

***Tradwives e Clean Girls* como Instrumentos da Ideologia Conservadora**

Tradwives and Clean Girls as Instruments of Conservative Ideology

 <https://doi.org/10.67204/riel.v4i10.3148>

Recebido em 28/07/2026 • Aceito em 05/10/2026 • Publicado em 13/10/2026

Julia Dalbosco, M.A.¹, Denise Rosana da Silva Moraes, Ph.D.²

Resumo: Nos últimos anos, observa-se a crescente proliferação de discursos conservadores que circulam nos meios digitais e se infiltram nas práticas cotidianas, influenciando relações sociais e padrões de consumo. Esses discursos advogam por um retorno aos "valores tradicionais", que incluem visões ultrapassadas dos "papéis de gênero" e expressões padronizadas de feminilidade e masculinidade. Algumas análises sobre esse movimento atribuem essa mudança a uma crise econômica e política; entretanto, essas análises são insuficientes para analisar o fenômeno de maneira satisfatória. Neste trabalho, apresentamos o conceito de feminilidades párias, de Mimi Schippers, como ferramenta para analisar os recentes discursos conservadores que versam sobre o corpo feminino. Argumentamos que esses discursos surgem como uma resposta conservadora a avanços sociais e, a partir da análise de conteúdos produzidos por *tradwives* e *cleangirls*, descrevemos como essas produções estão alinhadas ao pensamento conservador e quais suas consequências para a sociedade. O artigo estrutura-se em três seções: a primeira oferece uma introdução sobre a temática; em seguida, discute-se o sistema binário de gênero e as feminilidades a partir de Schippers; e, por fim, oferecemos uma breve análise sobre o avanço conservador ao longo da história e como, na atualidade, esse avanço se alinha com a produção de conteúdo das *tradwives* e *cleangirls*.

Palavras-chave: Feminilidades Párias, Discursos Conservadores, Mídias Digitais *Tradwives*.

Abstract: In recent years, we have observed the growing proliferation of conservative discourses circulating in digital media and infiltrating everyday practices, influencing social relations and consumption patterns. These discourses advocate for a return to “traditional values”, which include outdated views of “gender roles” and standardized expressions of femininity and masculinity. Some analyses of this movement attribute this shift to an economic and political crisis; however, these analyses are insufficient to satisfactorily explain the phenomenon. In this paper, we present Mimi Schippers’ concept of pariah femininities as a tool for analysing recent conservative discourses concerning the female body. We argue that these discourses emerge as a conservative response to social advances and, drawing on the analysis of content produced by *tradwives* and *cleangirls*, we describe how these productions align with conservative thinking and what their consequences are for society. The article is structured in three sections: the first offers an introduction to the topic; the second discusses

¹ Discente, Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Foz do Iguaçu, PR, Brasil
Mestrado em Relações Internacionais, Universidade Federal da Integração Latino-Americana
 julia.dalbosco@unioeste.br  <https://orcid.org/0000-0002-0683-8432>

² Docente, Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Foz do Iguaçu, PR, Brasil
Doutorado em Educação, Universidade Estadual de Maringá
 denisepedagoga@gmail.com  <https://orcid.org/0000-0002-2991-0214>

the binary gender system and femininities based on Schippers; and finally, we offer a brief analysis of the historical advance of conservatism and how, today, this advance aligns with the content production of *tradwives* and *cleangirls*.

Keywords: Pariah Femininities, Conservative Discourses, Digital Media, Tradwives.

Introdução

As primeiras décadas dos anos 2000 apresentaram um cenário de avanços progressistas, por meio de movimentos como o *#MeToo* e o *body positivity* impulsionaram o debate sobre gênero para mídias e espaços populares, com isso, a produção e o consumo cultural foram influenciados por essas ideias. Até mesmo grandes marcas embarcaram na “onda progressista” do período, como a inclusão de modelos com corpos diversos nos desfiles da Victoria Secrets, propaganda televisivas da Gillette com referências à masculinidade tóxica, e publicidades com rostos e cabelos diversos de marcas de cosméticos como a Dove. Entretanto, esses avanços foram interceptados pela ascensão do conservadorismo na política nacional e internacional.

A eleição de Donald Trump em 2016 acelerou um processo internacional de ascensão conservadora nas diversas instâncias governamentais de numerosos Estados Nação, a até então considerada maior potência mundial sinalizava uma virada à direita. Essa virada à direita é entendida por muitos como uma resposta às crises políticas enfrentadas por governos alinhados à esquerda, resultantes de investigações sobre corrupção e crises econômicas muitas vezes relacionadas a políticas populistas que não contavam com um planejamento a longo prazo. Entretanto, os governos conservadores não permaneceram no poder por muito tempo, logo ao início da década de 2020 diversos países elegeram novamente governos alinhados à esquerda ou ao centro. Muitos governantes conservadores foram eleitos com promessas de renovação política e econômica, porém foram incapazes de entregar resultados satisfatórios nestas áreas; além disso, em muitos locais a atuação negacionista e individualista desses governos durante a pandemia de COVID-19 em 2020 foi decisiva para sua não reeleição.

Apesar da derrota de candidatos conservadores em eleições presidências a ideologia conservadora permaneceu em alta e recebeu ainda mais destaque, durante e após a pandemia de 2020. Neste contexto de crise econômica e de saúde pública, atreladas às

políticas de isolamento social cresce a popularidade, principalmente nas redes sociais, de conceitos e trends como a *tradwife*, *clean girl* e o estilo *old money*. Esses conceitos são definidos como conservadores pois são contrários aos avanços progressistas relacionados as políticas de gênero e do direito das mulheres; também as políticas públicas que lutam pela diminuição da disparidade econômica.

As *tradwives* pregam a dedicação exclusivas das mulheres à vida doméstica e sua inclinação “natural” para a maternidade; a estética *clean girl*, atrelada ao incentivo à magreza extrema, celebram o uso de tons neutros, cabelos presos, maquiagens neutras, tudo com o mínimo de expressão individual; o estilo *old money* busca replicar *looks* frequentemente ligados às elites, como as roupas de alfaiataria em tons neutros e tecidos nobres, em busca de se distanciar da estética de classes de menor poder econômico. Todas essas trends estão preocupadas especialmente com a padronização dos corpos femininos, daquilo que é considerado feminino; esses conceitos incentivam e se apoiam na retomada dos “valores tradicionais”: a submissão da mulher aos homens, sua reclusa à vida privada, e seu valor atrelado à expressão de uma feminilidade alinhada aos “tradicionais” papéis de gênero.

Esses discursos se espalham através de meios de comunicação eletrônicos e eventualmente se instalam nas conversas de salas de aula, dos bares e nos almoços em família; estão presentes nos relacionamentos, na moda, nas escolhas religiosas, no consumo de bens materiais, no estilo musical em alta, nas leituras etc. É insuficiente compreender a ascensão e distribuição desses discursos apenas como resultado da crise econômica e social resultante da pandemia de 2020, e acreditar que sua proliferação ocorre apenas de forma orgânica. O avanço de ideologias conservadoras é uma luta por dominação e hegemonia, pela manutenção de um “*status quo*” que se vê ameaçado por avanços progressistas, e no centro desta disputa está o corpo das mulheres.

A hegemonia expressa por Gramsci tem relação com a capacidade de um grupo social, geralmente a classe dominante, de fazer com que seus valores, ideias, crenças e formas de interpretar a realidade sejam aceitos como naturais, universais e legítimos por toda a sociedade, inclusive pelas classes subordinadas. “A supremacia de um grupo social manifesta-se de duas maneiras: como domínio e como direção intelectual e moral” (Gramsci, 2002 p. 62). Para ele, uma classe social não mantém seu poder apenas pela força ou pela coerção do Estado, mas, sobretudo, pela capacidade de conquistar o consentimento

da sociedade. Esse consentimento é construído por meio da cultura, da educação, da religião, da mídia, da linguagem e de outras instituições sociais. Exatamente o cenário que se desnuda tanto nacional como internacionalmente.

O Ser Feminino, a Mulher Feminina

A definição daquilo que é masculino ou feminino está na realidade pouco atrelada ao sexo, para Judith Butler o termo sexo é utilizado como uma concepção jurídica para regular os corpos, o sexo é uma categoria generificada. O gênero designa o aparato de produção pelo qual os sexos são estabelecidos, é um meio discursivo e cultural pelo qual o “sexo natural” é produzido e estabelecido como “pré-cursivo”, anterior à cultura (Butler, 1990, p. 11, tradução nossa); é aplicado aos corpos como uma “marca” de diferença biológica, linguística e cultural.

O debate sobre gênero é especialmente importante, pois como afirma Butler, as pessoas se tornam inteligíveis ao serem generificadas conforme padrões reconhecíveis de inteligibilidade de gênero (Butler, 1990, p. 22, tradução nossa)”. Para que esses gêneros sejam inteligíveis, eles instituem e mantêm relações de coerência e continuidade entre sexo, gênero, prática sexual e desejo (Butler, 1990). Entretanto nem todas as identidades de gênero se alinham as normas de inteligibilidade cultural desejadas. O que é inteligível relativo ao masculino e feminino é resultante de observações diretas e indiretas, através do compartilhamento social e de representações culturais, que definem os estereótipos de gênero de cada cultura (Eagly et al, 2020).

A construção de um sistema binário de gênero que espera por uma identidade comum, padronizada e inteligível aos gêneros masculino/feminino, busca garantir o domínio da atual economia falocêntrica: o domínio daquilo que é masculino sobre o feminino, do homem sobre a mulher. Toda expressão de gênero que não está alinhada com os padrões delimitados neste sistema binário tende a ser rechaçada, pois ameaça esse domínio.

Neste sistema binário as definições de masculino e feminino são construídas de maneiras opostas, onde o masculino se refere “ao que os homens e meninos fazem”, e o feminino “o Outro disso” (Paechter, 2006). Essas distinções e oposição não são construídas

por acaso, elas permitem que mulheres e homens se percebam de maneira diferente, consequentemente não almejando a mesma posição na estrutura social.

Connell (1987; 1995) é uma das autoras mais influentes para pensar os conceitos de masculinidade e feminilidade e suas relações de poder no contexto social. A autora destaca a operação do poder na regulação das fronteiras simbólicas que delimitam o masculino e feminino utilizando o termo “masculinidade hegemônica”, ela o define como “a configuração da prática de gênero que incorpora o problema atualmente aceito da legitimidade do patriarcado, que garante a (ou é considerado como o garantidor da) posição dominante dos homens e a subordinação das mulheres (Connell, 1995, p. 77, tradução nossa)”. Em outras palavras, a masculinidade hegemônica é o que os homens de grupos dominantes fazem; em um contexto global, as atitudes dos homens brancos, da elite e do Norte Global.

Connell não reconhece a existência de feminilidades hegemônicas, entretanto é possível encontrar uma dinâmica similar ao conceito relativa à feminilidade. Entretanto, elas não são equivalentes, a masculinidade hegemônica é uma superestrutura de dominação, enquanto as feminilidades hegemônicas estão restringidas à relações de poder entre mulheres. Ainda assim, tais estruturas estão interligadas, com a feminilidade hegemônica criada para servir à masculinidade hegemônica, da qual recebe legitimidade (Pyke & Johnson, 2003).

Mimi Schippers (2007), nos oferece uma maneira alternativa para pensar as feminilidades. A autora relembra que, nas literaturas sobre masculinidades, a masculinidade hegemônica pode incluir força física, a capacidade de usar violência interpessoal diante de conflitos e autoridade. Essas características são responsáveis por garantir a dominação legítima dos homens sobre as mulheres apenas quando simbolicamente combinadas com uma qualidade complementar e inferior associada à feminilidade. A feminilidade inclui então vulnerabilidade física, incapacidade de usar a violência de forma eficaz e submissão. “A importância da feminilidade e masculinidade na hegemonia de gênero reside no fato de que elas estabelecem significados simbólicos para a relação entre mulheres e homens, fornecendo a justificativa legitimadora para relações sociais que asseguram a ascensão e o domínio dos homens” (Schippers, 2007, p. 91, tradução nossa).

A construção de masculinidades e feminilidades se dá através de “processos sociais contínuos e dinâmicos que incluem práticas cotidianas como fofoca, contação de história, sanções formais e informais, práticas e processos de maior alcance, como desenvolvimento e implementação de políticas, legislação, movimentos sociais, produção e proliferação da mídia, relações econômicas globais e assim por diante” (Schippers, 2007, p. 93, tradução nossa).

Schippers (2007), afirma que a conceitualização de masculinidade hegemônica também deve ser definida pela maneira como articula uma relação complementar e hierárquica com a feminilidade:

A masculinidade hegemônica consiste nas qualidades definidas como masculinas que estabelecem e legitimam uma relação hierárquica e complementar com a feminilidade e que, ao fazê-lo, garantem a posição dominante dos homens e a subordinação das mulheres. Dada a centralidade da relação entre masculinidade e feminilidade na nova definição, temos agora espaço conceitual para a feminilidade hegemônica. A feminilidade hegemônica consiste nas características definidas como femininas que estabelecem e legitimam uma relação hierárquica e complementar com a masculinidade hegemônica e que, ao fazê-lo, garantem a posição dominante dos homens e a subordinação das mulheres (Schippers, 2007, p. 94, tradução nossa).

Schippers argumenta que há uma feminilidade hegemônica e dominante sobre outras feminilidades, que serve aos interesses da estrutura de gênero e à dominação masculina. Características vistas como masculina devem permanecer inacessíveis às mulheres para não desestabilizarem o sistema binário e a dominação masculina. Outras configurações femininas que não as idealizadas anteriormente devem ser definidas como desviantes e estigmatizadas, deve haver sanções sociais rápidas e severas para mulheres que assumem ou representam uma masculinidade hegemônica. A feminilidade hegemônica é dominante sobre aquilo que a autora chama de *feminilidades párias*, e não subordinadas; párias porque elas são consideradas não tanto como inferiores, mas como contaminantes para as mulheres. A masculinidade hegemônica, deve tornar-se algo completamente diferente quando expressa por mulheres, para que as características mantenham seu lugar na masculinidade e sua expressão legítima unicamente nas mãos dos homens. A construção simbólica de *feminilidades párias* é uma característica central da hegemonia de gênero e central também para as sanções materiais impostas às mulheres que as incorporam (Schippers, 2007).

A difusão de conceitos e trends como *tradwives* e *clean girls* tem como objetivo ilustrar a feminilidade hegemônica que é desejada dentro do sistema patriarcal de dominação masculina; buscam retomar estereótipos anteriormente ultrapassados com avanços progressistas na questão de gênero e do direito das mulheres.

As *tradwives*, abreviação do termo *traditional wife* (esposa tradicional) buscam retomar uma realidade doméstica heteronormativa em que o homem é o provedor principal da casa e a mulher dedica seu tempo ao cuidado da casa, do marido e das crianças. Essa *trend* é contrária aos discursos que buscam reafirmar que há espaço para mulheres atuarem em alto nível no mercado de trabalho, na educação de nível superior e em outras áreas profissionais para além daquelas “profissões de cuidado” que sempre foram envisionadas para as mulheres. Uma parcela do conteúdo *tradwife*, principalmente os produzidos com um viés religioso, busca vender a maternidade como uma vocação natural da mulher, repetindo um discurso ainda muito atual de que a mulher é incompleta sem filhos, que a verdadeira felicidade está na maternidade, e que uma mulher que escolhe não ter filhos é egoísta e não tem valor na família e sociedade.

Arelado ao conteúdo *tradwife*, está a *trend* da estética *clean girl*; nem toda *clean girl* é uma *tradwife*, mas quase todas as *tradwives* são *clean girls*. A estética *clean girl* conta com vestimentas e decorações em tons neutros, especialmente tons de bege e marrom; os cabelos presos em um rabo de cavalo, ou coque, raramente apresentando alguma curvatura; cultua corpos magros, com foco no “estilo de vida saudável”, apresentando uma rotina de refeições de pequenas porções e bebidas como café, sucos e vitaminas; maquiagens incluem tons neutros que buscam representar uma “beleza natural”, a rotina de *skin care* e exercícios físicos também é extremamente valorizada dentro da estética. Essa *trend* ilustra a “mulher ideal” na concepção patriarcal, aquela que não chama atenção com suas roupas ou maquiagem; que está sempre naturalmente bonita e arrumada; é magra, pratica atividade física apenas para manter sua magreza e saúde, sua alimentação é sempre saudável, sem espaços para alimentos gordurosos ou ultraprocessados.

Mulheres que não apresentam as características pertinentes às *clean girls* e não se alinham às demandas das *tradwives* são desvalorizadas e rechaçadas, outras expressões do feminino que não as apresentadas anteriormente por estas *trends* são as feminilidades párias da atualidade. Aqui afirmo da atualidade pois as feminilidades hegemônicas e feminilidades párias não são estáticas, elas mudam no decorrer da história e em diferentes

culturas, é importante essa compreensão. Mulheres com roupas e maquiagens extravagantes, com tatuagens, e cabelos coloridos ou em cortes alternativos são vistas como má influência e irresponsáveis, em sua vida amorosa são mulheres “de uma noite”, que “não são para casar” o oposto das *tradwives*; uma mulher que não quer ter filhos é egoísta, não pode realmente expressar cuidado e preocupação genuína por outra pessoa; aquela que não se submete ideologicamente, financeiramente e muitas vezes fisicamente ao marido também não é mulher desejada, possui “energia masculina”, é esnobe, não é mulher de valor.

Retomando o que citei anteriormente atrelado aos escritos de Schippers, essas *trends* e conceitos não são produzidos e nem difundidos de maneira totalmente orgânica, há interessados na difusão destes conteúdos. Essa difusão não é “uma resposta das massas às incertezas e à crise econômica” como muitos argumentam nas redes sociais em análises rasas sobre estes conteúdos. Schippers afirma que as feminilidades hegemônicas servem aos interesses da estrutura de gênero e à dominação masculina, eu complemento que para além destes, estas feminilidades hegemônicas atuais servem também para manter um *status quo*, pertinente à outras questões como classe, raça e religião. A difusão destes conteúdos são sim uma resposta, mas uma resposta das elites e dos conservadores aos avanços progressistas realizados nas últimas décadas, a pandemia de COVID-19 em 2020 e sua subsequente crise econômica foram momentos oportunos que alavancaram esta resposta.

Vestígios do Avanço Conservador

Stuart Hall em seu livro *The Hard Road to Renewal* analisa a “virada à direita” que ocorre na Inglaterra com a ascensão de Margaret Thatcher ao poder. Hall descreve as diferentes fases dessa virada até chegar à conclusão: que no período “o sentimento popular mudou decisivamente contra a esquerda” (Hall, 1988; 2021, p. 37, tradução nossa); afirma também que a direita restabeleceu o monopólio das “boas ideias” naquele momento. Hall chama atenção para uma realidade daquele período, que também está presente na atualidade, a tendência política em direção ao “populismo autoritário”, uma forma excepcional do Estado capitalista, que distinto do fascismo clássico, mantém a maioria das instituições representativas formais e que ao mesmo tempo tem em torno de si um consenso

popular ativo; nesse modelo há um enfraquecimento das formas e iniciativas democráticas, mas não sua total suspensão.

Hall apoia-se no pensamento de Gramsci para pensar a virada à direita e a crise econômica e política do período. Gramsci entende o aspecto orgânico de uma crise como uma luta constante onde contradições estruturais incuráveis se revelam, e as forças políticas estão em conflito na busca de conservar e defender a estrutura existente; assim nasce o terreno da conjuntura, onde as forças de oposição se organizam (Gramsci, 1971).

Hall complementa:

O que define o “conjuntural” – o terreno imediato da luta – não são simplesmente as condições econômicas dadas, mas precisamente os esforços “incessantes e persistentes” que estão sendo feitos para defender e conservar o status quo. Se a crise é profunda – “orgânica” – esses esforços não podem ser meramente defensivos. Serão formativos: visando a um novo equilíbrio de forças [...] (Hall, 1988; 2021, p.43, tradução nossa).

Ou seja, o avanço do conservadorismo, de ideologias fascistas e de extrema-direita, precisa também ser compreendido em relação direta às formações políticas alternativas que buscam ocupar e dominar o mesmo espaço (Hall, 1988; 2021); esse avanço está engajado com a busca por hegemonia. Ao compreendermos que o atual avanço do conservadorismo é também uma luta por dominação e hegemonia, e que esses espaços hegemônicos - em um contexto amplo - são ocupados por homens brancos das elites, é possível compreender como uma das faces deste movimento está preocupado com a dominação sobre as mulheres.

Está claro o incentivo conservador na proliferação dos conteúdos das *tradwives* e *clean girls*; as ideias, os papéis de gênero e a maneira de se expressar socialmente são condizentes com aquelas propagadas em grupos conservadores, cristãos e alinhados à direita. Estes conteúdos são originalmente produzidos e divulgados por influenciadoras digitais que servem como agentes ideológicos. As contas mais expressivas deste tipo de conteúdo são de mulheres cristãs de alto poder financeiro que possuem não apenas os recursos financeiros para produzir tais conteúdos, mas também o tempo disponível para gravar, editar e postar constantemente nas redes sociais; isso reforça o distanciamento social existente entre quem consegue e quem almeja exercer esse papel, alcançar este ‘status’.

Para a maioria das mulheres, tornar-se uma *tradwife*, uma dona de casa nos velhos termos, significa abdicar de um salário para complementar a renda doméstica; abdicar de uma educação melhor para si mesma; tornar-se dependente financeiramente do marido e tornar a maternidade a sua principal dedicação. Assim, continuando não apenas a disparidade de poder econômico entre homens e mulheres, mas também entre classes sociais. Aquelas mulheres que ainda não estão em um relacionamento conjugal, podem se sentir pressionadas em aceitar condições nocivas para alcançar o ‘status’ de *tradwife*, com o objetivo de se encaixarem socialmente nas novas demandas conservadoras; na busca de tornarem-se exemplo, tornarem-se mulheres de valor.

A estética *clean girl* que delimita as expressões femininas e dita o visual e os hábitos desejados da feminilidade hegemônica acaba inevitavelmente associada ao consumo capitalista. As *trends* das mídias sociais notoriamente impulsionam a produção de bens materiais e culturais, produtos ligados às *trends* do momento possuem alta demanda e geram lucro, assim o mercado é inundado destes produtos e se cria um ciclo onde o produto comprado resultado de uma *trend*, se transforma em “ator” ativo para proliferação desta mesma *trend*. Dificulta-se então outras formas de expressões pessoal se não aquelas em alta durante certo momento histórico, é trabalhoso encontrar peças que não se encaixam no *aesthetic* do momento; custa caro comprar peças que são exclusivas ou feitas sob medida.

A criação de uma estética de *cleanliness* (limpeza) também impacta na percepção de pessoas que naturalmente não se encaixam no padrão desta estética. Uma pesquisa rápida nas redes sociais, e nos mecanismos de buscas com o termo *clean girl*, resulta em imagens de mulheres em sua maioria brancas, jovens, com cabelos claros, lisos e sem volume, maquiagem em tons de rosa ou com aspecto natural e vestindo tons de bege, marrom ou rosa claro. Mulheres com tons de pele mais escuros, cabelos volumosos e tatuagens, por exemplo, não se encaixam no padrão anteriormente descrito, conseqüentemente passam a ser vistas na sociedade como desarrumadas, “sujas”, não pertencentes. O crescente número de remoção de tatuagens no Brasil demonstra que há também um sentimento pessoal de não pertencimento quando sua aparência está distante da expectativa visual do momento. A conformidade, ou não, estética pode influenciar em diversas áreas; na vida profissional em entrevistas de emprego, na promoção de cargo no local de trabalho; na vida social além de um círculo de amigos, tendo em vista que muitas vezes a percepção inicial de

desconhecidos atrela aparência ao caráter; e também na vida amorosa e conjugal, pois como notei anteriormente a estética *clean girl* atrelada ao conceito de *tradwife* interfere na adequação de uma mulher para ser namorada, esposa, mulher de valor, para casar.

Assim, essas *trends* não apenas delimitam os espaços que as mulheres podem ocupar, mas também quais mulheres podem ocupar esses espaços. Deveriam então as mulheres abandonar o mercado de trabalho, a luta por reconhecimento e igualdade salarial; abandonar a participação no ensino superior e na pesquisa, e focar na realização pessoal através da maternidade e do cuidado doméstico. Deveriam almejar o sustento através de um homem provedor, e não sonhar com uma mobilidade de classe através das conquistas pessoais. Todos esses cenários se tornaram possíveis e realizáveis através de lutas sociais e políticas públicas relativas aos direitos das mulheres, e as questões de gênero. Essas *trends*, as *tradwives* e *clean girls* são uma resposta das elites conservadora que tem como objetivo não apenas preservar um *status quo*, mas regredir esses status e levar consigo as conquistas das mulheres nas últimas décadas.

Conclusão

Durante as primeiras décadas dos anos 2000 foram concretizados diversos avanços progressistas em relação às questões de gêneros e do direito das mulheres, entretanto em quase ao fim desse período estes avanços foram interceptados pela ascensão de governos conservadores que fomentaram a difusão do conservadorismo no cenário internacional. Os governos conservadores não tiveram longa vida no poder, muitos deles foram derrotados nas eleições seguintes à sua vitória, entretanto o pensamento conservador ganhou espaço e força para além daquele período. A pandemia de COVID de 2020, trouxe um cenário fértil para a difusão do pensamento conservador, pois o período resultou em uma grande crise social, de saúde, política e econômica.

As redes sociais tornaram-se um espaço seguro de compartilhamento dessas ideias conservadoras; elas se proliferam através de diferentes *trends* que superficialmente aparentam inofensivas, mas servem para regular os corpos das mulheres. *Trends* como as *tradwives* e *clean girls* buscam construir no imaginário social a aparência e o papel da mulher “ideal”. As *tradwives* retomam um discurso que delimita o espaço da mulher à vida privada, no cuidado do marido, das crianças e da casa, apoiadas em discursos cristãos

também defendem que a real vocação da mulher seria a maternidade, e que só há uma real felicidade para as mulheres se forem mães e esposas em um relacionamento hetero normativo. As *clean girls* definem esteticamente quais mulheres são aceitas e valorizadas na sociedade, ditam quais roupas, penteados e maquiagem estão em alta, qual esporte e que tipo de alimentação se deve ter, quais hábitos cultivar, tudo com o objetivo de passar a mensagem da mulher ideal, modesta, pura, dócil e invisibilizada, delimitada ao seu espaço na vida privada.

Mimi Schippers escreve sobre a construção de uma mulher ideal através de diferentes processos sociais, como a produção e proliferação das mídias, interações interpessoais como fofocas e contação de história, diferentes legislações, movimentos sociais etc. As características da mulher ideal, aquela que é desejada em termos sociais, forma aquilo que Schippers chama de femilidades hegemônicas, as feminilidades hegemônicas expressam dominação sobre aquilo que Schippers chama de *feminilidades párias*. As *feminilidades párias* são expressões femininas que não se encaixam na feminilidade hegemônica, são chamadas de párias porque mais do que subordinadas às feminilidades hegemônicas elas são rechaçadas socialmente, vistas como contaminantes à outras mulheres. A construção simbólica de *feminilidades párias* é uma característica central da hegemonia de gênero, tendo em vista que as feminilidades hegemônicas servem à estrutura patriarcal da sociedade, trabalham à serviço da manutenção do domínio da atual economia falocêntrica, do masculino sobre o feminino, do homem sobre a mulher.

Os conceitos de feminilidades hegemônicas e feminilidades párias de Schippers atrelados ao contexto histórico de avanços progressistas e a ascensão do pensamento conservador nas primeiras décadas dos anos 2000 chama atenção para o que parece ser uma proliferação artificial dessas *trends*. Stuart Hall nos ajuda a reconhecer o verdadeiro incentivo por trás dessas *trends*. Ao pensar a virada à direita que ocorre na Inglaterra durante a eleição de Margaret Thatcher, Hall afirma que há uma constante disputa entre duas forças opostas durante uma crise econômica e política, entretanto dependendo da sua duração e “profundidade” esses esforços de disputa não são apenas defensivos, eles serão formativos buscando um novo equilíbrio de forças.

A partir do pensamento de Hall, dos conceitos de Schippers, e do histórico de avanço conservador nas últimas décadas compreendo que é necessário compreender a proliferação dessas *trends* como uma estratégia de forças conservadoras religiosas e da elite, na busca de

retroceder avanços progressistas, especialmente aqueles relativos ao corpo das mulheres. É necessário reconhecer o avanço do conservadorismo, de ideologias fascistas e de extrema-direita, como resposta direta às formações políticas alternativas que lutam para ocupar e dominar o mesmo espaço.

Há ainda mais para ser explorado e estudado neste avanço conservador se compreendermos que esse é um avanço organizado, que há estratégias em desenvolvimento e em uso, e que a opinião popular não caminha para uma virada à direita de maneira orgânica. Há espaço para estudar os atores responsáveis por essa proliferação das ideias conservadoras e dessas *trends*, o papel das mídias sociais e das mídias tradicionais neste avanço; o caráter religioso e capitalista desta virada à direita e estratégias capazes de contrapor este avanço.

Referências

- Barclay, M. L., & Padilla, M. (2025, September 25). *Most men want a return to traditional gender roles, but women aren't so sure*. The 19th. <https://19thnews.org/2025/09/poll-traditional-family-gender-roles/>
- Beauvoir, S. (1956). *The second sex* (H. M. Parshley, Trans.). Jonathan Cape. (Original work published 1949).
- Butler, J. (1990). *Gender trouble: Feminism and the subversion of identity*. Routledge.
- Chang, N. (2025, January 6). *Country is back — is conservatism next?* Shado Magazine. <https://shado-mag.com/articles/opinion/country-is-back-is-conservatism-next/>
- Connell, R. W. (1987). *Gender and power: Society, the person and sexual politics*. Polity.
- Connell, R. W. (1995). *Masculinities*. Polity Press.
- Connell, R. W., & Messerschmidt, J. W. (2005). Hegemonic masculinity: Rethinking the concept. *Gender & Society*, 19(6), 829-859. <https://doi.org/10.1177/0891243205278639>
- Eagly, A. H., Nater, C., Miller, D. I., Kaufmann, M., & Sczesny, S. (2020). Gender stereotypes have changed: A cross-temporal meta-analysis of U.S. public opinion polls from 1946 to 2018. *American Psychologist*, 75(3), 301-315. <https://doi.org/10.1037/amp0000494>
- Gramsci, A. (1971). *Selections from the prison notebooks of Antonio Gramsci* (Q. Hoare & G. Nowell-Smith, Eds. & Trans.). International Publishers.
- Gramsci, A. (2002). *Cadernos do cárcere* (C. N. Coutinho, Trans.). Civilização Brasileira.
- Hall, S. (2021). *The hard road to renewal: Thatcherism and the crisis of the Left*. Verso. (Original work published 1988).
- Hill Collins, P. (1990). *Black feminist thought: Knowledge, consciousness, and the politics of empowerment*. HarperCollins.

- Irigaray, L. (1977). *This sex which is not one* (C. Porter & C. Burke, Trans.). Cornell University Press.
- Martinho, A. (2024, September 22). *Cabelo sem volume, pele 'natural' e muito bege e branco: Conheça a estética 'clean girl'*. Folha de S.Paulo. <https://f5.folha.uol.com.br/estilo/2024/09/cabelo-sem-volume-pele-natural-e-muito-bege-e-branco-conheca-a-estetica-clean-girl.shtml>
- Molina, C. (2024, December 3). *Geração Z e o retorno do conservadorismo entre os jovens*. Diário de Pernambuco. <https://www.diariodepernambuco.com.br/colunas/diariomulher/2024/12/geracao-z-e-o-retorno-do-conservadorismo-entre-os-jovens.html>
- Paechter, C. (2006). Masculine femininities/feminine masculinities: Power, identities and gender. *Gender & Educ.*, 18(3), 253-263. <https://doi.org/10.1080/09540250600667785>
- Prado, C. (2024, May 29). *'Tradwife': Quem são as mulheres que fazem sucesso mostrando rotina de dedicação exclusiva ao lar*. G1. <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>
- Pyle, K. D., & Johnson, D. L. (2003). Asian American women and racialized femininities: "Doing" gender across cultural worlds. *Gender & Society*, 17(1), 33-53. <https://doi.org/10.1177/0891243202238979>
- Risman, B. J. (2004). Gender as a social structure: Theory wrestling with activism. *Gender & Society*, 18(4), 429-450. <https://doi.org/10.1177/0891243204265349>
- Schippers, M. (2007). Recovering the feminine other: Masculinity, femininity, and gender hegemony. *Theory and Society*, 36(1), 85-102. <https://doi.org/10.1007/s11186-007-9022-4>
- Souza, C. (2023). *Rivalidade feminina: Entenda o que está por trás da competição entre mulheres*. Correio do Povo. <https://www.correiodopovo.com.br/bellamais/rivalidade-feminina-entenda-o-que>