

## Mapeando o Protagonismo Feminino em Narrativas Seriadas Brasileiras no Período de 2010 a 2023<sup>1</sup>

Aélton Alves de Melo Júnior<sup>2</sup>  
Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ

### RESUMO

Neste texto, apresentamos uma abordagem ensaística para mapear séries brasileiras com protagonismo feminino, na qual buscamos explorar noções individualistas de "empoderamento feminino" presentes em narrativas seriadas de ficção. Para tanto, realizamos uma revisão teórica sobre a noção empoderamento feminino. Inspirados no método cartográfico, construímos uma lista de séries lançadas entre 2010 e 2023, e as organizamos em agrupamentos temáticos, e, por fim, criamos um modelo de quadro de observação. Ao observar esses grupos, verificou-se uma frequência de séries que retratam mulheres lidas como empoderadas a partir de atitudes voltadas ao empreendedorismo.

**PALAVRAS-CHAVE:** narrativa seriada; empoderamento feminino; séries brasileiras; empreendedorismo; mapeamento.

### 1. INTRODUÇÃO

Ao pesquisar na busca do *Google* por séries com protagonismo feminino, salta-se aos nossos olhos títulos de matérias contendo termos como: mulheres inspiradoras<sup>3</sup>, cheios de poder<sup>4</sup>, empoderamento feminino<sup>5</sup> entre outros. Notando que há em circulação na mídia sentidos populares sobre mulher e poder, propomos neste texto mapear ficções seriadas brasileiras protagonizadas por mulheres, com o objetivo de observar a regularidade discursiva de sentidos sobre “empoderamento feminino” nestas produções.

Para fins metodológicos, propomos articular a pesquisa a partir da noção popular de “empoderamento feminino”, na qual é preciso fazermos uma breve digressão acerca

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Estudos em Comunicação e Suas Interdisciplinaridades, evento integrante da programação do 27º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 30 de maio a 1º de junho de 2024.

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

<sup>3</sup> Lista disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/womentowatch/10-series-de-mulheres-inspiradoras> Acesso em 16 de abril de 2024.

<sup>4</sup> Lista disponível em: <https://blog.usaflex.com.br/5-series-protagonizadas-por-mulheres-50-cheias-de-poder/> Acesso em 16 de abril de 2024.

<sup>5</sup> Lista disponível em: [https://cultura.uol.com.br/entretenimento/noticias/2021/03/04/613\\_de-frente-para-a-tv-series-abordam-empoderamento-feminino-em-diversas-faces.html](https://cultura.uol.com.br/entretenimento/noticias/2021/03/04/613_de-frente-para-a-tv-series-abordam-empoderamento-feminino-em-diversas-faces.html) em 16 de abril de 2024.

de sua definição, isto é, indo de encontro aos sentidos políticos e coletivistas do termo à sua manifestação cotidiana de teor individualista neoliberal.

Para o mapeamento de séries, nos inspiramos no método cartográfico. Rosário e Coca (2018) explicam que aplicar este método na área de comunicação, significa traçar um mapa inacabado do objeto de estudo, em que o olhar subjetivo do pesquisador se torna o diferencial da pesquisa. Com o mapeamento, pretendemos agrupar as obras em conjuntos de narrativas que compartilham semelhanças. Isso nos permitirá observar qual a possível predominância de sentidos sobre “empoderamento feminino”.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Apesar de prolíferas articulações, o termo “empoderamento” encontra materialidades tanto no âmbito político quanto no discurso empresarial (Berth, 2019). No relatório *Os Princípios de Empoderamento das Mulheres* da ONU Mulheres (2017), observamos que a ideia de empoderar tem por base propostas voltadas para lideranças na prática de negócios, visando a igualdade de gêneros, a inclusão, a não discriminação e a educação para o desenvolvimento empresarial.

Neste contexto, o termo tem sido 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 é tomado como práxis reflexiva, que promove a emancipação e de grupos e sujeitos minorizados. Joice Beth (2019), no livro *Empoderamento* da coleção *Feminismos Plurais*, sustenta que enquanto ferramenta política, o empoderamento é uma gama de atividades que buscam conscientizar de forma coletiva grupos minorizados.

Ao realizar nosso estudo em comunicação e mídias, optamos por enfatizar os sentidos populares-midiáticos que são ressaltados ao termo “empoderamento”, que são os sentidos individualistas de autoestima e superação que, não coincidentemente, podem ser encontrados em diversos produtos de mídia (Heck, 2022; Barreto Januário, 2021).

Ana Heck (2022), em sua tese, argumenta que o discurso de empoderamento costuma ser adotado pela mídia como uma ferramenta criativa. E Soraya Barreto Januário (2021), observa que narrativas midiáticas tendem a reproduzir representações femininas de teor emancipatório e feminista de forma mais vendável e menos agressiva.

Consonante ao debate, Robert Goldman (1992), ao defender o termo *commodity feminism*, assevera que o feminismo passou a ser visto não apenas como um movimento social, mas, também, como um conjunto de valores e ideais que podem ser explorados para vender produtos.

Já, a feminista 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).

E concordante com este debate, a feminista decolonial Françoise Vergès (2020) comenta que produtos de mídia que agenciam discursos sobre poder feminino, ou no caso empoderamento de mulheres, funcionam como armas para a propagação ideológica do que ela chama de “feminismo civilizatório”. E assim 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.

### 3. ANÁLISE DO MATERIAL

Ao observar o cenário brasileiro de séries e seriados, com protagonismo feminino, tomamos como recorte temporal os anos de 2010 a 2023. O mapeamento das obras se deu por buscas guiadas, através do uso de palavras-chaves, em plataformas, redes sociais e sites diversos, como: Google, Filmow, Adoro Cinema e 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<sup>6</sup>.

Para organizar todos os títulos mapeados, construímos uma tabela dividida com as especificações: Título da obra, Sinopse, Ano (lançamento), Criação/Distribuição e Comentários. E para uma visualização mais imagética, também reunimos as obras em listas<sup>7</sup> dentro da plataforma do *Filmow*<sup>8</sup>.

---

<sup>6</sup> É importante deixar claro que os dados aqui apresentados são prévios, uma vez que fazem parte de uma tese de doutorado ainda em andamento.

<sup>7</sup> As listas estão disponíveis em: <https://filmow.com/listas/usuario/aeltonjunior/> Acesso em 18 de abril de 2024.

<sup>8</sup> O Filmow, uma rede social colaborativa brasileira, concentra-se em filmes e séries, incentivando os usuários a catalogarem suas experiências cinematográficas e a engajarem em discussões sobre cinema.

Apesar de algumas dificuldades para assistir alguns dos vários títulos de obras mapeados, mas das ficções seriadas que conseguimos assistir organizamo-las em grupos por semelhanças temáticas. Esse agrupamento foi possível ao verificarmos a proposta narrativa e a representatividade do protagonismo feminino, através de leitura das sinopses, dos trailers das obras e, principalmente, do primeiro episódio.

Os grupos organizados são: **01) Prostituição:** contempla as séries cuja narrativa é sobre mulheres que trabalham com o sexo e suas vivências no mundo da prostituição. **Obras:** Oscar Freire 279 (2011), O Negócio (2013), Uma Rua Sem Vergonha (2013), Me Chama de Bruna (2016), Rua Augusta (2017), The Stripper (2019) e Stella Models (2019). **02) Empreendedoras:** neste grupo encontra-se narrativas seriadas de mulheres trabalhadoras, com auto sendo de liderança e que empreendem em negócios. **Obras:** Batendo o Ponto (2011), O Negócio (2013), Chapa Quente (2015), Coisa Mais Linda (2019), Hard (2020), Rensga Hits! (2022). **03) Amadurecimento juvenil:** aqui agrupamos as séries cuja narrativa é sobre meninas adolescentes e suas vivências nesta fase de amadurecimento e formação. **Obras:** Julie e os Fantasmas (2011), Brilhante F.C. (2011), Pedro & Bianca (2012), Tudo Igual...SQN (2022), De Volta aos 15 (2022), Todas as Garotas em Mim (2022), Além do Guarda Roupa (2023). **04) Transexualidades:** o grupo foi criado para agrupar todas as séries cuja centralidade da narrativa versa sobre pessoas pertencentes ao espectro das transexualidades. **Obras:** Todxs Nós (2020), Manhãs de Setembro (2021), Toda Forma de Amor (2019).

No grupo de narrativas em que as personagens mulheres são empreendedoras, isto é, mulheres que gerem comércios, negócios ou empresas, podemos destacar a série Coisa Mais Linda da *Netflix*. A protagonista desta obra, durante a narrativa do primeiro episódio se edifica como uma mulher decidida, forte, confiante, e que desafia preconceitos sociais ao gerir sozinha um bar. De tal modo, é possível indicar que essas são qualidades de um feminino lido, em casos, como “empoderado”.

Nesta inclinação, percebemos que há um enfoque em representar o feminino dito empoderado via condutas empreendedoras. E foi justamente, com essa chave de pensamento, que passamos a refletir e observar que as outras séries que destacamos em outros grupos temáticos, também dialogam sobre um feminino empreendedor.

A série da *HBO*, O Negócio, narra sobre a vida de três mulheres profissionais do sexo, na qual uma delas cansada de ser chefiada por homens, decide empreender de forma

estratégica via marketing, assumindo, assim, o controle de seus ganhos financeiros. Ou seja, a virada de chave que podemos compreendermos como empoderamento se dá quando ela passa a ter autonomia e controle das suas atividades comerciais.

Já na série *Manhãs de Setembro* (2021) do *Prime Vídeo*, narra a sobre uma mulher transsexual que atua de *motogirl*, a questão da mulher empreendedora é menos incisiva nesta obra, vemos mais uma mulher batalhadora e que trabalha em subempregos, mas, ela atua como empresária de si quando busca uma carreira musical.

E na série *Tudo Igual... SQN* (2022) do *Disney+*, nota-se que a protagonista em meio às suas vivências juvenis – interesses amorosos e amadurecimento –, tem também atuação profissional quando ajuda sua mãe a gerir uma confeitaria. Tal atitude nos apresenta um feminino que mesmo jovem já toma decisões de liderança financeira.

Este sucinto recorte de pesquisa, nos faz perceber que a recorrência discursiva da mulher com atitudes compreendidas como empoderadoras se associa a representação de mulheres gerindo negócios. Sendo assim, é possível construirmos a hipótese de que o discurso de “empoderamento” que predomina em séries brasileiras com protagonismo feminino pode ser, de fato, relativo ao discurso encontrado em relatórios da ONU e que é criticado por alguns olhares feministas, conforme abordado na fundamentação teórica deste texto.

#### 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Não tivemos a pretensão, neste momento, de fazer uma análise de cenas e diálogos das séries. Mas, ao realizamos a testagem do caminho teórico-metodológico apresentado, pudemos construir hipóteses promissoras para explorarmos em pesquisas futuras. Uma delas consiste no que podemos chamar de “narrativas empoderadas”, que seria uma forma de nomear narrativas, histórias, representações e/ou discursos que destacam ou promovem o protagonismo ativo de mulheres a partir das noções populares de “empoderamento feminino”.

Também, 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.

Portanto, enquanto o empreendedorismo pode ser uma ferramenta de capacitação e autonomia para algumas mulheres, é essencial contextualizar essas representações dentro de um sistema mais amplo de desigualdades e opressões de gênero. Além de que, compreender a interseção entre mídia, empoderamento e representações femininas se torna crucial para desvelar algumas dinâmicas de poder na sociedade contemporânea.

## REFERÊNCIAS

BARRETTO JANUÁRIO, Soraya. Feminismo de mercado: um mapeamento do debate entre feminismos e consumo. **Cadernos Pagu**, Campinas, SP, n. 61, p. e216112, 2021. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/cadpagu/article/view/8666968>. Acesso em: 14 fev. 2024.

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: <https://doi.org/10.1590/S0102-311X2004000400024>

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

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

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 – PR, 2022.

ONU MULHERES - ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **Princípios de Empoderamento das Mulheres**. ONU Mulheres, 2017. Disponível em: [https://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2016/04/cartilha\\_ONU\\_Mulheres\\_Nov2017\\_digital.pdf](https://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2016/04/cartilha_ONU_Mulheres_Nov2017_digital.pdf) Acesso em 03 de maio de 2024.

ROSÁRIO, Nísia Martins do; COCA, Adriana Pierre. A cartografia como um mapa movente para a pesquisa em comunicação. **Comunicação & Inovação**. São Caetano do Sul, SP. Vol. 19, n. 41 (set./dez. 2018), p. 34-48, 2018.

STRECK, Danilo R.; REDIN, Euclides; ZITKOSKI, Jaime José. (Orgs.). **Dicionário Paulo Freire**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2015. Disponível em: [https://territoriosinsurgentes.com/wp-content/uploads/2021/03/Danilo\\_R.\\_Streck\\_Dicion\\_rio\\_Paulo\\_Freirez-lib.org\\_.epub\\_.pdf](https://territoriosinsurgentes.com/wp-content/uploads/2021/03/Danilo_R._Streck_Dicion_rio_Paulo_Freirez-lib.org_.epub_.pdf) Acesso em: 17 de agosto de 2023.

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