7 de fevereiro de 2025). Em uma análise exploratória, observamos que, em 2024, o perfil apresentou uma intensificação do número de postagens, nos acessos aos seus conteúdos e na dedicação em elaborar vídeos em defesa de seu estilo de vida e do movimento *tradwife*.

Coletamos todas as postagens do perfil em 2024 a partir da ferramenta de raspagem de dados Export Comments, construindo um corpus inicial de 193 posts. A sistematização desses posts evidenciou que às postagens associadas ao casamento e à rotina doméstica (como a preparação do jantar para o marido no turno da noite, com hashtags como #rotinadanoite e #rotinadecasal), somam-se conteúdos relacionados à maternidade e ao preparo familiar para a chegada do bebê (como a reforma do quarto, por exemplo). Também nesta época, se acentua o uso de hashtags como #donadolar, #donadecasa e #cuidardolar e se incorporam novas marcações como #tradwife e a #proverbios31¹⁰.

A #tradwife tem a sua primeira aparição em 31 de maio de 2024, em um vídeo postado em comemoração ao segundo mês de aniversário do bebê, cujo tema da decoração foi o jogo Animal Crossing¹¹. Nele, são mostrados os preparativos para celebração, desde a feitura do bolo (com o bebê preso ao corpo na *sling*) à reunião familiar. Depois desta data, a #tradwife se

⁹ *Tradwife: quem são as mulheres que fazem sucesso mostrando rotina e dedicação exclusiva ao lar* (g1, 29/05/2024).

¹⁰ Referência a uma passagem da Bíblia que caracteriza a mulher virtuosa.

¹¹ Ao longo do perfil, há várias referências à cultura pop contemporânea, como as séries americanas *Gilmore Girls* e *High School Musical*; franquias de filmes, como *Harry Potter*; jogos como *Super Mário*, entre outros.

repete e se intensifica, em especial a partir de agosto, mês em que ela foi entrevistada pela revista *Veja* (sobre a qual ela postou um vídeo crítico à época da publicação da notícia).

À medida que seu perfil se fortalece e ganha mais regularidade e movimentação, ultrapassando 200 mil seguidores em 18 de março (quando há uma postagem comemorativa do feito), também se tornam mais recorrentes postagens de publicidade vinculadas a marcas, particularmente de roupas (em geral, vestidos longos, floridos ou coloridos, com babados), espaços para locação de turismo, itens de papelaria e de impressão fotográfica e, após a gravidez, programas de vídeo de atividades físicas visando ao emagrecimento.

A partir da coleta, transcrição, sistematização e organização temática do material, delimitamos 20 posts para uma análise mais específica e aprofundada, por meio de uma *abordagem pragmatista*, ou seja, centrada na análise das ações dessa figura pública (FRANÇA; SIMÕES, 2020). Entendemos que as ações empreendidas por uma pessoa revelam valores que se colocam em disputa no cenário de visibilidade. Ao olhar para as ações performadas no perfil de Luiza Maciel no Instagram, nos posts recortados, observamos como são associados sentidos à rotina familiar, ao relacionamento amoroso e à maternidade, bem como se realiza uma apresentação explícita de seu posicionamento sobre o trabalho doméstico. Com essa análise, procuramos compreender como Luiza Maciel aciona o capital de visibilidade para se projetar na cena pública a partir da difusão de valores tradicionais e se posicionar como uma *tradwife*.

Assim, ao atentar para as ações exibidas nos posts dessa *creator* no Instagram, percebemos três tipos de postagem de Luiza Maciel ao mostrar o cotidiano familiar, ao aconselhar outras mulheres acerca de seu modo de vida e ao responder a seguidores/as e/ou críticos/as sobre seus posicionamentos. Com isso, organizamos a análise a partir de três categorias: descritiva (7 posts), prescritiva (7 posts) e defensiva (6 posts). Ao olhar para as ações de Luiza Maciel a partir dessas categorias, observamos como o perfil caracteriza, apresenta, valoriza e defende o modo de vida *tradicional*, como discutimos a seguir.

a. Descritiva

As postagens *descritivas* são aquelas que mostram o cotidiano familiar, evidenciando a felicidade e a satisfação que o cuidado familiar propicia. Tais postagens são as mais longevas e com maior volume no perfil (com suas primeiras aparições já no início do casamento) e mostram o preparo das refeições, a estética corporal e o cuidado com o filho. Nesse tipo de

postagem, temos três situações mais destacadas: a rotina noturna, as ocasiões especiais e o cotidiano da maternidade.

Devido ao trabalho noturno do marido, o jantar se torna a refeição principal da família. Na postagem analisada, a mais curtida do perfil, atingindo mais de 700 mil likes, segue uma narrativa já habitual: a jovem aparece bem arrumada, com um vestido branco enquanto cozinha o jantar (reforçando que mesmo em situações domésticas, de cuidado da casa e do filho, a apresentação estética da jovem é cuidada). Embalada pela canção “It’s been a long, long time”, de Betty Johnson, as imagens são acompanhadas por um legendamento que informa que o marido come carne, mas ela não, e inicia o preparo dos alimentos, a organização da mesa e a chegada do marido – que puxa a cadeira sempre para que ela se sente – e eles partilham o jantar. Na sequência, ela prepara a marmita para o marido levar ao trabalho, ele sai de casa e se despede na porta beijando-a e a sua barriga. A postagem vem acompanhada de uma marcação temporal, sinalizando a regularidade desta rotina noturna. Em 2024, as postagens do preparo dos alimentos vão da gravidez à chegada do bebê, que passa a integrar o momento envolvido ao corpo da jovem, na sling, ou na cadeirinha, enquanto ela cozinha. Em algumas raras ocasiões, a jovem fala que vai utilizar produtos prontos como forma de facilitar o trabalho culinário.

Outra postagem marcante é a de teor comemorativo: no aniversário de casamento deles, Luiza Maciel coloca o vestido de noiva e, já vestida e maquiada, prepara um lanche simulando o cardápio da festa de casamento e faz a montagem da mesa (FIG. 1). O apuro no preparo dos alimentos é mostrado como um gesto regular, a ponto de se replicar em situações de passeios, como na viagem em que ficam em uma cabana rústica (quando é anunciada como “publi”). Nessas postagens, é reforçada a ideia de que o preparo dos alimentos é simples e a vida familiar é agradável, calma e harmônica.



FIGURA 1 – Luiza Maciel servindo a mesa vestida de noiva
FONTE - Print do perfil no Instagram @luiizamaciell, 6/11/2024.

O reforço dos sentidos das legendas, associados às imagens e às músicas românticas que compõem as postagens buscam afirmar uma autenticidade da performance. A autenticidade se assenta num gesto inquietante: sinaliza para uma sensação de *verdade*, ao mesmo tempo em que se constrói a contrapelo da teatralização que evoca. A rotina performada é necessariamente preparada para o olhar do outro. Reside, nessa encenação, um desejo de afirmar uma *verdadeira essência de si*, como se *imagem* e *ser* fossem coincidentes. Nas palavras de Sibilia (2015, p. 362-363):

Porque essa verossimilhança não costuma se basear na fidelidade a alguma essência interiorizada; ou seja, àquilo que os personagens são, mesmo sendo fictícios. Em vez disso, sua potência em termos de veracidade ou autenticidade se apoia em sua capacidade de aparentar e mostrar – e, nesse mesmo ato, inventar ou performar – aquilo que eles estão sendo, fortemente apoiados em um eu considerado verdadeiro e cuja existência se apresenta com toda a legitimidade do real.

O esforço em afirmar a realidade encenação nas postagens também repercute na elaboração do cotidiano familiar. Tal cotidiano se evidencia pela exibição de situações em que, junto do marido e do filho, a vida em comum se mostra prazerosa. Isso aparece na postagem

de reforma do quartinho do bebê, quando os dois são vistos pintando os móveis, com ênfase no marido montando os materiais e carregando os itens pesados, por exemplo. Em tais situações, o prazer e a felicidade familiar são alicerçados pela afirmação do discurso religioso (que se torna tangível pelas *bênçãos* evidenciadas) e pela simplicidade da vida a dois, da ordinariedade dessa felicidade. No texto que acompanha o vídeo, há a seguinte citação sem referências: “A coisa mais extraordinária do/mundo é um homem comum, uma /mulher comum e seus filhos comuns” ❤️” (10/02/2024).

Busca-se, assim, reforçar a ideia de que a simplicidade, além de trazer a felicidade, pode ser alcançada por qualquer um, bastando, para isso, saber encontrar prazer no dia a dia. Isso é reforçado em uma postagem em que ela vai à feira com o bebê e, com a perspectiva do vídeo construída a partir de seu olhar (e com o texto: “Te convido a contemplar”), realiza-se uma caminhada em que a ida às barraquinhas da feira é romanceado pelas legendas: “Contemple os detalhes banais comigo: Flores refletidas no vidro de uma banca de chimia (geleia)/ uma senhora gentil que prendeu uma atenção no meu bebê [...]” (13/09/24).

Com isso, sustenta-se que a rotina doméstica é tão organizada e funcional quanto prazerosa e gratificante; que o dia a dia, na sua simplicidade, é carregado de romantismo e harmonia. A narrativa autenticante constrói uma vida desejável, uma vida sem conflitos, ensejando uma harmonia convidativa. Assim, são os valores da família, da leveza, da harmonia, da serenidade que são reforçados no perfil de Luiza Maciel e evidenciados em suas ações para disputar *o capital de visibilidade* (HEINICH, 2021) no Instagram, tentando afirmar certa equivalência entre ser/parecer que lhe garantiria autenticidade diante dos seus seguidores.

b. Prescritiva

Nas postagens prescritivas, a maneira de organizar a própria vida e as escolhas pessoais são apresentadas sob a forma de aconselhamento ou orientação para a conquista da satisfação e da felicidade. Os comportamentos adotados ou as escolhas ganham um caráter performativo, de modo a reforçar as melhores orientações para o desempenho dos papéis acionados. Nesse jogo interacional, então, são apresentadas atitudes consideradas adequadas ou típicas à mulher e, particularmente, ao homem, dado que ele é o par relacional da performance de Luiza Maciel. Assim, para que haja a construção de uma imagem tradicional para a atuação da mulher, é preciso haver um homem igualmente tradicional, cuja equivalência na performance seja

complementar na elaboração da sustentação da harmonia cotidiana narrada no perfil. À medida que ambos interagem em acordo com a investitura de suas respectivas posições, a harmonia é estabelecida e reforçada.

No dia 18 de março, é mostrado o quanto o marido performa exemplarmente o papel de provedor na relação familiar, quando um vídeo mostra imagens dele saindo para trabalhar e no computador (supostamente fazendo as contas mensais da família) e narra-se a sua dedicação ao sustento familiar. Conforme o vídeo avança, afirma-se que somente a atuação dele viabiliza que a esposa não tenha um emprego formal (permitindo que ela cumpra o *seu próprio papel*, que seria estar em casa e *gestar os filhos*):

Eu prometo honrar todas as horas que você dedica trabalhando de madrugada/ e também todas as horas que dedica cuidando das nossas finanças com várias planilhas no Excel/para dar sempre o melhor para a nossa família/Um dia eu vou contar para os nossos filhos como o pai deles trabalhou duro para que eu ficasse gestando eles quietinha em casa [...] Se o seu chamado é o de esposa, mãe e dona de casa, este é o seu ministério para com Deus. Desempenhe-o com alegria ❤️. (18/03/2024, Instagram)

Com essa postagem, não somente se reafirma o papel social do homem como provedor, como situa a esposa como aquela que deve agir de forma *honrada*, gestando e responsabilizando-se pelos cuidados familiares. Finaliza-se o vídeo com o tom de aconselhamento, sugerindo que demais mulheres adotem posição semelhante caso esse seja o seu “chamado”. Em outro post também é reforçado aquilo que se espera deste ideal de masculinidade na relação, quando se enfoca o marido montando móveis em um vídeo, afirmando suas habilidades manuais, enquanto evidencia o progresso econômico da família e reforça seu papel de provedor. Aliás, este ponto é reiterado pela forma como ele é presenteado no Natal, quando ganha uma camiseta com imagens familiares, escrito “melhor papai”, junto com uma trena digital, vista por ela como “um item essencial para os homens” (28/12/2024). Reforça-se assim o ideal de masculinidade clássico ligado à força física e ao papel do homem como provedor do lar e o ideal de feminilidade que situa a mulher no espaço doméstico, ligado aos cuidados com o marido e os filhos (o que apareceu também na categoria anterior).¹²

Com relação à paternidade, ressalta-se a importância de se ter um pai que oferece múltiplos suportes ao exercício da maternidade desejada, engajando-se no cuidado com o filho

¹² Para uma reflexão sobre a masculinidade, cf. Oliveira, 2004; Brasiliense; Vaz, 2024. Para uma discussão sobre a feminilidade e o papel do cuidado ligado à mulher, cf. Corrêa, 2011.

e a esposa no pós-parto. No texto que acompanha a postagem, lê-se “A jornada pós parto de uma mulher é extremamente afetada pelo apoio e amor que elas recebem ❤️ Me sinto muito abençoada 🙏”. O enfoque é a valorização do homem que consegue prover, além do suporte material, apoio emocional e auxílio nos cuidados com o recém-nascido.

Embora as noções de feminilidade sejam construídas transversalmente em todas as postagens, podemos ressaltar nesta categoria algumas situações em que ela é apresentada de forma mais prescritiva, sob a forma de aconselhamento. Uma delas ocorre na postagem que, em tom imperativo, Luiza Maciel recomenda não se esperar para ter momentos felizes, atribuindo à mulher a necessidade de construção da própria felicidade a partir da adoção de um conjunto de regras práticas para conquistar a vida harmônica e romântica – materializada pelo “dia especial”. Isso coloca uma responsabilidade subjacente à vida prática da mulher, cuja vivência de uma vida romanceada passa por equilibrar e orientar o cuidado com as roupas, uso de louças novas e a manutenção da casa com a construção do *dia especial*.

Enquanto há um fluxo de imagens, desde Luiza Maciel colocando roupas em um varal (Fig. 2) até o casal junto à mesa em uma cabana rústica durante um passeio, aparecem frases na legenda como: “Romantize os seus dias/ Vista aquele vestido lindo que você tem guardado/Enfeite e decore a casa para você mesma e a sua família/ Use suas melhores louças/Não espere pelo dia especial/ faça o seu dia especial” (19/03/2024).



FIGURA 2 – Luiza Maciel colocando roupas no varal

FONTE - Print do perfil no Instagram @luiizamaciell, 19/03/2024.

Em sintonia a essa abordagem, são feitas várias postagens pagas de uma loja de roupas online e anúncios de espaços de locação (como a cabana rústica das imagens), evidenciando a *comoditização* dessa influenciadora em seu processo de celebração, como discutido por Driessens (2012). O estilo dos vestidos anunciados dialoga com a estética adotada por Luiza Maciel nas postagens: em geral, são vestidos com ar romântico, com babados, flores, mangas bufantes, decotes quadrados, longos e esvoaçantes. Em uma dessas publicações, ela experimenta algumas roupas para que o marido a olhe e atribua notas para os “looks”, afirmando a importância do olhar do marido sobre a estética corporal da esposa, como um referencial para o adorno e a apresentação pessoal.

c. Defensiva

As postagens defensivas buscam manter uma interlocução mais direta, seja com os/as seguidores/comentadores/as, seja com os/as críticos/as. Seu objetivo alterna entre um aconselhamento sobre seu estilo de vida até um tom mais defensivo diante de eventuais críticas.

Essas postagens se apresentam sob três modelos principais: postagens de cunho testemunhal, trazendo seu cotidiano como exemplar, associadas a texto, áudio e/ou legenda dirigidos ao público ou a comentários inespecíficos; postagens realizadas em resposta a comentários e mensagens recebidas (solicitando conselhos ou com dúvidas), nas quais Luiza Maciel olha diretamente para a câmera e conversa com seus/as interlocutores/as; e, por fim, postagens de resposta, motivadas por uma crítica exterior, como é o caso do vídeo elaborado em resposta à matéria da Veja, cujo traço principal é o olhar de Luiza Maciel encarando a câmera e falando diretamente ao público.

Dentre as postagens de tom testemunhal, destacamos um vídeo associado ao texto “Esse vídeo é uma resposta a alguns hates que recebo” (14/03/24). Nele, há uma mensagem explicando que o marido estava em viagem e que ela iria mostrar como se prepara para recebê-lo. Embalada pela música “So this is love”, de Mike Douglas, tema de Cinderela, da Disney, aparecem imagens em sequência de Luiza Maciel tomando banho e lavando os cabelos, pintando as unhas, se maquiando e colocando um vestido verde longo com mangas bufantes e acessórios dourados. Na sequência, ela arruma a mesa com vaso de flores, prepara um lanche e coloca a refeição à mesa, em vasilhas e louças em formato de coração. Ela busca o marido de carro, ele volta dirigindo e abre a porta para ela descer, e os dois se sentam à mesa juntos. Ao longo do vídeo, nas legendas, temos frases como “Não vou perder o meu tempo refutando cada um desses comentários/ Mas preciso dizer o quanto sou grata por esse homem cuidar de mim dessa forma/E como sou abençoada por ser sua esposa” e, em seguida, reforça: “O amor de verdade precisa ganhar voz, ele precisa ser visto/ E eu tô aqui justamente para dar voz a esse sentimento/ E mostrar na prática que o amor é para todos e ele é real”. .

Com esse discurso verbal e imagético, mostra-se uma vida romanceada, traduzida tanto pelo cuidado familiar quanto pela estética corporal, orientada para recepcionar adequadamente o marido. Seria essa atitude a comprovação da satisfação com o casamento e a maneira de se alcançar um amor *real* – ainda que a referência musical seja o tema de Cinderela e Príncipe Encantado, na animação da Disney.

Em resposta mais direta às críticas, o perfil posta uma sequência de imagens do casal, em uma cabana rústica (anunciada sob a forma de publicidade anteriormente), e, em uma citação indireta do site “Vida Manual” (cujo foco é ensinar a produção de objetos feitos a mão), justifica-se a centralidade da decisão de se tornar dona de casa em tempo integral na sua vida. Ao som de “La vie en rose”, por Louis Armstrong, transcreve-se na tela:

Eu não preciso de um plano B. Me falam todos os dias que eu preciso de algo mais garantido/ que eu preciso de uma segurança caso o meu sonho não dê certo [...] Mas eu preciso questionar essas pessoas que me fazem essa pergunta: por que gastar dinheiro, tempo e energia construindo uma vida reserva?/ Você deve investir seu tempo, energia e dinheiro em materializar seu plano A./ Não é sobre queimar pontes e agir no impulso, mas sobre seguir o seu propósito com sabedoria/ Vem acompanhar nosso dia a dia. (10/03/2024).

Assim como a música procura mostrar um ideal de realização amorosa, a composição imagética associa a felicidade conjugal ao comportamento pessoal de Luiza Maciel, cuja escolha, mais do que uma decisão prática sobre a gestão de um modo de vida, seria a materialização de um sonho. Assim, vão se associando idealizações em torno da experiência narrada, que é recorrentemente retratada como harmônica e romanceada. “Trabalhar fora de casa” é um desgaste desnecessário, um dispêndio de energia infrutífero que, inclusive, questiona a própria realização do sonho. O sonho teria se tornado realidade e, por isso, não pode ser perturbado. Isso aciona uma ética da dádiva religiosa: a gratidão necessária diante do agraciamento divino é fundamental para a manutenção da bênção e tal gratidão se manifesta não somente no agradecimento, mas na retidão do comportamento: é o rigor das ações – a da virtuosidade – que permite que o agraciamento continue. Esse ciclo, que se oferece infinito, não pode ser desorganizado pelo mundo do trabalho. Agradece-se e mantém-se o estado de graça pela reafirmação do presente.

A relevância da virtuosidade, da dedicação a Deus e do agir em acordo com esses preceitos (que vão viabilizar e manter o agraciamento) aparece no reforço, diante das dúvidas e questionamentos dos públicos, do trabalho moral de ser a “mulher virtuosa”, prescrita em “provérbios 31”. Isso é reforçado desde a hashtag marcada até à discursividade em defesa dessa moralidade. Diante da dúvida de uma comentadora sobre quem seria o apoio da mulher uma vez que ela deveria ser o suporte familiar, Luiza Maciel responde, encarando a câmera e imprimindo mais proximidade com seus públicos, um discurso religioso de defesa da busca de Deus como suporte e do marido como extensão desse suporte divino na relação (colocando-o num status, mais uma vez, superior na relação):

[...] quando tu baixa a tua cabeça/ coloca o teu joelho no chão e ora/ pedindo para que o Senhor abra os teus olhos / e te mostre o teu caminho/ Ele responde/ e Ele te guia [...] busca o teu porto segundo em Deus/ o teu marido é sim uma extensão desse apoio/ ele deve sim te proteger/ sustentar/ mas o teu espírito precisa tá preenchido de muita luz/ quando Deus é a tua fonte de segurança/ todas as outras partes da tua vida/ maternidade/ casamento/ relacionamentos/ fluem de uma maneira muito mais tranquila/ muito mais plena (21/09/2024)

Outra postagem relevante neste recorte é aquela realizada após a entrevista concedida à revista *Veja*. Considerando que o enfoque da entrevista foi ofensivo ao seu estilo de vida, o perfil traz uma gravação de Luiza Maciel encarando a câmera e contextualizando seu público sobre o conteúdo da matéria. Ao longo da fala, são inscritos alguns prints da mesma, destacados trechos e, com legendas transcritas da fala, defende-se o modo de vida considerado tradicional (FIG. 3).



FIGURA 3 – Luiza Maciel em discurso de resposta à reportagem do site da *Veja*.

FONTE - Print do perfil no Instagram @luiizamaciell, 17/08/2024.

Ela defende sua escolha sob três argumentos centrais: (1) seria uma decisão pessoal, logo não caberia escrutínio público (“foi uma escolha pessoal e totalmente consciente baseada nos valores que eu considero fundamentais para mim e para minha família”); (2) como ela é “líder no próprio espaço” e teve liberdade de escolha, isso não poderia ser visto como retrocesso (“Ser uma mulher que se dedica ao lar significa ser líder dentro do meu próprio espaço cuidando e apoiando aquelas pessoas que eu amo que é a minha família”); (3) ela não julga, nem critica outras mulheres com escolhas diferentes (“eu acredito que cada uma de nós tem o direito de seguir o caminho [...] afinal de contas a teoria do feminismo não é justamente

ter a liberdade de escolha, respeitar todas as decisões femininas, sem diminuir nem desmerecer nenhuma delas?”).

A partir daí, Luiza Maciel é taxativa: as críticas resultam de “um discurso carregado de ódio contra os homens, de ódio contra a família, de ódio contra os relacionamentos”. Os argumentos traçados no post reverberam a cisão entre o público e o privado, como se a vida privada não fosse tensionada por questões estruturais da sociedade como as violências, constrangimentos e pressões sociais que envolvem a vida das mulheres (BIROLI, 2018). Além disso, a defesa da individualidade da decisão envolve despolitização sobre como as subjetividades são afetadas por lógicas sociais.

Já o manejo da noção de feminismo oscila entre dois polos: por um lado, busca-se abrigo nele, limitando-o a um movimento que garantiria às mulheres o direito de escolherem por si, apagando as conquistas políticas e históricas do movimento feminista; por outro, tenta-se descredibilizá-lo, associando-se a falas comuns de ataque ao feminismo e às feministas: suas posições derivariam de ódio aos homens, à família e do descrédito no amor. A crítica ácida a quem não compartilha seu modo de vida aponta para uma percepção recorrente nos espaços de defesa aguerrida dos valores tradicionais: os críticos são desagregadores do social, visam a atacar a família, perturbar essa unidade social que emanaria tanto da graça divina quanto da convencionalidade retumbante dos papeis de gênero.

4. Apontamentos Finais

A proposta deste artigo foi analisar como Luiza Maciel aciona o *capital de visibilidade* para se projetar na cena pública a partir da difusão de valores tradicionais e se posicionar como uma *tradwife*. Para tanto, discutimos o valor da visibilidade na contemporaneidade e o modo como é disputada por diferentes pessoas, configurando distintos processos de celebração. Além disso, apresentamos o fenômeno das *tradwives* e sua inserção no contexto brasileiro. A partir dessa contextualização, analisamos o perfil no Instagram de Luiza Maciel, por uma abordagem pragmatista, enfocando como ela constrói sentidos sobre sua atuação como *tradwife*. A análise foi organizada a partir de três tipos de postagens (descritivas, prescritivas, defensivas) e, a partir dela, buscamos sintetizar os valores que sobressaem no perfil dessa criadora de conteúdo online e como seu posicionamento como uma *tradwife* pode ser lido no contexto contemporâneo.

A análise das postagens evidenciou um grande esforço não só em construir uma imagem do cotidiano como feliz e harmônico, como em afirmar certa *realidade* da imagem. Apesar do inegável caráter encenado dos vídeos, as postagens procuram se mostrar como dotadas de autenticidade, fruto do relato pessoal, que engendra uma sensação de *verdade*, cuja comprovação é a realidade do amor vivido. Esse amor, afirmado e narrado pelas postagens, seria a confluência de formas largamente idealizadas de representação romântica (desde o amor romântico da cultura pop até o amor agraciado por Deus) que se realiza pela entrega incondicional ao sonho. Um sonho que estaria ao alcance de todas: basta ser uma esposa *tradicional*.

O modo de ser uma *esposa tradicional* mostra-se centrado em certa simplicidade – sem muitos luxos, consumo ou uma riqueza aparente – o que faz com que seja um modo de vida relativamente acessível, caso seja desejado ou resulte de um *chamado divino*. Para vivenciar isso, o perfil prescreve atitudes e gestos que viabilizaram a almejada *vida tradicional*, que derivam de uma dupla adesão: à performance convencional dos papéis de gênero e à vida virtuosa, orientada pela crença em um Deus capaz de conceder as condições para essa vida tradicional.

Misto de dependência, conservadorismo moral e agraciamento divino, a esposa tradicional se faz virtuosa pela fê em Deus, pela capacidade de *honrar* o marido (que, igualmente tradicional, deve ser *rocha* no seio do lar, tanto na sustentação material quanto no apoio aos valores *tradicionais*) e pela dedicação satisfeita ao trabalho doméstico e ao apuro estético. Assim, enquanto pares relacionais, é a performance de gênero de um em face do outro que sustenta a harmonia da vida feliz e da bênção divina (cujo molde é prescrito pela virtuosidade da mulher de “Provérbios 31”).

A harmonia e a felicidade familiar, no entanto, causam perturbação e incômodo ao redor. Haverá desconfianças e críticas ao casal, na realidade do amor, na felicidade doméstica. Aos críticos, há duas respostas: para quem questiona como viabilizar o sonho (porque o vê cheio de entraves), há o aconselhamento marital centrado no aspecto religioso e a recomendação da entrega a esse modo de vida sem *plano B*. Para quem vê retrocesso no seu discurso, há uma afirmação da modernidade da relação (que perpassa traços sutis, como o uso de videogames e referências à cultura pop) e da contemporaneidade deste modo de vida. Ou seja, não sendo um caso isolado (pois há mais mulheres optando pela chamada *vida*

tradicional), não se pode dizer que seria algo *do passado*, pois o testemunho dado no perfil confere a esse modo de vida sua contemporaneidade.

Negando a coexistência e a conflitividade entre essas chamadas “escolhas individuais” e elementos sociais mais amplos e estruturantes do cotidiano, o perfil procura desvencilhar-se dos riscos, das pressões sociais e das tensões que envolvem o centramento da mulher ao âmbito doméstico e a sua retirada do mercado de trabalho – embora ele seja também uma forma de monetização e comoditização da vida privada (DRIESENS, 2014; ABIDIN, 2021). Com isso, nega-se que haja ali grande idealização da maternidade e do casamento, fabricando uma imagem acrítica sobre o cotidiano doméstico; procura-se dismantelar as sucessivas denúncias dos riscos que as mulheres dependentes economicamente dos seus parceiros passam a estar sujeitas, como a violência doméstica e patrimonial; culpabiliza-se a mulher que não alcança esse grau fetichizado de felicidade e que pode questionar sua própria habilidade em performar o papel tradicional, sem levar em conta a irreabilidade da representação imagética circulada nas redes sociais digitais; e, por fim, ao reforçar o caráter individual das escolhas, tenta-se apagar o caráter sociocultural que atravessa esse posicionamento pessoal.

Em um mundo marcado pelo fortalecimento do conservadorismo, cuja face política se manifesta no supremacismo branco e na expansão da extrema direita, o surgimento das *tradwives* nas redes digitais, no mundo e no Brasil, não pode ser visto como movimento espontâneo ou pessoal. Os valores que tais criadoras de conteúdo acionam na disputa pelo *capital de visibilidade* (HEINICH, 2021), além de colocar em xeque conquistas históricas dos movimentos feministas em relação aos papéis de gênero, podem colaborar na legitimação de ideais do extremismo de direita que ameaçam a democracia e podem gerar opacidade sobre outras opressões (como raça e classe). Se “o gênero é uma questão política aguda” (BIROLI, 2018, p. 9), é fundamental compreender o movimento *tradwife* no cerne das disputas políticas da contemporaneidade.

Referências

ABIDIN, C. Influenciadores digitais, celebridades da internet e “blogueirinhas”: uma entrevista com Crystal Abidin. Entrevista concedida a Isaaf Karhawi. Intercom – RBCC, São Paulo, v. 44, n. 1, p.289-301, jan./abr. 2021.

BIROLI, F. **Gênero e desigualdades**: limites da democracia no Brasil. São Paulo: Boitempo, 2018

- BRASILIENSE, D.; VAZ, P. (Org.) **Masculinidade, Política e Ressentimento**. São Paulo: Pimenta Cultural, 2024.
- CORRÊA, L. G. **Mães cuidam, pais brincam: normas, valores e papéis na publicidade de homenagem**. Belo Horizonte. Tese de doutorado. UFMG, 2011.
- DAVIS, A. **Mulheres, Raça e Classe**. São Paulo: Boitempo, 2016.
- DRIESSENS, O. A celebritização da sociedade e da cultura: entendendo a dinâmica estrutural da cultura da celebridade. **Ciberlegenda**, n. 31, 2014, p. 8-25.
- FRANÇA, V. Celebidades: identificação, idealização ou consumo? In: FRANÇA, V.R.V.; FREIRE FILHO, J.; LANA, L.; SIMÕES, P.G. (Orgs.) **Celebidades no século XXI: transformações no estatuto da fama**. Porto Alegre: Sulina, 2014. p. 15-36.
- FRANÇA, V.; FREIRE FILHO, J.; LANA, L.; SIMÕES, P.G. (Orgs.) **Celebidades no século XXI: transformações no estatuto da fama**. Porto Alegre: Sulina, 2014.
- FRANÇA, V.; SIMÕES, P.; PRADO, D. (Orgs.). **Celebidades no Século XXI: volume 2: diversos perfis, diferentes apelos**. Belo Horizonte, MG: PPGCOM, 2020.
- FRANÇA, V.; SIMÕES, P. Perfis, atuação e formas de inserção dos famosos. In: FRANÇA, V.; SIMÕES, P.; PRADO, D. (Orgs.). **Celebidades no Século XXI: v.2: diversos perfis, diferentes apelos**. Belo Horizonte: SeloPPGCOM, 2020. p. 31-58.
- GONZALEZ, L. **Por um feminismo afro-latino-americano**. Rio de Janeiro: Zahar, 2020.
- HEINICH, N. **Resumo De la visibilité [Da visibilidade]**. Blog do Labemus, 2021. Disponível em: <https://blogdolabemus.com/2021/05/05/resumo-de-de-lavisibilite-excellence-et-singularite-en-regime-mediatiq-ue-por-nathalie-heinich>. Acesso em: 4/2/2025.
- hooks, b. **Teoria Feminista: da margem ao centro**. São Paulo: Perspectiva, 2019.
- KAMRADT, J. O capital celebridade e sua aplicação em outros campos: a teoria de Bourdieu estendida e o caso Felipe Neto. **RBCP**, n. 36, 2021, p. 1-32.
- KARHAWI, I. Entre Algoritmos, Métricas de Engajamento e Plataformas Digitais: Influenciadores Digitais e Trabalho de Visibilidade. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, São Paulo, v.23, n.46 MAI/AGO. 2024.
- MARWICK, A. You may know me from YouTube: (Micro-)Celebrity in social media. In: MARSHALL, D.; REDMOND, S. (Orgs.). **A companion to celebrity**. New Dehli: Wiley-Blackwell. 2016. p. 333-350.
- MEDEIROS, F. F. **Celebidades no Instagram: intimidade e relação com fãs**. Belo Horizonte. Tese de doutorado. UFMG, 2020.
- MILLS, C. W. As celebridades. In: _____. **A elite do poder**. Rio de Janeiro: Zahar, 1982. p. 88-115.
- OLIVEIRA, P. P. **A construção social da masculinidade**. Belo Horizonte: Editora UFMG; Rio de Janeiro: IUPERJ, 2004.
- PRIMO, A.; MATOS, L.; MONTEIRO, M.C. **Dimensões para o estudo dos influenciadores digitais**. Salvador: EDUFBA, 2021.
- SENFT, T. **Camgirls: Celebrity and Community in the age of social networks**. New York: Peter Lang, 2008.
- TORRES, E. C. Economia e carisma da indústria cultural da celebridade. In: FRANÇA, V.R.V.; FREIRE FILHO, J.; LANA, L.; SIMÕES, P.G. **Celebidades no século XXI: transformações no estatuto da fama**. Porto Alegre: Sulina, 2014. p. 71-94.
- VILLODRES, M.L. “Marido sempre em primeiro lugar”, renasce na Internet a dona de casa submissa e abnegada. **El País**, 10/02/2020. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/smoda/2020-02-10/marido-sempre-em-primeiro-lugar-renasce-na-internet-a-dona-de-casa-submissa-e-abnegada.html>. Acesso em: 7/2/ 2025.