



## NARRATIVAS SÉRIADAS BRASILEIRAS E A DISCURSIVIDADE SOBRE EMPODERAMENTO FEMININO <sup>1</sup>

### *BRAZILIAN SERIOUS NARRATIVES AND DISCURSIVITY ABOUT FEMALE EMPOWERMENT*

Aélton Alves de Melo Júnior<sup>2</sup>

**Resumo:** Neste texto, mapeamos séries brasileiras com protagonismo feminino, para verificar quais sentidos relacionados a noções de “empoderamento feminino” são postos em circulação. Para tanto, revisamos os conceitos de empoderamento, midiatização e circulação, interpretando que a mídia, com seus produtos discursivos e imagéticos, colabora na forma como as pessoas podem experienciar o cotidiano. No mapeamento organizamos séries, lançadas entre 2010 e 2023, em grupos temáticos. Posteriormente, destacamos uma obra de cada grupo para apresentarmos um modelo de quadro de observação. Assim, obtivemos uma amostragem de séries brasileiras que retratam mulheres independentes e que superam adversidades por meio de atitudes empreendedoras.

**Palavras-chave:** séries brasileiras; protagonismo feminino; midiatização.

**Abstract:** In this text, we map Brazilian series with female protagonists to verify which meanings related to notions of “female empowerment” are put into circulation. To this end, we reviewed the concepts of empowerment, mediatization, and circulation, interpreting that the media, with its discursive and imaged products, collaborates in shaping how people can experience everyday life. In the mapping, we organized series released between 2010 and 2023 into thematic groups. Subsequently, we highlighted one work from each group to present an observation framework model. Thus, we obtained a sam-

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao VI Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais. POSCOM-UFSM e ECA-USP.

<sup>2</sup> Doutorando em Mídia e Cotidiano pelo PPGMC/UFF e Mestre em Ciências Sociais pelo PPGCS/UFMG. E-mail: aeltonjunior@id.uff.br / aeltonmelo@id.uff.br



# Anais de Artigos

## VI Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

ple of Brazilian series that portray independent women who overcome adversities through entrepreneurial attitudes.

**Keywords:** Brazilian series; Female protagonism; Mediatization;

### 1. Introdução

No atual cotidiano midiático há intensa circulação de informações, imagens e disseminação de sentidos enviesados por interesses econômicos neoliberais (Saldanha, 2022). Neste cenário, nota-se que na indústria cultural alguns discursos feministas, como a ideia de empoderamento feminino, vêm sendo utilizados como ferramenta criativa e transformados em mercadorias (Barreto Januário, 2021).

Diante deste panorama, neste texto, mapearemos séries brasileiras com protagonismo feminino, a finalidade é perceber se há nas narrativas sentidos ou representações que podem ser compreendidas como “empoderamento feminino”. De modo específico, propomos: agrupar as séries em conjuntos de narrativas semelhantes; verificar amostragem de quais sentidos relacionados a noção de “empoderamento feminino” são postos em circulação nas séries.

A escolha de estudar o campo da ficção seriada (séries) é devido à crescente popularidade do consumo deste tipo de conteúdo, especialmente devido ao intensivo consumo de plataformas de *streaming* de vídeo. Assim, inclinamos a perceber que essas narrativas curtas, fragmentadas e de consumo massivo, podem se apresentar como um terreno fértil para maior circulação de discursos e sentidos.

Como recorte temporal, tomamos o período de 2010 a 2023, para obtermos um mapeamento robusto, porém que será delimitado a partir do agrupamento que realizaremos. Esta escolha temporal é respaldada por estudos como o de Zeisler (2016) que observa um aumento de abordagem de teor feminista em produtos e narrativas de mídia ao longo da década de 2010.

Como aporte teórico acionamos o conceito de mediação, a partir de Saldanha (2022), Ribeiro (2022), Fausto Neto, (2018), Grohmann (2020), em especial o debate sobre o processo pelo qual a mídia de massa desempenha um papel central na mediação



# Anais de Artigos

## VI Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

e disseminação de sentidos e discursos. Além disso, nossa pesquisa se filia junto aos estudos que versam sobre feminismo, empoderamento e mídia de massa, na qual destacamos nomes como Barreto Januário (2021), Berth (2019), Vergés (2020) e outros.

### **2. Da midiatização a circulação das noções de “empoderamento feminino”**

Mediatização<sup>3</sup> é um conceito disputado e em formação, sendo assim, concordamos quando Lucrécia Ferrara (2018) comenta que não se trata de definir exatamente o que é, mas, compreender o que pode ser ou está se tornando o campo. Mas, se pudermos arriscar resumir, a midiatização pode se referir ao processo, pelo qual, a mídia exerce influência sobre diferentes aspectos da sociedade, incluindo cultura, política, economia e até as relações interpessoais.

E, vai além, é preciso compreender que atualmente a experiência social é midiatizada (Ribeiro, 2022), isto é, a realidade cotidiana, as práticas sociais e culturais, públicas e privadas, se dão, muitas vezes, de forma mediada por mídias. Nesse cenário, “[...] amplia-se a experiência dos sujeitos à afetação pelas tecnologias de informação e comunicação, onde as imagens configuram um ‘mundo-tela’, fazendo emergir outros modelos de organização de sentidos e fabulação de imaginários” (Ribeiro, 2022, p. 09).

Além desta definição, com base em Saldanha (2022) entendemos a midiatização como o processo de difusão de sentidos pela mídia. Isso implica que a mídia desempenha um papel central na forma como as pessoas acessam, compartilham e interagem com informações consideradas parte do Comum. Para abordar o conceito de Comum, a autora se apoia em Pierre Dardot e Christian Laval. O Comum refere-se a todos os bens compartilhados na sociedade, como conhecimentos, costumes, bens culturais e recursos.

Com base nos estudos de Muniz Sodré, Saldanha (2022) argumenta que as imagens midiáticas atuam como intermediárias na interpretação da realidade. Isto é, enquanto

---

<sup>3</sup> A tradição de estudos em midiatização tem se concentrado em duas grandes correntes epistemológicas, uma de vertente europeia e outra latino-americana: a institucionalista que se debruça no estudo da institucionalização das mídias, das lógicas e efeitos das mídias de massa. E a tradição socioconstrutivista, que tende a observar a mediação dos processos de construção da realidade sociocultural (FERREIRA, 2022).



## Anais de Artigos

### VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

mercadoria imaterial, as imagens midiáticas atuam como intermediário entre o indivíduo e o mundo, colaborando, assim, na interpretação da dita realidade. Sendo que, tanto as imagens midiáticas quanto a “realidade”, são entendidas como construções mediadas pelo contexto tecnológico das mídias.

Saldanha (2022) também enfatiza que na linha de pensamento latino-americana, a mediação é vista como o deslocamento do protagonismo dos meios, com foco nas relações que as pessoas estabelecem com a mídia. Logo, a autora destaca, a partir de Baudrillard, que “[...] o que é midiaticado não é o que sai nos diários, na televisão ou no rádio: é o que é interpretado pela forma do signo, articulado em modelos e administrado pelo ‘código’” (Baudrillard *apud*. Saldanha, 2022, p. 93).

Logo, podemos argumentar que quando autoras como Heck (2022) ou Barreto Januário (2021), expõem em seus textos que o discurso de “empoderamento feminino” surge na mídia de massa possuindo sentidos individualistas de independência, autoestima e/ou superação, é porque esses sentidos passaram por trocas e negociações entre as instâncias midiáticas e seus consumidores no cotidiano.

Para conectar o debate sobre midiatização com os sobre narrativa televisiva seriada, vemos que Martín-Barbero (2004) em seus estudos sobre os gêneros televisivos, argumenta que os gêneros funcionam como mediadores culturais, configurando as formas como os leitores (espectadores) se relacionam, compreendem e usam aquilo que consomem como mídias. Assim, “os gêneros são o espaço de configuração de determinados efeitos de sentido que falam da diversidade de modos de escritura e leitura, de produção e de fruição presentes em nossa sociedade” (Martín-Barbero, 2004, p. 175).

As trocas e negociações, por exemplo, podem se dar com os usos dos produtos de mídias, no caso com as séries televisivas. Aliás, os estudos sobre ficção seriada da Obitel Brasil<sup>4</sup> ressaltam “as organizações produtoras de telenovelas e os criadores têm ciência, portanto, de que é necessário atender a uma audiência com hábitos distintos de consumo [...]” (Souza e Aneas, 2021, p. 27). Logo, se há produções midiáticas apresentan-

---

<sup>4</sup> OBITEL BRASIL - Rede Brasileira de Pesquisadores da Ficção Televisiva.



# Anais de Artigos

## VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

do mulheres pelo viés que pode ser compreendido como “empoderamento”, é porque há público interessado por este tipo de conteúdo que cobra maior pluralidade de narrativas sobre vivências femininas.

Complementando, Grohmann (2020) argumenta que independente da midiatização, os focos de significação de discursos são negociados ao serem transmitidos. Esses sentidos, exemplifica o autor, são determinados pelo tempo, contexto social, cultural e político, deixando, assim, marcas e vestígios que podem ser observados. E é nesse processo de “circulação comunicacional” (Grohmann, 2020) que diferentes atores e instituições disputam/negociam a produção, disseminação e interpretação dos sentidos. Essas lutas podem incluir, por exemplo, esforços para promover certos significados, resistir a outros ou até mesmo impedir a circulação de determinados sentidos.

### 2.1. Entendendo sobre “empoderamento feminino”

A empiria pela qual construímos nosso tema de pesquisa, se deu quando pesquisamos no *Google* listas de indicações de séries com protagonismo feminino. Neste exercício, notamos a recorrência de termos como “empoderamento”, “poder” e “força” sendo utilizadas em textos que associam a noção de “empoderamento feminina” a narrativas com “mulheres fortes<sup>5</sup>”.

Por essa razão, acionamos para a pesquisa o conceito de “empoderamento feminino”, para o desafio de identificarmos uma amostragem de narrativas seriadas que articulam sentidos relacionados a noções de poder feminino. Para isso, precisamos antes realizar uma breve digressão sobre o conceito de “empoderamento”.

O termo “empoderamento” está presente no vocabulário feminista, porém, Maria Mota (2022) esclarece que não existe uma trilha definida que aponte o surgimento exato

---

<sup>5</sup> Usamos esta expressão em referência ao popular estereótipo da “protagonista feminina forte”. Chamada também, de *Femme Furiosa*, o termo “força” é aplicado não no sentido de força física, mas de capacidades. Esta representação feminina costuma possuir características afastadas de concepções normativas de gênero, por exemplo, é apresentada como uma mulher mais racional e menos emocional, e, por vezes, possuindo habilidades ditas “masculinas” ou ocupando espaços/funções ditas “não-femininas” (Freitas, 2019).



## Anais de Artigos

### VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

da definição de "empoderamento" na teoria feminista. Contudo, a autora acredita que em todas as ondas feministas, já existia alguma concepção do que hoje se entende como "empoderamento feminino".

[...] se um de seus propósitos é a busca pela equidade e a extinção dos poderes patriarcais e machistas, em cada onda o que se fez foi isto: conquistar direitos para as mulheres. E, para nós, empoderamento feminino é isto: que a mulher tenha direito de ser o que quiser, de ocupar o espaço que almejar, de ter respeito e liberdade para ser o que quiser ser. (Mota, 2022, p. 87)

O termo empoderamento possui prolíferas articulações, que podem ir do âmbito político ao discurso empresarial (Berth, 2019). Em português, o termo é interpretado tanto como apoderamento (dar posse, dominar, conquistar) quanto como emancipação (emancipar, tornar livre, independente) (Carvalho, 2004). Contudo, pela linha de pensamento freireano (Streck et al., 2015), o termo adquire um sentido coletivista de *práxis* reflexiva, que busca emancipar e conscientizar grupos e sujeitos oprimidos.

Complementando, Joice Beth (2019), no livro *Empoderamento* da coleção *Feminismos Plurais*, sustenta que, enquanto ferramenta política, o empoderamento é uma gama de atividades que buscam emancipar e conscientizar de forma coletiva grupos/sujeitos oprimidos.

Porém, tem-se observado que "a palavra vem sendo amplamente utilizada em diferentes campos de saber" (Barreto Januário, 2021, p. 12), e assim, ganhando usos populares. Segundo Sardenberg (2006), apesar das origens que ela chama de "radicais" ao conceito de empoderamento, o termo, de fato, foi adotado por algumas perspectivas feministas, mas, também encontra ressonância em discursos sobre "desenvolvimento", "[...] perdendo, nesse processo, muito das suas conotações mais radicais" (Sardenberg, 2006, p. 02).

Nesse contexto, o conceito individualista de empoderamento vem sendo adotado por discursos que exploram ideias feministas relacionadas à inclusão e valorização da presença feminina no cenário empresarial e mercado de trabalho, contudo, de uma forma



## Anais de Artigos

# VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

despolitizada, que ignora as diferenças de classe, raça e gênero entre a maioria das mulheres (Arruzza, Bhattacharya e Fraser, 2019).

Frente está problemática, um dos argumentos de Ana Heck (2022), em sua tese, é que o discurso de empoderamento costuma ser adotado na publicidade como uma ferramenta criativa. Consonante a esta observação, Soraya Barreto Januário (2021), argumenta que narrativas midiáticas ao reproduzirem representações femininas de teor emancipatório vendem uma proposta feminista comercial e menos agressiva.

Essa questão também está presente no conceito de *commodity feminism* de Robert Goldman (1992), no qual observa valores feministas sendo explorados para vender produtos, acarretando na perda da profundidade do movimento. Para o autor, o “*commodity feminism* apresenta o feminismo como um estilo - uma abstração semiótica - composta por signos visuais que 'dizem quem você é'” (Goldman, 1992, p. 135 - tradução nossa).

Refletindo criticamente sobre qual posicionamento realizar frente o processo de cooptação do feminismo, concordamos com Barreto Januário (2021) quando reflete que não se trata de uma via de mão única, pois existem resistências e apropriações das informações que são passadas pela mídia de massa em seus produtos e narrativas: “[...] não posso deixar de vislumbrar a compreensão de que a mídia possui um caráter pedagógico e funciona também como um dispositivo que ‘tem significado dar conta, de alguma forma, dessas relações entre cultura, sujeito e sociedade’ (Fisher, 2002)” (Barreto Januário, 2021, p. 04).

Frente o debate de que a cooptação de discursos feministas dão a este movimento um caráter individualista, nota-se um ponto importante a ser observado no mapeamento que realizaremos: o protagonismo de mulheres negras.

Conforme Zakaria (2001):

Na narrativa baseada apenas em gênero que tem dominado o feminismo *mainstream*, todas as mulheres são colocadas contra todos os homens, em relação aos quais buscam paridade. Nessa luta, contudo, mulheres brancas tomaram para si o direito de falar por todas as mulheres, ocasionalmente permitindo que uma mulher de cor fale, mas apenas quando ela consegue fazê-lo no tom e na linguagem da mulher branca, adotando as prioridades, as causas e os argumentos da branquitude (Zakaria, 2021, p. 23 – grifo da autora).



## Anais de Artigos

# VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

Como bem pontua Lélia Gonzalez (2020), ao olharmos para o cinema e a televisão, sobretudo no contexto brasileiro, percebemos nuances de como o racismo se manifesta. Isto é, atrizes negras, na maioria das vezes, são escaladas para personagens secundárias, frequentemente interpretando papéis como o de empregadas domésticas, exemplificando a persistência de estereótipos raciais.

Apesar da questão apontada por Gonzalez (2020) ainda ser uma realidade, é possível percebemos que mudanças significativas já acontecem, como, por exemplo, a frequência, desde 2023, de atrizes negras capitaneando o protagonismo das novelas da TV Globo<sup>6</sup>. Neste ponto, Lélia Gonzalez (2020) lembra que a questão da não escalação de atrizes negras para papéis de destaque é, por vezes, escolha da produção, fato este que pode nos revelar a profundidade da problemática racial.

Sobre este fato, Nancy Fraser (2021) ao abordar sobre neoliberalismo progressista dirá que a ideia de “empoderar” mulheres é “[...] específico a uma classe, voltado para garantir que indivíduos ‘merecedores’ de ‘grupos sub-representados’ possam alcançar posições e estar em pé de igualdade com os homens brancos e heterossexuais de sua própria classe” (Fraser, 2021, p. 42).

Reforçando o debate, Françoise Vergès (2020) chama de “feminismo civilizatório” a frente feminista que universaliza a condição da mulher branca, contribuindo para um processo de manutenção do sistema de exploração racial, na qual prioriza um determinado tipo de mulher (ou corpo feminino) e subjuga outros que fogem dos padrões (classe, sexualidade, raça etc.).

Vergès (2020) comenta, também, que produtos de mídia que agenciam discursos sobre poder feminino, ou empoderamento de mulheres, funcionam como armas para a propagação ideológica do chamado feminismo civilizatório<sup>7</sup>. Ela comenta que: “[...]”

---

<sup>6</sup> Informação disponível em: <https://www.terra.com.br/diversao/tv/globo-corrige-decadas-de-racismo-ao-escalar-negras-como-protagonistas-de-novelas,e8fc79973dad85eea623d5e0858b39ddsgt8851s.html>  
Acesso em 11 jun. 2024.

<sup>7</sup> Vergès (2020) nos diz que o “feminismo civilizatório” é referente ao feminismo do norte global ocidental, denunciando que este universaliza a condição da mulher branca, contribuindo para um processo de





# Anais de Artigos

## VI Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

muitas dessas séries, filmes ou artigos têm qualidade [...] e não discordo de que possam representar importantes contramodelos para meninas, moças e mulheres” (Vergès, 2020, p. 59), contudo, ela esclarece que as difusões massivas dessas obras perpetuam uma ótica feminista individualista, por exemplo, a noção de que basta querer e não ter medo que qualquer mulher pode realizar seus sonhos e superar as opressões de gênero.

São narrativas que frequentemente se baseiam em uma psicologização das discriminações. A luta raramente é coletiva, a crueldade e a brutalidade das estruturas do poder raramente são mostradas de modo explícito. [...] O que é preciso de coragem, de esforço cotidiano e de organização coletiva para dobrar as estruturas não é evidenciado. (Vergès, 2020, p. 59)

Diante deste percurso teórico, nosso caminho de pesquisa toma inclinações inquietantes, afinal quais noções de “empoderamento feminino” queremos perceber nas séries? Ou quais sentidos relacionados a noções de “empoderamento feminino” são postos em circulação nestas narrativas? Aliás, que articulações neoliberais ou civilizatórias possivelmente estão presentes em séries brasileiras com protagonismo feminino? É provável que estes questionamentos permaneçam sem respostas nesta oportunidade de pesquisa, mas buscaremos amostragens com o mapeamento que realizaremos.

### 2.2. Pensando sobre circulação

Antes de irmos para o mapeamento, uma última articulação teórica é pertinente, afinal estamos falando sobre “circulação”, mas ainda não a definimos. Em resumo “[...] a circulação envolve também uma série de sentidos: são imagens, práticas, discursos, objetos a circular ou encontrando um sistema de circulação” (Neto, Godoi e Freire, 2021, p. 02). Há, assim, uma aproximação entre os conceitos de mediação e circulação – a circulação de sentidos ganha novas camadas a partir dos processos de mediação.

Grohmann (2020), entende a circulação como uma forma de olhar para a comunicação: “não se trata de repetir um modelo funcionalista linear de comunicação (Sodré,

---

manutenção do sistema de exploração racial, na qual prioriza um determinado tipo de mulher (ou corpo feminino) e subjuga outros que fogem dos padrões (classe, sexualidade, raça etc.).



## Anais de Artigos

### VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

2014), mas de compreendê-la em sua faceta circular – com deslocamentos, arestas, rupturas, continuidades e conflitos” (Grohmann, 2020, p. 02). Fausto Neto (2018), em revisão, parte da hipótese de que os processos de circulação ocorrem de forma automatizada, de modo que, os rastros da circulação são invisíveis, “[...] restando reconhecer que a circulação seria a diferença de uma atividade de contato entre produtores e receptores de mensagens” (Fausto Neto, 2018, p. 08). Além disso,

Assim, no campo da comunicação, os processos de circulação não são contínuos, sofrem ruídos, mudanças de sentidos, duelos discursivos e negociações. Desta forma, quando falamos em noções de “empoderamento feminino” circulando em narrativas televisivas seriadas, reconhecemos a crítica que autoras feministas fazem – como vimos no tópico anterior –, mas também temos que reconhecer as potencialidades de usos que há em mensagens sobre poder feminino postas em circulação (Barreto Januário, 2021; Vergès, 2020).

Grohmann (2020) explana, também, que não devemos limitar à circulação apenas a contextos midiáticos ou jornalísticos, mas, considerar a circulação como um fenômeno mais amplo que abrange todas as formas de interação comunicativa. Para sustentar essa premissa, ele se apoia em José Luiz Braga, nos explicando que, para este, não é apenas o produto comunicacional em si que circula, “mas encontra um sistema de circulação no qual se viabiliza e ao qual alimenta” (Braga *apud*. Grohmann, 2020, p. 03).

Partindo da perspectiva teórica da “midiatização”, podemos compreender que os produtos de mídia (filmes, novelas, séries etc.) não são apenas ferramentas de entretenimento ou de transmissão de informações, mas atual, também, como um elemento ativo na estruturação da “realidade” cotidiana.

A mídia (empresas e produtos de mídia) exerce influência profunda e transformadora sobre os sujeitos (Trindade e Perez, 2016), moldando não apenas suas percepções e comportamentos, mas também os contextos sociais e culturais em que estão inseridos. Com isso, o “[...] processamento de informação, produções de sentidos e configurações políticas reforçaram a importância das mídias nos estudos sobre diferentes aspectos e fenômenos da sociedade” (Ribeiro, 2022, p. 09)



# Anais de Artigos

## VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

### 3. Mapeando séries com protagonismo feminino<sup>8</sup>

Para o mapeamento de séries brasileiras com protagonismo feminino, tomamos como recorte temporal os anos de 2010 a 2023, incluindo distintos gêneros e formatos narrativos. O exercício se deu por buscas guiadas, através do uso de palavras-chaves, em plataformas, redes sociais e sites diversos, como: *Google*, listas do *Filmow*, catálogo do *Adoro Cinema* e do *IMDB*. Como resultado, reunimos mais de 100 títulos de obras exibidas na TV aberta, em canais por assinatura e em plataformas de *streamings*, desde produções próprias à independentes.

Além de construirmos e disponibilizarmos nosso mapeamento on-line<sup>9</sup>, para fins metodológicos apresentaremos aqui uma tabela organizacional, dividida em: Obra, Sinopse, Ano (lançamento), Criação/Distribuição e Comentários.

A linha de “Comentários” é destinada para verificarmos, nas protagonistas, se há a circulação de sentidos relacionados a noções de “empoderamento feminino”. Para isso, determinamos que os comentários só deveriam ser elaborados a partir da contemplação do episódio piloto (primeiro episódio) da série, pois, neste contém as principais premissas da narrativa.

Frente a quantidade de dados obtidos com o mapeamento, se torna necessário delimitarmos nosso recorte de pesquisa, para isso dividimos algumas obras em grupos temáticos de narrativas semelhantes. Este exercício se deu a partir da leitura das sinopses e dos *trailers* das obras. Os grupos organizados são:

Narrativas sobre prostituição	Oscar Freire 279 (2011); O Negócio (2013); Uma Rua Sem Vergonha (2013); Me Chama de Bruna (2016); Rua Augusta (2017); The Stripper (2019); Stella Models (2019).
Narrativas empreendedoras	Batendo o Ponto (2011); O Negócio (2013); Chapa Quente (2015); Coisa Mais Linda (2019); Hard (2020); Rensga Hits! (2022).
Narrativas	Julie e os Fantasmas (2011); Brilhante F.C. (2011); Tudo Igual...SQN

<sup>8</sup> Os dados do mapeamento, aqui apresentados, são prévios, fruto do exercício de construção do corpus de uma pesquisa de doutoramento em andamento.

<sup>9</sup> Nosso mapeamento de séries brasileiras (seriados, sitcons, minisséries etc.) com protagonismo feminino está disponível em: <https://filmow.com/listas/usuario/aeltonjunior/> Acesso em 11 jun. 2024.



## Anais de Artigos

### VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

juvenis:	(2022); De Volta aos 15 (2022); Todas as Garotas em Mim (2022); Além do Guarda Roupa (2023).
Narrativas sobre transexualidades:	Todxs Nós (2020); Manhãs de Setembro (2021); Toda Forma de Amor (2019).

Dos grupos apresentados, iremos destacar somente uma obra de cada, essa escolha se deu frente aos critérios: cada uma pertencer à um canal de criação/distribuição distinto e possuir mais de uma temporada. As informações presentes nas tabelas abaixo foram obtidas do site *Filmow* no perfil de cada obra:

OBRA	O Negócio (4 temporadas)
Ano	2013 (lançamento)
Criação/ Distribuição	<b>Criação:</b> Rodrigo Castilho; Luca Paiva Mello. <b>Distribuição:</b> HBO
Sinopse	Karin (Rafaela Mandelli), Luna (Juliana Schalch) e Magali (Michelle Batista) são profissionais naquilo que fazem. Sem perspectiva de melhorar a profissão, elas percebem que por trás de qualquer bom trabalho há uma excelente estratégia de marketing. Então, por que não aplicar essas técnicas à profissão mais antiga do mundo? Assim, as três garotas de programa estão prestes a se tornar mulheres de negócio.

OBRA	Coisa Mais Linda (2 temporadas)
Ano	2019 (lançamento)
Criação/ Distribuição	<b>Criação:</b> Heather Roth; Giuliano Cedroni <b>Distribuição:</b> Netflix
Sinopse	Coisa Mais Linda é ambientada na São Paulo, no final da década de 50, onde Maria Luiza Carone (Maria Casadevall), uma moça conservadora e completamente dependente de dois homens: seu pai, Aedmar (João Bourbonnais) e o marido, Pedro (Kiko Bertholini). Sua vida toma um rumo completamente diferente quando Pedro desaparece ao viajar para o Rio de Janeiro a fim de montar um restaurante. Maria Luiza, claro, segue os rastros do marido, e descobre que ele transformou o sofisticado negócio numa casa noturna. Em terras cariocas, a jovem descobre então um novo mundo na companhia de mulheres feministas e liberais e ao som da Bossa Nova. Ela conhece Chico (Leandro Lima), um talentoso cantor tentando ganhar a vida com sua arte e Adélia (Pathy DeJesus), uma jovem negra moradora de uma favela que precisa enfrentar o racismo da elite carioca diaria-



## Anais de Artigos

### VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

	mente. Juntos, os três tentam abrir um clube de Bossa Nova para tentar realizar seus sonhos.
--	--

<b>OBRA</b>	<b>Tudo Igual... SQN (2 temporadas)</b>
<b>Ano</b>	2022 (lançamento)
<b>Criação/ Distribuição</b>	<b>Criação:</b> André Rodrigues. <b>Distribuição:</b> Disney+
<b>Sinopse</b>	Em Tudo Igual...SQN, série baseada no livro A Porta Ao Lado, de Lily Trigo, acompanhamos a jovem Carol (Gabriella Saraivah) passando por um período de grandes transformações em sua vida. Recentemente, a mãe de Carol casou-se com o namorado e agora ela precisa se adaptar a conviver não apenas com o casal, mas também com o filho do padrasto. Simultaneamente, Carol também inicia seu primeiro namoro, o que faz com que ela comece a passar por situações inesperadas e tenha amigas antigas colocadas à prova. Carol passa por um turbilhão de emoções enquanto lida com os desafios típicos da adolescência. Agora, a jovem está em uma jornada para aprender a conhecer a si mesma e respeitar os seus próprios sentimentos, apesar dos erros que pode cometer no percurso para a almejada felicidade.

<b>OBRA</b>	<b>Manhãs de Setembro (2 temporadas)</b>
<b>Ano</b>	2021 (lançamento)
<b>Criação/ Distribuição</b>	<b>Criação:</b> Josefina Trotta; Alice Marcone; Marcelo Montenegro <b>Distribuição:</b> Amazon Prime Video
<b>Sinopse</b>	Manhãs de Setembro conta a história de Cassandra (Liniker), uma mulher trans que trabalha como motogirl em São Paulo e que tem na música sua maior força. Ela precisou abandonar sua cidade para realizar seu sonho de se tornar cover de Vanusa, cantora brasileira que fez sucesso na década de 70. Após anos de muito sofrimento, Cassandra vive agora um momento de estabilidade: ela consegue alugar um apartamento só seu e descobre o amor na figura de Ivaldo (Thomas Aquino). Contudo, tudo se complica quando sua ex-namorada, Leide (Karine Telles), reaparece com um menino que diz ser seu filho.

Observa-se que nas sinopses não há menção ao termo “empoderamento”. Mas reforçamos, não estamos trabalhando com a circulação do termo em sua menção direta, mas sim sobre os sentidos que podem ser associados a noções “empoderamento feminino”.



## Anais de Artigos

### VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

Assim, relembremos um de nossos questionamentos: quais noções de “empoderamento feminino” queremos perceber nas séries? Vimos em nosso aporte teórico que as noções de “empoderamento feminino” podem ser interpretadas como:

- **Conquista de poder:** à conquista de direitos das mulheres para ocupar espaços e liberdade feminina (Mota, 2022), no sentido de apoderamento e tomada de controle.
- **Emancipação:** dialogando com o ponto anterior, empoderar envolve a libertação das mulheres das restrições sociais, culturais e econômicas impostas, permitindo-lhes alcançar independência e autonomia (Sardenberg, 2006).
- **Práxis reflexiva:** consiste em uma gama de atividades que conscientizam grupos e sujeitos oprimidos, promovendo uma mudança estrutural e social coletiva (Berth, 2019).
- **Perspectiva individualista civilizatória:** ignora as diferenças de classe, raça e gênero entre as mulheres, focando no empoderamento individual sem considerar as interseccionalidades (Arruzza, Bhattacharya e Fraser, 2019; Vergés, 2020).
- **Discurso feminista comercial:** apresenta o empoderamento como um estilo ou abstração semiótica feminista, composta por signos visuais e discursos apolíticos, transformando o feminismo em uma mercadoria (Goldman, 1992; Barreto Januário, 2021).

Com base nestes pontos, verificaremos se estas noções estão presentes nas séries destacadas, através do preenchimento do espaço dos “comentários” da tabela:

#### COMENTÁRIOS: O Negócio

A série apresenta três protagonistas mulheres, brancas e cisgênero, sendo que no piloto, o protagonismo é liderado pela personagem Karen. Ou seja, temos aqui uma narrativa que desconsidera, em princípio, questões relativas a negritude.

Karen é uma mulher mais madura e percebe que sua profissão tem um “prazo de validade”. Visando melhorar seus ganhos financeiros, sem precisar mudar de ramo, Karen decide empreender, uma vez que o homem responsável pelo seu agenciamento não está mais lhe priorizando.

No primeiro episódio, Karen adquire conhecimentos sobre negócios e marketing em conversas com seus clientes, predominantemente homens. E, com base nestes conhecimentos, contemplamos Karen se apoderando do controle ao se tornar empresária, vemos a emancipação da protagonista (independência e autonomia).

Apesar de sua característica calculista, durante o processo de emancipação a persona-



## Anais de Artigos

### VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

gem é julgada enquanto mulher, tendo suas capacidades questionadas. Mas, no fim, ela prova que sua visão de mercado é promissora, ao passo que tenta colaborar com o crescimento financeiro de outras colegas de profissão, isto é, Karen tem a tomada de atitude de conscientizar outras mulheres a seguirem seu exemplo e até mesmo trabalharem junto dela (senso de coletividade).

#### **COMENTÁRIOS: Coisa Mais Linda**

No episódio piloto, vemos que a narrativa contempla quatro mulheres cisgênero, uma delas negra (Adélia). Assim, percebemos a preocupação da produção em tentar contemplar mulheres não-brancas. Inclusive, apresentando a disparidade de classes entre Adélia, que mora na favela, e as outras que moram na zona sul do Rio de Janeiro.

A trama principal segue Maria Luiza (ou Malu), jovem da classe média paulistana que se muda para o Rio para ajudar o marido a abrir um restaurante, mas se frustra ao descobrir traições amorosas e que ele fugiu com o seu dinheiro. Apesar do trauma, Malu se encanta pela cidade maravilhosa e, contrariando ordens machistas do pai, decide ficar e morar sozinha.

Tomando o controle de sua vida, Malu se junta a Adélia e decidem empreender, transformando o restaurante do marido em um clube de Bossa Nova. Nesta tomada de atitude, as duas precisam lutar contra os preconceitos sobre mulheres empreendendo sozinhas grandes negócios, principalmente pelo fato de ambas serem mães.

Com isso, notamos que a narrativa é permeada de mulheres tomando o poder, questionando seus espaços na sociedade enquanto mulheres, em processos de autonomia e libertação de opressões.

#### **COMENTÁRIOS: Tudo Igual... SQN**

Temos a perspectiva de que a série tenta incluir graus de interseccionalidade, ao ter como destaque um grupo de cinco garotas com diferentes tamanhos de corpos e tons de pele. Porém, o protagonismo principal é atribuído à personagem Carol.

Ela é uma jovem branca de cabelos cacheados, que, durante o primeiro episódio, é introduzida como uma adolescente envolvida em diversas atividades, que incluem: a prática de esportes, gestão da confeitaria familiar, boa amiga, leitora nata, com ótimo desempenho escolar e comprometimento familiar. Talvez possamos apontar que Carol, desde o início, já é apresentada como uma garota livre, que ocupa diversos cargos e espaços (independente e autônoma).

Durante a narrativa, Carol começa a perder o controle das situações quando seu ambiente familiar começa a sofrer alterações, devido a mãe ter se casado novamente e trazer para o lar (outro somente feminino) o marido e o filho deste. Assim, à medida que as situações sociais/familiares ganham novos contornos, Carol antes uma boa garota, assume uma postura rebelde para tentar esconder suas emoções.

No entanto, é interessante observar que apesar das mudanças de atitude, Carol mantém uma postura profissional ao gerenciar a confeitaria da família. Este ponto complexifica a personagem, pois, apesar da maturidade em construção, ela já ocupa um espaço de responsabilidade adulta.



## Anais de Artigos

### VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

#### COMENTÁRIOS: Manhãs de Setembro

A protagonista é a personagem Cassandra, uma mulher negra, pobre e que tem como família amigos da comunidade LGBTQIAPN+. A narrativa contempla uma diversidade de classes, raças e gêneros, focando nas vivências trans.

No primeiro episódio, Cassandra realiza um sonho, ter sua *kitnet*, fruto de seu intenso trabalho como *motogirl* em aplicativos de entregas. A ideia de força da protagonista reside nas tomadas de atitudes frente aos variados preconceitos e opressões que lida no cotidiano.

A virada narrativa ocorre quando seu espaço solitário é "invadido" ao descobrir possuir um filho fruto de uma relação sexual não planejada, e que este precisa de acolhimento, pois, junto a mãe biológica estão em situação de rua.

Por não ter uma vida fácil, ela construiu barreiras envolta de si, que a tornaram uma mulher fria. Mas, apesar de querer negar apoio ao filho, Cassandra sente emoções conflitantes, cede as emoções e mostrando que é uma mulher com muito amor reprimido para dar.

A forma que ela encontra para expressar seus sentimentos é através da música, especialmente ao cantar a canção Manhãs de Setembro da cantora Vanusa. Nesta cena ela se expressa como uma mulher independente, forte e perseverante. Aliás, é nas noites em bares e boates, que ela exercita seu grande sonho de viver da arte como cantora.

Como já apresentado, criamos um grupo próprio para agrupar as séries que possuem narrativas em que as protagonistas são mulheres empreendedoras, isto é, mulheres que gerem comércios, negócios ou empresas. Deste grupo destacamos a série Coisa Mais Linda, e notamos que a protagonista desta série da *Netflix*, durante a narrativa, se edifica como uma mulher decidida, forte e confiante ao empreender.

Na série da *HBO*, O Negócio, a protagonista está cansada de ser chefiada por homens e decide empreender de forma estratégica via marketing, assumindo o controle de seus ganhos financeiros. Ou seja, a virada de chave que podemos compreender como empoderamento se dá pela atitude empreendedora

Assim, notamos que a tomada de atitude empreendedora aciona algumas noções relacionadas a "empoderamento feminino". Deste modo, talvez possamos refletir se as outras séries que destacamos também dialogam sobre um "feminino empreendedor".

Em Manhãs de Setembro, do *Prime Video*, que narra sobre uma mulher transexual que atua como *motogirl*, a questão da mulher empreendedora é menos incisiva, vemos mais uma mulher batalhadora que trabalha em subempregos, mas, se observamos sua





## Anais de Artigos

# VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

busca autônoma na carreira musical, poderíamos apontar como uma atitude de “empresária de si”.

A ideia de “empresário de si” é um conceito presente na governamentalidade neoliberal (Dardot e Laval, 2017). Ao definir o “homem empresarial”, Dardot e Lavar (2017) argumentam que o sujeito é induzido a investir em si mesmo, desenvolvendo suas habilidades, sua competitividade e sendo autônomo. Tratada como uma ideologia, o empreendedorismo de si sugere que qualquer um pode alcançar o sucesso se trabalhar duro o suficiente, ignorando os privilégios de classe, gênero, sexualidade e raça.

Já em *Tudo Igual... SQN*, do *Disney+*, a protagonista em meio às suas vivências de adolescente – interesses amorosos, mudanças familiares e amadurecimento –, se destaca por colaborar com o gerenciamento da empresa da família (confeitaria), atuando, em especial, no controle de contas do estabelecimento. Logo também há um teor narrativo envolvendo empreendedorismo.

#### 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na primeira parte do texto, compreendemos que, em um processo retroalimentar, a mídia repassa à sociedade, através de discursos e imagens, informações que tendem a colaborar na forma como as pessoas podem experienciar o cotidiano.

Assim, ao abordarmos os discursos midiáticos que se relacionam com noções de “empoderamento feminino”, investigamos as narrativas que, frutos da contemporaneidade, retratam o comportamento das mulheres inseridas na sociedade capitalista atual. Ou seja, os sentidos repassados através de produtos de mídia, como as séries, são temporais, sociais, culturais e políticos.

Com isso, destacamos o desgaste que noções relacionadas a “empoderamento feminino” sofrem devido a popularização, sobretudo, midiática. No entanto, podemos argumentar que, apesar da circulação popular, a essência política continua presente, mesmo com o enfraquecimento das propostas de empoderar a coletividade.

Na nossa amostragem, percebemos que as narrativas que destacamos apresentam mulheres enfrentando e superam adversidades – como situações machistas e opressoras.



## Anais de Artigos

### VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

Elas são, também, empreendedoras, e não só na vida empresarial, mas, também, em seus sonhos e objetivos pessoais. São mulheres que, desde jovens, enfrentam uma variedade de obrigações que exigem uma maturidade que ainda está em desenvolvimento.

Contudo, se torna pertinente observar, posteriormente, quais corpos de mulheres são postos no lugar de empoderamento enviesado pelo empreendedorismo, tendo em vista que o discurso empreendedor pode omitir barreiras estruturais sobre desigualdades sociais e ocultar a denúncia sobre privilégios.

Outra problemática a ser melhor trabalhada, diz respeito a ideia de “empreender”, pois, o que hoje podemos entender como "empreendedorismo" sempre esteve presente na vida de mulheres pobres, sobretudo negras, que não conseguindo emprego formal são obrigadas a "empreender". Este debate poderá nos permitir observar criticamente a forma como roteiristas, diretores e/ou empresas de mídias se apropriam dessas histórias para criarem narrativas que, ocasionalmente, podem ressaltar o viés capitalista neoliberal.

## Referências

ARRUZZA, Cinzia; BHATTACHARYA, Tithi; FRASER, Nancy. **Feminismo para os 99%: um manifesto**. São Paulo: Boitempo, 2019.

BARRETO JANUÁRIO, Soraya. Feminismo de mercado: um mapeamento do debate entre feminismos e consumo. **Cadernos Pagu**, Campinas, SP, n. 61, p. e216112, 2021. DOI: 10.1590/180944492021006100

BERTH, Joice. Empoderamento. **Coleção Feminismos Plurais**, coordenação de Djamilia Ribeiro. Editora Pólen Livros, São Paulo, SP, 2019.

CARVALHO, Sérgio Resende. Os múltiplos sentidos da categoria "empowerment" no projeto de Promoção à Saúde. **Cadernos de Saúde Pública**, v. 20, p. 1088-1095, 2004. DOI: 10.1590/S0102-311X2004000400024

DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. **A nova razão do mundo**. São Paulo: Editora Boitempo, 2017.

FAUSTO NETO, Antonio. Circulação: trajetos conceituais. **Rizoma**, v. 6, n. 2, p. 08-40, 7 jul. 2018. DOI: 10.17058/rzm.v6i2.13004.



## Anais de Artigos

### VI Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

FERRARA, Lucrécia D'Alessio. As semioses da midiatização. In: FERREIRA, Jairo et. al (org.). **Entre o que se diz e o que se pensa: Onde está a midiatização?** Santa Maria: FACOS-UFSM, 2018.

FERREIRA, Jairo. Epistemologias da midiatização: hipóteses no nível da macroanálise. In: FELIX, Carla Baiense; BEDRAN, Laura; SALDANHA, Patrícia (orgs.). **Mídia e midiatização do cotidiano: políticas, subjetividades e produção de sentidos no contemporâneo.** Rio de Janeiro: Garamond, 2022, p. 259-274.

FRASER, Nancy. **O velho está morrendo e o novo não pode nascer.** São Paulo, Editora Autonomia Literária. 2021.

FREITAS, Thamilly. Os estereótipos da mulher forte no cinema. **SentaAi**, publicado em 20 mar. 2019. Disponível em: <http://sentaai.com/os-estereotipos-da-mulher-forte-no-cinema-e-na-tv/> Acesso em 11 jun. 2024.

GONZALEZ, Lélia. **Por um Feminismo Afro-Latino-Americano: ensaios, intervenções e diálogos.** Rio Janeiro, Zahar, 2020.

GOLDMAN, Robert. **Reading Ads Socially.** Londres, Routledge, 1992.

GROHMANN, R. O que é circulação na comunicação? Dimensões epistemológicas. **Revista FAMECOS**, [S. l.], v. 27, n. 1, p. e35881, 2020. Disponível em: <https://dx.doi.org/10.15448/1980-3729.2020.1.35881> Acesso em: 25 fev. 2024.

HECK, Ana Paula et al. **Se o feminismo não incomoda, é marketing!** femvertising enquanto dispositivo interacional e a perspectiva do empoderamento. TESE (Programa de Pós-graduação em Comunicação e Linguagens), Universidade Tuiuti do Paraná – UTP, Curitiba, 2022.

MOTA, Maria Aparecida dos Santos. **Empoderamento feminino: a produção de sentidos na publicidade da Avon.** Tese, Universidade do Sul de Santa Catarina, Pós-graduação em Ciências da Linguagem. Tubarão, Santa Catarina, 2022. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/handle/ANIMA/32803> Acesso em 14 de janeiro de 2024.

NETO, João Damasio da Silva; GODOI, Rodrigo Duarte; FREIRE, Ana Isabel. Circulação de sentidos em perspectiva metodológica: Uma revisão das pesquisas empíricas no Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais. **Anais de Artigos do Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais**, v. 1, n. 4, 2021.



## Anais de Artigos

### VI Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

ISSN 2675-4169

Vol. 1, N. 6 (2024)

RIBEIRO, Renata Rezende. Prefácio. In: FELIX, Carla Baiense; BEDRAN, Laura; SALDANHA, Patrícia (orgs.). **Mídia e mídiatização do cotidiano: políticas, subjetividades e produção de sentidos no contemporâneo**. Rio de Janeiro: Garamond, 2022, p. 259-274.

SALDANHA, Patrícia. Mídiatização latina: uma perspectiva crítica sobre os impactos sociais da comunicação digital no cenário popular, comunitário e cidadão. In: URANGA, W.; MELÉNDEZ-LABRADOR, S (Orgs). **Reivindicar el cambio: comunicación popular, comunitaria y ciudadanía en América Latina**. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Huvaití Ediciones, 2022, p. 79-96. Disponível em [https://www.alaic.org/wpcontent/uploads/2022/09/reivindicar\\_el\\_cambio-GT8-ALAIC-2022-1.pdf](https://www.alaic.org/wpcontent/uploads/2022/09/reivindicar_el_cambio-GT8-ALAIC-2022-1.pdf). Acesso em 2 set. 2023.

SARDENBERG, Cecília. Conceituando “Empoderamento” na Perspectiva Feminista. In. **I Seminário Internacional: Trilhas do Empoderamento de Mulheres**, Salvador, 2009. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/6848> Acesso em: 01/08/2023

SOUZA, Maria Carmen Jacob de. ANEAS, Tatiana. Roteiristas-autores e a inovação nas telenovelas da década de 2010 ao contexto da pandemia. In. LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. ALUMÍNIO, Lourdes Ana Pereira Silva (org). **Criação e inovação na ficção televisiva brasileira em tempos de pandemia de Covid-19**. São Paulo, CLEA Editorial, 2021.

STRECK, Danilo R.; REDIN, Euclides; ZITKOSKI, Jaime José. (Orgs.). **Dicionário Paulo Freire**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2015.

TRINDADE, Eneus; PEREZ, Clotilde. O lugar do sujeito consumidor entre mediações e mídiatização do consumo: uma perspectiva latino americana. In. **Anais XXV Encontro Anual da Compós**, Goiânia, 2016. Disponível em: <https://www.eca.usp.br/acervo/producao-academica/002773893.pdf> Acesso em 17 jun. 2024.

VERGÉS, François. **Um feminismo decolonial**; traduzido por Jamile Pinheiro Dias e Raquel Camargo. São Paulo: Ubu Editora, 2020.

ZEISLER, Andi. **We were feminists once: From riot grrrl to CoverGirl, the buying and selling of a political movement**. Public Affairs, NY, 2016.

ZAKARIA, Rafia. **Contra o Feminismo Branco**. 1ª edição - edição digital. Rio de Janeiro, EDITORA INTRÍNSECA, 2021.