

<http://doi.org/10.47369/eidea-25-2-4670>

Recebido em: 04/04/2025

Aprovado em: 15/07/2025



Ethos e mundos éticos

Uma análise de perfis de esposa tradicional e esposa troféu

Ellen Gomes da Silva

Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT), Brasil

Ana Carolina Nunes da Cunha Vilela-Ardenghi

Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT), Brasil

orcid.org/0000-0002-0269-2990

Resumo: Este artigo examina a construção do ethos de "esposa troféu" e "esposa tradicional" nas redes sociais, além da cena de enunciação de cada perfil. A partir da teoria de Maingueneau (2008a; 2008b; 2010; 2020), a análise detalha como esses éthé são formados e mantidos, explorando os elementos discursivos e visuais que sustentam cada identidade. As esposas troféu destacam uma rotina de autocuidado, luxo e dependência financeira do marido, enquanto as esposas tradicionais enfatizam a dedicação ao lar e à família. Ambas as práticas refletem uma reação semelhante ao descrito por Susan Faludi (2001) no fenômeno de backlash, em que a emancipação feminina é vista como prejudicial, resultando em sobrecarga e infelicidade. Essas mulheres, ao adotarem essas posições, inserem-se em mundos éticos que perpetuam a ideia de que a verdadeira realização feminina está na dependência e no papel doméstico, reforçando estereótipos de gênero e limitando a igualdade.

Palavras-chave: Ethos discursivo. Cenas de enunciação. Mundos éticos. Backlash.

Ethos y mundos éticos: un análisis de los perfiles de la esposa tradicional y la esposa trofeo

Resumen: Este artículo examina la construcción de los éthé «esposa trofeo» y «esposa tradicional» en las redes sociales, así como la escena de enunciación en cada caso. Basándose en la teoría de Maingueneau (2008a; 2008b; 2010; 2020), el análisis analiza cómo se construyen y mantienen estos éthé, explorando los elementos discursivos y visuales que sustentan cada identidad. Las esposas trofeo enfatizan una rutina de autocuidado, lujo y dependencia económica de su marido, mientras que las esposas tradicionales enfatizan la dedicación al hogar y a la familia. Ambas prácticas reflejan una reacción similar a la descrita por Susan Faludi (2001) en el fenómeno backlash, en el que la emancipación femenina se considera perjudicial, con el resultado de sobrecarga e infelicidad. Al adoptar estas posturas, estas mujeres se inscriben en mundos éticos que perpetúan la idea de que la verdadera realización femenina reside en la dependencia y en los roles domésticos, reforzando los estereotipos de género y limitando la igualdad.

Palabras clave: Ethos discursivo. Escenas de enunciación. Mundos éticos.

Ethos and ethical worlds: an analysis of tradwife and trophy wife profiles

Abstract: This article examines the construction of the "trophy wife" and "tradwife" ethos on social media, as well as the enunciation scene of each profile. Based on Maingueneau's theory (2008a; 2008b; 2010; 2020), the analysis details how these ethos are formed and maintained, exploring the discursive and visual elements that support each identity. Trophy wives highlight a routine of self-care, luxury and financial dependence on their husband, while traditional wives emphasize dedication to home and family. Both practices reflect a reaction similar to that described by Susan Faludi (2001) in the phenomenon of backlash, in which female emancipation is seen as harmful, resulting in overload and unhappiness. By adopting these positions, these women insert themselves into ethical worlds that perpetuate the idea that true female fulfillment lies in dependence and domestic roles, reinforcing gender stereotypes and limiting equality.

Keywords: Discursive ethos. Scenes of enunciation. Ethical worlds. Backlash.

Introdução

Nos anos finais da década de 1960, a internet surgiu como um marco na comunicação militar, possibilitando um contato mais seguro e resistente a ataques rivais entre bases militares norte americanas, instalações de pesquisa e o Estado. Nas décadas posteriores a nova ferramenta comunicacional passou a ser comercializada para a comunidade civil, conectando computadores ao redor do mundo e revolucionando a forma como informações e mensagens eram trocadas. Esse processo se intensificou com o desenvolvimento da web 2.0, no início dos anos 2000, caracterizada por uma maior conectividade e interação entre os usuários, possibilitando que as redes sociais se tornassem um ambiente dinâmico para o compartilhamento de conteúdos diversos e para a criação de novas formas de interação social (Paveau, 2021). Dentro desse cenário, as redes sociais emergiram como espaços onde milhões de usuários publicam aspectos de suas vidas pessoais e profissionais, promovendo a interação entre figuras públicas e seus seguidores de maneira mais direta e contínua.

Este artigo tem como foco a análise de discursos compartilhados na *web* social, ou *web* 2.0, publicados em redes sociais por dois grupos de mulheres que apresentam estilos de vida distintos: o primeiro grupo é composto por mulheres identificadas como esposas tradicionais, donas de casa e mães; o segundo grupo, por mulheres que se definem como esposas troféu, ou seja, que são “objeto” de exibição de seus parceiros, levando uma vida marcada por privilégios, lazer e autocuidado. Ambos os perfis utilizam predominantemente vídeos para compartilhar suas rotinas e interagir com seu público, mas há uma nítida distinção nos conteúdos que promovem: enquanto as esposas tradicionais exibem atividades relacionadas ao cuidado doméstico, criação de filhos e apoio ao marido, as esposas troféu se concentram em momentos de relaxamento, sessões de compras, eventos sociais e cuidados com a aparência física.

Apesar das diferenças de estilo de vida, ambas as categorias de esposas compartilham algo em comum: a valorização explícita de seus papéis atuais e, muitas vezes, uma crítica velada à fase anterior de suas vidas, em que teriam buscado uma maior autonomia ou se frustrado com as expectativas do feminismo contemporâneo. Esse fenômeno pode ser compreendido à luz do fenômeno de *backlash*, proposto por Susan Faludi (2001), que descreve uma reação contrária às conquistas feministas, nas

quais certas mulheres manifestam insatisfação com a emancipação feminina e, por consequência, (re)valorizam papéis tradicionais de gênero (Moreno e Molari, 2021).

A partir da Análise do Discurso de linha francesa, este artigo busca compreender como esses discursos compartilhados nas redes sociais refletem as tensões entre as expectativas sociais sobre as mulheres e as reações às conquistas feministas. Com base nos conceitos de *ethos* discursivo e cenas de enunciação (Maingueneau, 2008a e 2008b), o objetivo é investigar como essas representações digitais constroem identidades femininas específicas e respondem às pressões sociais em torno da autonomia pessoal em conformidade aos papéis de gênero tradicionais. A hipótese central deste trabalho é que os *ethé* de esposas tradicionais e troféu nas redes sociais constituem uma tentativa de reconfiguração da identidade feminina em resposta à percepção de um suposto excesso de independência promovido pelo feminismo, conforme descrito por Faludi (2001).

Além disso, a análise de tais discursos permite identificar os estereótipos que emergem dessas construções identitárias e explorar como essas representações reforçam ou desafiam as expectativas sociais tradicionais sobre o papel das mulheres. No caso das esposas tradicionais, o *ethos* construído gira em torno da dedicação ao lar e à família, enquanto as esposas troféu enfatizam a importância da aparência física e do estilo de vida confortável como elementos essenciais de suas identidades. Essas divergências entre os dois grupos oferecem um campo rico para a análise das complexas dinâmicas entre autonomia e submissão das mulheres e a valorização dos papéis tradicionais de gênero.

Este artigo está estruturado em quatro seções. Primeiramente, são apresentados os principais conceitos teóricos que embasam a análise, com ênfase no *ethos* discursivo e nas cenas de enunciação. Em seguida, discute-se a natureza dos perfis analisados, destacando as características das esposas tradicionais e troféu nas redes sociais. A terceira seção aprofunda a análise do *backlash* e como ele está ligado à insatisfação expressa por essas mulheres em relação às conquistas feministas. Por fim, conclui-se com uma reflexão sobre as implicações desses discursos para a construção da identidade de gênero na era digital e as tensões entre as expectativas sociais e as experiências individuais.

1 *Ethos* e cena de enunciação

O uso de contas de redes sociais como perfis públicos promotores de conteúdos oferece aos usuários uma série de vantagens e ferramentas para controlar a informação que compartilham. Criadores de conteúdo podem selecionar cuidadosamente os temas que desejam abordar e aqueles que preferem evitar. As plataformas de redes sociais disponibilizam uma variedade de recursos que permitem essa moderação, como filtros, configurações de privacidade e opções de bloqueio de comentários. Assim, o criador de conteúdo tem a capacidade de manter o foco em um discurso unilateral, ou escolhe momentos específicos para engajar em diálogos com seus seguidores.

Esse controle da interação e do conteúdo é especialmente importante para perfis como os de mulheres que apresentam o *ethos* de esposa tradicional, dona de casa e mãe, ou que se apresentam como esposa troféu e destacam uma vida voltada para o autocuidado e o luxo. Essas criadoras de conteúdo compreendem os tipos de publicações, opiniões e práticas que devem gerar mais engajamento de seus seguidores. Elas sabem que suas apreciadoras têm expectativas específicas e procuram atendê-las por meio do conteúdo que compartilham.

E é por meio deste aparente controle que elas não apenas mantêm a coerência de sua imagem online, mas também impulsionam o engajamento, garantindo que suas publicações gerem interações suficientes para justificar e fortalecer a presença digital. Porém, mesmo com todas essas possibilidades de controle, é preciso lembrar que “o *ethos* visado não é necessariamente o *ethos* produzido” (Maingueneau, 2008a, p. 61), podendo gerar, assim, “problemas de *ethos*”.

Trabalhando a noção de *ethos*, Maingueneau (2008b) faz uso de um trecho de texto de Declercq, no qual o *ethos* é apresentado como a soma de todos os signos elocutórios e oratórios, vestimentais e simbólicos pelos quais um orador constrói uma imagem de si mesmo destinada ao seu auditório.

Nesse sentido, o *ethos* abrange diversos elementos que vão além das palavras ditas. O tom de voz, a modulação da fala, a escolha de palavras e argumentos, os gestos, o olhar, a postura e mesmo os adornos que o orador usa contribuem para que o interlocutor identifique as características de um locutor que incorporou um dado discurso e se tornou uma representação dele. Esses elementos não estão explicitamente ditos no enunciado, mas são percebidos e interpretados pelo público, ajudando a construir a imagem do orador.

Dessa maneira, analisar esses aspectos nos perfis de esposas troféu e esposas tradicionais é essencial para a compreensão da construção de cada *ethos* feminino promovido pelas duas categorias de perfis online mencionadas. Ambas utilizam suas redes sociais para transmitir uma representação de si mesmas que parte de uma imagem coletiva e cristalizada sobre ser mulher e esposa, e essa concepção é construída através de múltiplos sinais, não apenas pelas palavras que escolhem (Amossy, 2022).

Considerando seu caráter discursivo, os *ethé* da esposa tradicional e da esposa troféu são construídos a partir das publicações desses sujeitos discursivos, estando intrinsecamente ligados ao processo interativo com seus seguidores. Segundo Maingueneau (1993, p. 45), o *ethos* é revelado “pelo próprio modo de se expressarem”, ou seja, constitui-se por sua maneira de dizer, não sendo uma imagem separada da dimensão propriamente verbal. Dessa forma, percebe-se a natureza híbrida (sociodiscursiva) do *ethos*, que deve ser entendido como um comportamento social avaliado e só pode ser apreendido no contexto de uma situação de comunicação histórica e socialmente determinada (Maingueneau, 2020).

Conforme discorre Ducrot (1987), o *ethos* não se refere a afirmações elogiosas que o orador pode fazer sobre si mesmo no conteúdo do seu discurso, pois tais afirmações podem, na verdade, chocar o auditório. Em vez disso, o *ethos* é formado, conforme aponta o autor, pela aparência que o orador confere através de elementos como a cadência e a entonação de sua fala, seja ela calorosa ou severa, e a escolha das palavras e dos argumentos (Ducrot, 1987).

Com base na proposta de Maingueneau (2008a) para o tratamento do *ethos* por meio de uma abordagem discursivo-enunciativa, é preciso compreendê-lo como emergindo de uma cena de enunciação determinada, que, por sua vez, é definida por de três outras cenas, a saber:

1. Cena englobante: esta integra o discurso em uma tipologia específica, como publicitário, administrativo, filosófico, entre outros. O caso do discurso político, por exemplo, insere-se na cena englobante do discurso político, caracterizado por sua função persuasiva, pelo uso de estratégias retóricas argumentativas e pelo apelo a valores coletivos;
2. Cena genérica: refere-se às normas que constituem um gênero ou subgênero do discurso, como sermões, editoriais, guias turísticos, etc.

Um artigo acadêmico, por exemplo, insere-se na cena genérica dos textos científicos, seguindo padrões específicos, como a organização em introdução, desenvolvimento e conclusão, a citação de fontes e o uso de uma linguagem objetiva e formal;

3. Cenografia: diferente das outras, a cenografia não é uma imposição do gênero, mas uma construção própria do texto. Na esfera do discurso político, um mesmo enunciador pode adotar diferentes cenografias conforme a situação comunicativa. Em um pronunciamento oficial à nação, por exemplo, um presidente pode construir uma cenografia solene e institucional, ao passo que, em um comício, pode recorrer a uma cenografia mais informal e próxima do público, caracterizada pelo uso de expressões coloquiais e por interações diretas com a audiência.

Segundo Maingueneau (2008a), a cenografia é a cena de fala que o discurso pressupõe para ser enunciado e que deve ser validada por meio de sua própria enunciação. Qualquer discurso, ao se desenvolver, busca instituir a situação de enunciação que o torna pertinente. A cenografia não é, assim, apenas um quadro ou ambiente preexistente e independente do discurso, mas algo que a enunciação constrói progressivamente como seu próprio dispositivo de fala.

Ao focalizar as criadoras de conteúdo que apresentam o *ethos* de esposa tradicional ou esposa troféu, nota-se que a validação de suas posições discursivas ocorre de forma gradual, por meio da própria maneira como elas se expressam. Ou seja, seu modo de dizer reforça e legitima, progressivamente, aquilo que afirmam. Enquanto as esposas troféu explicitam essa identidade em sua autoapresentação, as esposas tradicionais a constroem de maneira mais implícita, por meio das escolhas lexicais, dos gestos e das práticas cotidianas que compõem seu *ethos* nas redes sociais.

O *ethos* de cada uma não está apenas no conteúdo de suas palavras, mas também na maneira como se comunicam e nas ações que compartilham. Isso define implicitamente o que significa ser uma “verdadeira” esposa tradicional ou troféu, estabelecendo uma oposição clara entre as duas identidades.

A construção do *ethos* efetivo resulta da interação de dimensões distintas. A primeira dimensão é o *ethos* pré-discursivo, que se refere à imagem e à representação do locutor existente antes mesmo dele começar a falar. Isso inclui as percepções e

expectativas prévias que os seguidores têm dessas mulheres com base em seus papéis sociais (Maingueneau, 2008a, p. 71).

A segunda dimensão é o *ethos* discursivo, que pode ser subdividido em *ethos* mostrado e *ethos* dito. O *ethos* mostrado está ligado ao que o locutor exibe além do discurso, como a aparência, os gestos e as ações compartilhadas nas redes sociais. Já o *ethos* dito envolve a maneira como o enunciador evoca sua própria enunciação, seja de forma direta ou indireta, através das palavras e do conteúdo que publica (Maingueneau, 2008a, p. 71).

Devido à dificuldade de estabelecer uma distinção clara entre o *ethos* dito e o *ethos* mostrado, ambos são vistos como extremos de um *continuum*, sem uma fronteira nítida entre eles. E é por meio da interação dessas instâncias que se chega ao *ethos* efetivo, o qual é construído pelo destinatário, ou seja, pelos seguidores que interpretam e avaliam o discurso a partir dos indícios que são deixados na enunciação.

A partir da interlocução entre enunciador e co-enunciador, o *ethos* efetivo se alicerça nos mundos éticos, que consistem em conjuntos de valores, crenças e imaginários compartilhados culturalmente. Esses mundos éticos oferecem o substrato simbólico e sensível no qual o discurso se ancora, condicionando a construção e a interpretação da imagem de si. Eles operam como molduras estereotípicas que subsumem situações e comportamentos recorrentes, funcionando como base para o sentido produzido no encontro discursivo.

Assim, os mundos éticos influenciam tanto a forma como o enunciador projeta seu *ethos* quanto a maneira como esse *ethos* é percebido e avaliado pelo destinatário. Essa relação é dinâmica, pois os mundos éticos não apenas servem de referência estática, mas também são atualizados e reinterpretados a partir das condições de produção do discurso e das interações que ele promove. Desse modo, o *ethos* efetivo manifesta-se como uma síntese que resulta na negociação entre os valores e imaginários mobilizados pelo enunciador e as expectativas e leituras do co-enunciador, em um movimento contínuo de construção de sentidos.

Para demonstrar essa interação, Maingueneau (2008) propõe um esquema, representado abaixo, que ilustra como essas diferentes formas de *ethos* se combinam e influenciam a percepção do público:

Figura 1 – Esquematização do *ethos*

Fonte: Maingueneau (2008)

Assim, os interlocutores são necessariamente levados a construir uma representação do locutor, que este último tenta controlar, mais ou menos conscientemente e de maneira bastante variável (Maingueneau, 2010). A construção do *ethos* é um processo dinâmico e para perfis de esposas tradicionais e esposas troféu isso não se altera. Cada publicação, gesto e escolha de palavras abre as portas para mundos éticos específicos que suscitam a adesão dos(as) co-enunciadores(as).

Embora essas mulheres possam tentar guiar essa percepção de maneira consciente, utilizando estratégias discursivas e visuais para reforçar seu papel desejado, a interpretação final sempre dependerá da interação complexa de expectativas e projeções entre o *ethos* pré-discursivo e o *ethos* discursivo (dito e mostrado).

As expectativas e valores dos seguidores também desempenham um papel fundamental. Dessa forma, o estudo desses perfis em redes sociais revela não apenas como o *ethos* é cuidadosamente construído, mas também como ele é inevitavelmente sujeito à percepção e interpretação variável de seu público.

O *ethos* é então resultado da atribuição de um conjunto de traços característicos a cada determinado grupo de mulheres, separando-as em categorias distintas e lhes atribuindo estereótipos socialmente estabelecidos. Esse processo envolve a construção de imagens e identidades baseadas em expectativas sociais e culturais, que são perpetuadas e reforçadas por meio das práticas discursivas e das representações midiáticas. Em redes sociais como o *Instagram* e *Tiktok* – as quais serão observadas aqui —, essas representações se tornam especialmente visíveis, permitindo que as mulheres desempenhem e exibam suas identidades de forma pública e interativa.

As composições reiteradas a ponto de definir as linhas de força da conjuntura em que os enunciados emergem são chamadas por Maingueneau (2008b) de cenas

validadas. Essas cenas também se fundamentam nos mundos éticos e dizem respeito às condições de produção do discurso, designando, sobretudo, aspectos da ordem do sensível que integram o material inteligível de um texto (Salgado, 2020).

Para ilustrar essa construção de *ethos* e os estereótipos associados, apresentamos a seguir alguns casos exemplares publicados nas duas redes sociais. Em ambas há a possibilidade de seus usuários publicarem vídeos de curta duração, permitindo uma rápida comunicação visual e verbal com seus seguidores. Os exemplos selecionados representam perfis de mulheres que, em um primeiro momento, assumem posições associadas ao modelo de esposa tradicional e, posteriormente, ao de esposa troféu. Cada uma constrói e comunica uma apresentação de si, de forma deliberada ou não (Amossy, 2016).

2 Entre a tradição e a modernidade

2.1 O *ethos* de esposa tradicional

Tomemos os seguintes casos exemplares:

Primeiro, o vídeo¹ publicado no perfil de Carolina Pansera² no *Instagram*. Reproduziremos aqui o texto inserido no vídeo, de acordo com a edição feita:

Quando você é mulher e acha que uma carreira vai preencher sua vida mas...

Percebe que sua alma é moldada para cuidar dos seus

Descobre que o mundo empresarial é selvagem e o lar é suave

Não há limites para receber as almas de Deus pois você não depende de honras corporativas

Sabe que os homens têm muito mais facilidade para prover

Percebe que nada traz mais felicidade que administrar um lar cheio de vida

Se sabe insubstituível porque ali ninguém jamais será como você

Entende que a maior mudança no mundo começa no seio do lar

Me siga para resgatar as tradições comigo

E na legenda do vídeo, constam as seguintes informações:

Um estudo feito pela Universidade do Texas sugeriu que quanto mais alto o cargo que uma mulher ocupa numa empresa, maior sua chance de ficar depressiva.

¹ Disponível em: <https://encurtador.com.br/p6Z3M>. Acesso em: 11 jul. 2024.

² Disponível em: <https://www.instagram.com/carolinapansera/> Acesso em: 11 jul. 2024.

Quanto mais autoridade elas tinham de decidir pela empresa, mais ressentidas elas estavam, tanto em relação aos cargos mais baixos como aos homens que ocupavam a mesma posição.

Mas não precisamos de estudos científicos para comprovar isso, não é? A mulher tem inúmeras alterações de humor com o passar do mês, o que já a torna muito menos propensa a se sentir confortável com um ambiente que exige dela sempre o mesmo nível de entrega. Santa Edith Stein escreveu em seu livro “A Mulher” que nossa alma foi planejada para receber, acolher, fazer frutificar/crescer, educar, cuidar. Na prática, qualquer mulher se sentirá mais confortável servindo aos seus do que a uma corporação, fomos moldadas para isso.

No vídeo, cada sentença é colocada em destaque no centro enquanto ao fundo são reproduzidos registros de momentos em família. Nessas cenas o casal dança e as crianças brincam, a mulher lê para os filhos, faz a conserva de alimentos, carrega o filho mais novo em um suporte tipo “canguru”, a família passeia por uma praia deserta, a mãe nina o bebê, cozinha sopa, lê e limpa a cozinha com as filhas mais velhas, que ainda são crianças.

Por se tratar de uma conta em rede social na qual a usuária usa de sua imagem, o enunciador do discurso é claramente identificado como ela mesma, apesar de não usar sua voz. De acordo com o que acontece nos vídeos em segundo plano, as constatações apresentadas aconteceram na vida dela em um momento anterior, dado que ela apresenta a seus seguidores as situações fazendo parte de sua rotina diária atual.

O *ethos* se apresenta pelo que vem após a conjunção adversativa “mas”, contrastando com o ideal de uma mulher que acredita que a carreira pode preencher sua vida, como mostrado na primeira frase: “Quando você é mulher e acha que uma carreira vai preencher sua vida, mas...”. As descobertas, aceitações e entendimentos da criadora do perfil são compartilhados com outras mulheres que a seguem e se identificam com ela. Isso é facilitado pelo uso da segunda pessoa e da corrente popular nas redes sociais conhecida como “POV” (*point of view*).

Além disso, o uso de verbos no presente do indicativo sugere uma ação habitual, ou recorrente, que pode ocorrer a qualquer momento, conferindo à publicação um caráter atemporal. Essa característica permite que o conteúdo se mantenha relevante por um período prolongado, alcançando mulheres que, em diferentes momentos de suas vidas, possam retornar às mesmas visões da criadora do perfil, que adotou um papel mais tradicionalista em sua família.

Não se trata apenas de locutores, mas de corpos e personalidades delineados na cenografia digital, projetados de acordo com modos de comportamento que atendem às expectativas sociais e culturais das comunidades nas quais estão inseridas. Ao se movimentarem nos espaços domésticos ou em cenários que evocam uma vida familiar, elas encenam uma performance discursiva que transcende o verbal. A maneira como gesticulam, suas expressões e a forma como se apresentam visualmente evocam uma "voz fiadora", a qual valida e legitima o que está sendo enunciado. Essa postura confere aos interlocutores uma validação necessária para que os discursos sejam apresentados, aceitos e assimilados de forma eficaz. Dessa forma, as enunciatóricas consolidam sua incorporação e tornam possível que suas seguidoras se sintam aptas a incorporar o modo de comportamento alinhado com seus valores.

As representações veiculadas por meio dos vídeos reforçam essa construção, ao sugerirem que a realização pessoal das mulheres reside no papel de cuidadora da família e administradora do lar, em detrimento da busca pelo sucesso na carreira profissional. O discurso enfatiza o avanço e o valor do ambiente doméstico em contraste com a dureza e a competitividade do mundo empresarial. Dessa forma, as publicações convidam outras mulheres a seguirem esse exemplo e a aderirem ao mesmo mundo ético, promovendo o resgate de tradições familiares e fortalecendo um *ethos* que valoriza o papel tradicional da mulher na estrutura familiar.

Na legenda do vídeo, a enunciatória menciona um estudo realizado pela Universidade do Texas sobre o elevado número de mulheres diagnosticadas com depressão e que ocupam altos cargos em empresas e destaca a relação entre o poder decisório desses cargos e o mal-estar mental enfrentado pelas mulheres. Em seguida, argumenta que as mulheres são menos propensas a se sentirem confortáveis em cargos que exigem um nível constante de entrega devido às variações hormonais ao longo do mês. Dessa forma, sugere que a "natureza" do corpo feminino contribui para o desconforto no ambiente corporativo.

O estudo citado na legenda é relatado em uma matéria³ do jornal *O Globo*, datada de novembro de 2014. Nele, os pesquisadores analisaram respostas de 1.300 homens e 2.500 mulheres entrevistados entre 1993 e 2004. Os resultados indicaram que mulheres em posições de chefia apresentaram uma taxa de sintomas

³ Disponível em: <https://encurta.ae/DLxWv>. Acesso em: 15 jul. 2024.

depressivos 9% maior do que mulheres sem cargos de autoridade. As pesquisadoras responsáveis pelo estudo identificaram diversos fatores que contribuíam para o mal-estar mental dessas mulheres, incluindo tensão interpessoal, interações sociais negativas, estereótipos de gênero, preconceitos, isolamento social e resistência dos subordinados, colegas e superiores.

Com base nesses dados, a interpretação apresentada na legenda do vídeo revela-se, afinal, equivocada. A leitura do estudo feita pela usuária reflete a posição a partir da qual ela compreende os resultados – demonstrando que, como afirma Maingueneau (2005), um enunciador nunca consegue sair de seu próprio fechamento semântico —, sugerindo que a suposta infelicidade das mulheres em atividades que não seriam “naturais” para elas é um fator determinante. Essa visão é reforçada pelo argumento de que a alma feminina é moldada para cuidar da família quando menciona o livro "A Mulher", de Santa Edith Stein.

Pesquisas cincadas (ou com interpretações distorcidas) como esta apresentada na legenda do vídeo são comuns em contextos de *backlash*. Essas características, descritas por Faludi (2001), buscam reverter as conquistas feministas ao promover a ideia de que a emancipação feminina é uma causa de sofrimento das mulheres. De acordo com essa lógica, o “excesso de igualdade” seria o fator responsável pela infelicidade feminina, indicando que a liberdade e a autonomia resultaram em uma nova forma de opressão. A semântica desse tipo de discurso sugere que as mulheres, ao priorizarem a independência, abriram mão dos papéis tradicionais de esposa e mãe, consideradas, nesse contexto, como fontes primárias de realização e satisfação pessoal.

Essa linha de argumentação reforça a visão de que as conquistas feministas, ao invés de libertadoras, acabaram prejudicando as próprias mulheres, levando-as a uma existência vazia e desconectada do que seria sua “verdadeira” natureza. Esse discurso sugere que, ao buscarem maior controle sobre sua fertilidade e investirem em carreiras profissionais, as mulheres estariam comprometendo sua felicidade e bem-estar. Sob essa perspectiva, o feminismo não é visto como um movimento emancipatório, mas como um agente de alienação, afastando as mulheres de sua “maior aventura”: o cuidado com a família e o cumprimento dos papéis tradicionais de gênero.

Nesse sentido, no contexto do discurso da esposa tradicional, a interpretação apresentada no vídeo reforça a ideia de que certas atividades seriam mais específicas para as mulheres, baseadas em estereótipos de gênero e na concepção essencialista da "natureza feminina". Ao sugerir que a verdadeira realização da mulher está no cuidado da família e na administração do lar, a legenda assenta-se nas premissas da semântica desse posicionamento, refletindo as concepções da enunciativa sobre os papéis sociais atribuídos às mulheres.

Além disso, essa construção discursiva legitima a divisão tradicional de gênero, propagando a noção de que a inserção da mulher no ambiente corporativo leva à insatisfação e à frustração. Dados científicos são distorcidos para sustentar essa visão, alinhando-se ao *ethos* conservador que o vídeo busca construir. Assim, a mensagem reforça as características do *backlash*, reafirmando que o espaço doméstico seria o único local onde as mulheres poderiam alcançar sua verdadeira realização.

No segundo recorte, temos um *ethos* semelhante.

De igual maneira, o texto inserido no vídeo⁴ publicado no perfil de Laura Padilha⁵ no *Instagram* será reproduzido em sua integridade e sem alteração:

coisas que eu faço que as pessoas acham loucura
ser aberta a vida e ter tido 9 gestações em 9 anos de casamento
educar meus filhos baseada em virtudes e na fé católica
ter abandonado um concurso federal para empreender e ficar com meus filhos
Mudar do conforto da cidade para ir começar do zero no campo
ter os meus filhos no conforto da minha casa, auxiliada por enfermeiras obstetras
preparar nosso próprio alimento enquanto é mais fácil comprar pronto
Entregar a sabedoria da nossa família ao meu esposo
Se você também é louca como eu, senta aqui! Apresente-se nos comentários e vamos ser amigas!
E na legenda o chamado:
Vai, algoritmo! chame as minhas amigas pra cá!

Com um formato de vídeo semelhante ao anterior, as frases são destacadas enquanto cenas da vida familiar são exibidas ao fundo, mudando de acordo com o

⁴ Disponível em: <https://encurtador.com.br/rIBLN>. Acesso em: 11 jul. 2024.

⁵ Disponível em: <https://www.instagram.com/laurapadilhaparteira/>. Acesso em: 11 jul. 2024.

conteúdo de cada frase. Nessas cenas, a mulher cozinha, beija a filha caçula que ainda é um bebê, todos os membros da família posam para uma foto no aniversário conjunto de duas das crianças, as filhas mais velhas seguram a bebê no colo, uma das filhas pinta uma aquarela, o bebê é batizado, as crianças fazem atividades de *homeschooling*, a filha mais velha toca teclado, a mulher aparece usando pijama hospitalar de quando era enfermeira, realiza um ultrassom em uma gestante, indicando seu novo trabalho como parteira, as crianças brincam na área externa do sítio, a mulher tem um parto domiciliar e, por fim, são mostradas imagens de seu casamento.

O título do vídeo – “coisas que eu faço que as pessoas acham loucura” – expõe o tom do discurso, sugerindo que as escolhas da usuária são vistas como não convencionais pela sociedade. Essa introdução prepara o público para a série de afirmações que seguem, cada uma destacando um aspecto de sua vida que fugiria das expectativas sociais.

A frase final – “Se você também é louca como eu, senta aqui! Apresente-se nos comentários e vamos ser amigas!” – convida outras mulheres a se identificarem com suas escolhas, criando um senso de comunidade e apoio mútuo. E a legenda, “Vai, algoritmo! Chame as minhas amigas pra cá!”, sugere um desejo de ampliar essa rede de apoio, confiando nos mecanismos da plataforma para conectar pessoas com valores e experiências semelhantes.

Esse discurso constrói um *ethos* que reforça a identidade da enunciativa como uma mulher que valoriza profundamente a maternidade, a fé religiosa e a vida familiar. Ao compartilhar essas escolhas, ela cria um espaço de identificação e pertencimento para outras mulheres que partilham dos mesmos valores. O discurso destaca o contraste entre suas escolhas e as normas sociais predominantes, posicionando suas decisões como alternativas válidas e enriquecedoras. Ao fim e ao cabo, o vídeo e sua legenda servem para consolidar a visão de que a realização feminina pode ser encontrada na dedicação à família e na valorização das tradições, alinhando-se com um *ethos* de resistência ao modelo moderno de carreira e individualismo.

2.1.1 A enunciação no lar

Atentando-se ao lugar inscrito na cena de enunciação ao qual o coenunciador desses perfis é convocado, o *ethos* pré-discursivo das mulheres identificadas como esposas tradicionais é construído a partir das expectativas sociais e culturais que atribuem à mulher um papel central no ambiente doméstico e na família. Esse *ethos* é sustentado pela imagem prévia que os seguidores têm dessas criadoras de conteúdo, baseadas em suas publicações anteriores e, mais amplamente, no contexto cultural que valoriza a figura da mãe e esposa como pilar da família.

A visualidade desempenha um papel central na consolidação desse *ethos*. As ações e imagens veiculadas nos vídeos – tais como cenas que destacam o envolvimento direto na educação dos filhos, a preparação de alimentos, e a vida no campo – reforçam o estereótipo de dedicação ao lar e à família, apresentando um comportamento que projeta a mulher como cuidadora e administradora do ambiente doméstico. Esses elementos visuais são peças fundamentais na construção do *ethos* mostrado, que fornecem evidências empíricas do estilo de vida que uma criadora de conteúdo promove como ideal.

Além disso, o *ethos* é também recuperado por meio das falas e afirmações apresentadas nos vídeos. Expressões que destacam a realização feminina no cuidado da família, a oposição entre o ambiente doméstico e o mundo empresarial, além da defesa de uma vida baseada em tradições, muitas vezes ligadas aos princípios religiosos, como às virtudes católicas, são centrais para a construção de um discurso que legitima o papel tradicional da mulher. Referências a obras literárias, como os escritos de Santa Edith Stein, e estudos científicos também são frequentemente mobilizados para conferir maior legitimidade a esse discurso e demonstram uma certa filiação discursiva.

Como já dito, Maingueneau (2008) concebe a cenografia de um discurso como uma construção própria que precisa ser validada pelo ato de enunciação. No caso dos perfis de esposas tradicionais, essa cenografia também é instaurada por imagens que evocam o ambiente familiar, o cuidado com os filhos e a celebração de valores tradicionais. A validação dessa cenografia ocorre pela articulação entre o que é mostrado nos vídeos e o que é dito nos textos que acompanham essas imagens, consolidando a mensagem de que a realização feminina encontra-se na dedicação ao lar.

No entanto, para além da construção de um *ethos*, essas mulheres mobilizam os *mundos éticos*. A incorporação dos seguidores aos enunciados que elas proferem vai além de uma simples identificação com a figura da esposa tradicional. Esse processo implica uma inserção em um *mundo ético*, no qual o fiador do discurso é parte constitutiva e oferece acesso a esse universo de valores. Um *mundo ético* pode ser entendido como um conjunto de normas, comportamentos e valores culturais estereotipados que regulam as práticas discursivas em um determinado contexto. Nos vídeos das esposas tradicionais, esse *mundo ético* é ativado por meio da repetição de situações e cenários estereotípicos – como o ambiente doméstico, muitas vezes “rudimentar”, o cuidado com os filhos e a vida familiar – que representam um conjunto de valores que os seguidores são convidados a assimilar como desejáveis e legítimos.

A análise dos perfis revela que o *ethos* dessas mulheres é cuidadosamente controlado e moldado por elementos discursivos e visuais que reforçam uma visão tradicionalista da mulher. A ênfase na vida familiar, a valorização de uma moralidade doméstica e a oposição ao mundo corporativo são componentes centrais desta identidade discursiva. Além disso, a interação com os seguidores valida e reforça essa construção discursiva, na medida em que promove uma incorporação simbólica ao *mundo ético* que essas criadoras de conteúdo representam.

2.2 O *ethos* de esposa troféu

Os vídeos que retratam a rotina de uma esposa troféu apresentam características distintas das esposas tradicionais. Nessas produções, as mulheres mostram rotinas focadas em si mesmas e dividem as responsabilidades domésticas e o cuidado dos filhos com funcionários. Dessa forma, cria-se um padrão discursivo específico, conforme ilustrado no quadro a seguir.

Tabela 1 – Esposas troféu

Recorrências discursivas nos vídeos de esposas troféu		
Não pagar as despesas de casa e não trabalhar fora EX.:	Priorizar o cuidado com o corpo EX.:	Se autodenominar como esposa troféu EX.:
“Eu não sei mais o que é pagar uma conta há muito tempo.” (vídeo do perfil @bruna_testoni no Tik Tok) “A manhã de uma esposa troféu. Depois de anos acordando 6h da manhã e pegando dois ônibus pra poder ir trabalhar, eu finalmente consegui conquistar a minha rotina dos sonhos.” (vídeo do perfil @byaevelyn no Tik Tok) “Hoje eu vou te provar que uma esposa troféu tem muita coisa pra fazer, sim. Não trabalhar ocupa muito tempo. Graças a vitória do meu marido eu não preciso acordar com despertador” (vídeo do perfil @gabriella_jacintoo no Tik Tok)	“São 9h da manhã e eu vim aqui pegar a minha roupa de malhar. Eu vou descer lá embaixo agora e vou fazer o quê? Vou malhar!” (vídeo do perfil @bruna_testoni no Tik Tok) “Eu não acordei num dia bom, então não gravei nada de manhã. Mas eu falei: quer saber? Eu vou colocar uma roupa de academia e vou correr na esteira.” (vídeo do perfil @luizapanucci no Tik Tok) “Primeira coisa que eu faço [no dia] é me arrumar bem bonitinha pra ir pra academia.” (vídeo do perfil @iasmyntregina_ no Instagram) “14:00 eu esposa troféu com look academia indo tomar um cafezinho no Starbucks para depois ir na academia e ele indo trabalhar #venci.” (vídeo no perfil @jullydamata no Tik Tok)	“Esposa troféu bronze” (título do vídeo do perfil @bruna_testoni no Tik Tok) “Um dia comigo sendo namorada troféu” (tema do vídeo do perfil @davillacamelio no Tik Tok) “Eu tenho visto um pouco aqui no Tik Tok algumas pessoas romantizando ser esposa troféu. Eu sou uma esposa troféu – ‘troféu’ – e vim compartilhar minha experiência.” (vídeo no perfil @yasminsirino no Tik Tok) “Romantizando a vida de esposa troféu que muitas julgam na mesma proporção que gostariam de ter...” (vídeo do perfil @rafaellafrizen no Tik Tok)

Fonte: Quadro elaborado pelas autoras a partir da análise de vídeos.

Os vídeos mencionados, protagonizados pelas mulheres, apresentam cenas onde elas se sentam frente à câmera para conversar, se arrumam para sair, vestem roupas esportivas, usam produtos de cuidados com a pele, acordam tarde e exibem uma rotina com poucos compromissos. Além disso, mostram suas casas de estilo moderno, carros luxuosos e refeições preparadas por funcionários.

Ao apresentar sua rotina de esposa troféu, as enunciatóricas frequentemente se autoidentificam nessa posição, seja expressando nos vídeos de forma escrita (legendando e intitulando) ou verbal (presente na fala). Elas assumem o posto tornando essa concepção de *ethos* encarnada e assumindo tanto uma dimensão verbal quanto as determinações físicas e psíquicas de sua representação (Maingueneau, 2008). É, pois, uma das formas do *ethos* dito de que tratamos anteriormente.

O *ethos* da esposa troféu também é cuidadosamente construído e controlado, sendo apresentado ao interlocutor de maneira muitas vezes jocosa, com muitos vídeos marcados com a *hashtag* “#meme” nas legendas. As criadoras desses perfis assumem o papel de esposa troféu de forma performática, quase como se estivessem encarnando um personagem. Essa encenação, no entanto, vai além da simples ironia ou brincadeira, pois é a partir do lugar ocupado por esse personagem que se legitima a realidade que exibem em suas publicações.

Essa construção discursiva se torna possível porque o discurso pressupõe um lugar de enunciação associado a determinadas capacidades, competências e valores. Assim, ao ocupar esse lugar, as mulheres que assumem o *ethos* de esposa troféu aderem a essas características, de modo que o próprio ato de performar a identidade é o que é legítimo como pertencendo a esse mundo ético. Dessa forma, o discurso não representa apenas uma realidade, mas a constitui, permitindo que essas mulheres se afirmem como legítimas representantes desse *ethos*.

A construção desse *ethos* se dá a partir das expectativas sociais que giram em torno de uma esposa troféu: *status* de poder, estilo de vida luxuoso, privilégios e valorização da beleza física. Modelado por essas expectativas, o *ethos* pré-discursivo permite que essas mulheres exaltem em seus vídeos os aspectos de suas respectivas rotinas que mais se aproximam dessa representação de esposa entendida como símbolo de sucesso. Ao serem a corporalidade dessa representação e usarem as ferramentas das redes sociais, elas mantêm um discurso unilateral que atende às expectativas de seu público, solidificando a imagem de esposa troféu e assegurando a efetividade do *ethos*.

É a partir do *ethos* mostrado que elas conseguem definir uma representação visual e prática de como desejam ser percebidas. Nas postagens, a escolha de roupas de academia, a exibição de corpos esculpidos e a constante presença em ambientes

“fit” reforçam a imagem de mulheres que priorizam o autocuidado e a beleza. Esse *ethos* mostrado se alinha com a expectativa social de que a esposa troféu deve ser fisicamente atraente e dedicada a manter sua aparência.

Diferentemente das esposas tradicionais, ao aderirem à identificação de esposas troféu, essas mulheres não apenas adotam um rótulo, mas também expressam um papel de conquista e aspiração. A identidade de “esposa troféu” é apresentada como um ideal de sucesso, em que o luxo e o autocuidado são símbolos de *status*. Ao exibir esse estilo de vida, elas sugerem que esse papel social foi alcançado por méritos, e, dessa forma, tornam-se exemplos para suas seguidoras. Esse discurso, sustentado pela exibição de uma vida de privilégios, reforça a ideia de que o sucesso pessoal está intimamente ligado à adesão a padrões de beleza e conforto. E é importante ressaltar que a ideia de “sucesso” assumida aí é, precisamente, a de não precisar trabalhar e poder apenas curtir a vida.

Além disso, mesmo em vídeos silenciosos ou onde a fala não é o foco central, há uma “vocalidade” implícita nesses corpos digitais, na forma como as mulheres performam suas rotinas e valores. Essa vocalidade, ao imprimir um “tom” específico às suas interações, atesta a modernidade do *ethos* que elas buscam construir e legitimar, transformando-as em fiadoras da veracidade e da coerência de seus próprios mundos éticos. Assim, suas imagens e comportamentos servem como garantias simbólicas que visam à incorporação de seus seguidores, que aderem a esses discursos por meio de um modo de dizer manifestado tanto no corpo quanto na linguagem.

Quando as declarações feitas nas legendas ou falas são consistentes com as imagens e ações apresentadas, a percepção de “sucesso” alcançado é reforçada. Essa coerência entre discurso e prática transforma essas mulheres em fiadoras da veracidade de seus próprios mundos éticos, oferecendo garantias simbólicas que visam à incorporação de seus seguidores. Assim, seus modos de dizer, tanto corporais quanto verbais, tornam-se ferramentas de persuasão que atraem e engajam seus públicos.

2.2.1 A enunciação em casa

Conforme Maingueneau (2008), uma cena de enunciação integra os diferentes aspectos de um discurso, incluindo seu contexto, seus atores e suas situações

específicas. No que tange às esposas troféu, essa cena é meticulosamente construída para refletir um estilo de vida luxuoso e privilegiado. Essa construção é visível nos vídeos em que as criadoras de conteúdo apresentam suas rotinas, destacando elementos como casas modernas, carros de luxo e ausência de compromissos que não envolvem o autocuidado e o bem-estar.

Dentro dessa cena de enunciação, a cenografia define o ambiente discursivo e as interações que ocorrem dentro dele. Para essas mulheres, a topografia – um dos elementos da cenografia (Maingueneau, 2008a) – inclui os espaços domésticos bem decorados, os ambientes *fit* e locais de lazer exclusivos. Esses cenários não são apenas panos de fundo para suas atividades; eles são intencionalmente selecionados para desenvolver a representação de sucesso e *status* social que as criadoras desejam projetar. A cenografia é, portanto, uma construção de texto que deve ser validada pela própria enunciação, criando uma imagem coerente e aspiracional que dialoga diretamente com seus públicos.

Segundo Maingueneau (2010), a escolha da cenografia é sempre significativa e implica transformações sociais. Ao definir a cenografia, o locutor pode importar o quadro da enunciação, influenciando o sentido de sua própria ação semiótica, suas ações e a interação com o público. Nesse contexto, a escolha deliberada de cenários de luxo e bem-estar, em oposição às representações tradicionais da mulher na esfera doméstica, rompe com as expectativas ocasionais de gênero. Em vez de serem vistas realizando tarefas domésticas, essas mulheres são mostradas em contextos de lazer e autocuidado, subvertendo as expectativas tradicionais sobre o papel feminino no lar.

As esposas troféu constroem mundos éticos que vão além da exibição de um estilo de vida, constituindo conjuntos de valores e imaginários que, por meio de suas interações discursivas, convidam os seguidores a adotar uma visão específica de vida. Esses mundos éticos refletem as condições de produção discursiva, combinando aspectos sensíveis e inteligíveis do imaginário. Assim, o discurso não apenas descreve, mas constrói um universo que ultrapassa a esfera do argumento lógico (Salgado, 2020).

Ainda que esses mundos éticos envolvam elementos argumentativos, eles operam principalmente por uma construção textual que envolve o público de forma afetiva e sensorial. A organização dos vídeos – com elementos visuais, linguagem

corporal e tons de voz – confere às criadoras de conteúdo a posição de fiadoras desse universo idealizado. Esse arranjo textual não só transmite a mensagem, mas assegura uma voz de autoridade que valida o estilo de vida promovido como ideal (Salgado, 2020).

O mundo ético a que esses perfis dão acesso envolve um conjunto de valores e comportamentos aspiracionais compartilhados com seus seguidores. Esse mundo ético é composto por ideais de sucesso, autocuidado e poder aquisitivo, onde o luxo e a sofisticação tornam-se sinais de uma vida plenamente realizada. Ser “objeto de exibição” para os maridos (seus “troféus”) exige, portanto, que elas estejam sempre belas, em forma, disponíveis e, de alguma forma, testemunhando por sua própria existência, o sucesso profissional do companheiro. Ao apresentar essas mulheres como fiadoras de um estilo de vida exclusivo, o discurso não apenas convida os seguidores a admirarem essas figuras, mas também a se projetarem dentro desse universo idealizado. Esse processo de incorporação implica a adesão a um conjunto de comportamentos e valores que ultrapassam o consumo e a estética, tocando em noções mais profundas de realização pessoal e sucesso social.

Paralelamente, referindo-se às normas e expectativas associadas ao gênero discursivo em questão, a cena genérica inclui vídeos de rotina diária, tutoriais de beleza, sessões de compras e outros conteúdos que enfatizam o luxo e o autocuidado. Essas normas são internalizadas pelas enunciatóricas, que são utilizadas para integrar suas publicações com o que é esperado por seus seguidores.

Em suma, as esposas troféu constroem e comunicam suas identidades nas redes sociais utilizando uma combinação de elementos visuais, contextuais e discursivos para criar uma imagem consistente e atrativa que ressoa com as expectativas e aspirações de seus públicos. A escolha deliberada da cenografia, ao privilegiar o autocuidado e o luxo em detrimento das tarefas domésticas, não apenas molda a percepção de seus seguidores, mas também reflete e promove transformações sociais nas representações de gênero.

3 *Ethé de esposas e o refluxo antifeminista*

Susan Faludi (2001) apresenta discursos reacionários à emancipação feminina ocorridos e disseminados na mídia nas últimas décadas do século XX para explicar o *backlash*. Sendo um contra-ataque à luta das mulheres por igualdade, ele resulta da

concepção de que as mulheres já alcançaram muitas conquistas e estão sofrendo as consequências de um “excesso de igualdade”, sendo tão livres e infelizes como nunca antes.

Inicialmente, a oposição às conquistas decorrente do movimento feminista partiu de religiosos, intelectuais e especialistas médicos, que alertavam as mulheres sobre a incompatibilidade feminina entre o domínio profissional e o familiar. Eles argumentavam que essa tentativa de conciliação resultaria na perda de feminilidade, esgotamento nervoso, doenças mentais e físicas, epidemias de infertilidade, crises familiares, aumento no número de divórcios, diminuição no número de casamentos, infelicidade feminina e solidão (Fonseca, 2018).

Essa perspectiva reacionária encontra eco nos *ethé* de “esposa troféu” e “esposa tradicional”, denotando uma continuidade na motivação inicial que gerou a reação negativa à independência feminina. Ambas as práticas retiram as mulheres de trabalhos externos e as colocam em um papel dependente do marido. As esposas troféu mostram uma rotina marcada pelo autocuidado, valorização da beleza e uma vida de luxo, sustentada pela dependência financeira do cônjuge. Por outro lado, as esposas tradicionais enfatizam a dedicação integral ao lar e à família, moldando seu dia a dia em torno das responsabilidades domésticas e do cuidado dos filhos.

Essas práticas refletem a visão de que a conciliação entre o domínio profissional e o familiar não é apenas desafiadora, mas também prejudicial para as mulheres; ideia fortemente defendida pelos detratores do movimento feminista, conforme descrito por Faludi (2001).

Ao incorporarem o *ethos* de esposas troféu ou esposas tradicionais, essas mulheres não apenas rejeitam a ideia de independência profissional, mas também validam a crítica de que a busca por igualdade resulta em sobrecarga e infelicidade. Em seus discursos, essas mulheres raramente mencionam infelicidade com suas vidas anteriores de independência ou trabalho fora de casa. Em vez disso, focam na sobrecarga que experienciavam, ressaltando um sentimento de realização e felicidade com a vida atual.

Para as esposas troféu, a abordagem apresentada é de conquista e aspiração, na qual a dependência financeira do marido é vista como uma vitória pessoal, permitindo-lhes desfrutar de um estilo de vida luxuoso e focado no autocuidado. As esposas tradicionais, por sua vez, encontram realização na dedicação ao lar, vendo

sua função como essencial para o bem-estar da família. Em ambos os casos, a representação de suas vidas atuais como mais satisfatórias e menos estressantes do que a vida de uma mulher profissionalmente independente reforça a ideia de que o verdadeiro lugar da mulher é no âmbito doméstico, sustentada pelo apoio financeiro e emocional do marido.

Esses discursos, portanto, perpetuam a visão reacionária de que a independência feminina não só é desnecessária, como também prejudicial. Ao glorificar a dependência do marido e o papel doméstico, tanto as esposas troféu quanto as esposas tradicionais ajudam a reforçar estereótipos de gênero que limitam as possibilidades de igualdade verdadeira e a sustentar uma estrutura social que privilegia a dependência feminina e a centralidade do homem como provedor.

Considerações finais

A partir de uma amostra representativa de vídeos de esposa tradicionais e discursos comuns a esposas troféu, analisamos a construção de cada *ethos* nas redes sociais, utilizando a Análise do Discurso de linha francesa como referencial teórico. A partir das leituras de Maingueneau (2008a, 2008b, 2010, 2020), exploramos como essas identidades são cuidadosamente moldadas através de elementos discursivos e visuais, especialmente nas cenas de enunciação que sustentam cada perfil. Constatou-se que, apesar das diferenças nas representações de autocuidado e luxo das esposas troféu e na dedicação ao lar das esposas tradicionais, ambas reforçam um retorno a papéis tradicionais de gênero.

Do ponto de vista das consequências sociais, as práticas dessas mulheres podem ser lidas a partir do que Faludi (2001) denominou *backlash*, onde a emancipação feminina é retratada como causadora de infelicidade e sobrecarga. Ao se posicionarem como felizes e realizadas em papéis de dependência, essas mulheres perpetuam a ideia de que a verdadeira realização feminina se encontra na conformidade com os papéis domésticos e na dependência financeira de seus cônjuges.

Além disso, essas atitudes remetem a discursos anteriores ao movimento feminista, que associavam a realização feminina exclusivamente ao âmbito doméstico e da dependência econômica do marido. Entender as forças que levam à naturalização de tais discursos é fundamental, exigindo uma reflexão sobre as

influências sociais, culturais e históricas que moldam as percepções contemporâneas dos papéis de gênero. Esta reflexão é crucial para a desconstrução de estereótipos e para promover uma visão mais igualitária e inclusiva das capacidades e aspirações das mulheres.

Referências

AMOSSY, Ruth. Da noção retórica de ethos à análise do discurso. [2005]. Tradução de Dilson Ferreira da Cruz, Fabiana Kosmesu e Sírío Possenti In: AMOSSY, R. (Org.). **Imagens de si no Discurso**: a construção do ethos. São Paulo: Editora Contexto, 2005. p. 9-28.

AMOSSY, Ruth; PIERROT, Anne Herschberg. **Estereótipos e Clichês**. Tradução de Alena Ciulla et al. São Paulo: Contexto, 2022.

DUCROT, Oswald. **O Dizer e o Dito**. Tradução de Eduardo Guimarães. Campinas: Pontes, 1987.

FALUDI, Susan. **Backlash**: o contra-ataque na guerra não declarada contra as mulheres. Tradução de Mario Fondelli. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

FONSECA, Elaine Cristina. O Backlash e a Construção do Ethos Discursivo da Mulher. **Letras de Hoje**. [S. l.], v. 53, n. 3, p. 422–429, 2018. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/fale/article/view/30924>. Acesso em: 13 jul. 2024.

SALGADO, Luciana Salazar. Mídium e mundos éticos: notas sobre a construção do Observatório da Literatura Digital Brasileira. **Estudos de Língua(gem)**. Vitória da Conquista, v.18, n. 3, p. 33-53, 2020. Disponível em: <https://periodicos2.uesb.br/index.php/estudosdalinguagem/article/view/7943>. Acesso em: 12 jul. 2024.

MAINGUENEAU, Dominique. **Novas tendências em análise do discurso**. Tradução de Freda Indursky. 2.ed. Campinas: Pontes: Editora da Universidade Estadual de Campinas, 1993.

MAINGUENEAU, Dominique. **Gênese dos discursos**. Tradução de Sírío Possenti. Curitiba: Criar Edições, 2005.

MAINGUENEAU, Dominique. Problemas de ethos. [2002]. Tradução de Sírío Possenti. In: POSSENTI, S; SOUZA-E-SILVA, M. C. P. (orgs.). **Cenas da Enunciação**. São Paulo: Parábola Editorial, 2008a. p. 55-74.

MAINGUENEAU, Dominique. A Propósito do Ethos. [2008]. Tradução de Luciana Salazar Salgado. In: MOTTA, A. R. (org.). **Ethos Discursivo**. São Paulo: Editora Contexto, 2008b. p. 11-29.

MAINGUENEAU, Dominique. Ethos e apresentação de si nos sites de relacionamento. [2010]. Tradução de Luciana Salazar Salgado. In: POSSENTI, S; SOUZA-E-SILVA, M. C. P.

(orgs.). **Doze Conceitos em Análise do Discurso**. São Paulo: Parábola Editorial, 2010. p. 79-98.

MAINGUENEAU, Dominique. **Variações Sobre o Ethos**. Tradução de Marcos Marcionilo. 1.ed. São Paulo: Parábola Editorial, 2020.

MORENO, Meire Ellen; MOLARI, Beatriz. Backlash: considerações teóricas para os estudos de gênero no Brasil. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL FAZENDO GÊNERO, 12, 2021, Florianópolis, **Anais Eletrônicos**. UFSC. Disponível em: https://www.fg2021.eventos.dype.com.br/resources/anais/8/fg2020/1611685105_ARQUIVO_44d12c59f3f7de68694dedbea13ef5do.pdf. Acesso em: 13 jul. 2024.

PAVEAU, Marie-Anne. O digital: conversão, transformação, civilização. [2021]. Tradução de Júlia Costa Lourenço; Roberto Leiser Baronas. In: COSTA, J. L.; BARONAS, R. L. (orgs.).

Análise do Discurso Digital: dicionário das formas e das práticas. 1. ed. Campinas: Pontes Editores, 2021. p. 27-37.