

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA**  
**FACULDADE DE COMUNICAÇÃO**

**Natalia Josiane de Sousa Reis**

**REPRESENTAÇÕES FEMININAS NA SÉRIE DE TV GAME OF THRONES**

**Juiz de Fora**  
**Julho de 2016**

Ficha catalográfica elaborada através do programa de geração automática da Biblioteca Universitária da UFJF, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Reis, Natalia Josiane de Sousa .

Representações Femininas na Série de Tv Game Of Thrones /  
Natalia Josiane de Sousa Reis. -- 2016.  
73 f. : il.

Orientadora: Cláudia Regina Lahni

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Faculdade de Comunicação Social, 2016.

1. Relações de Gênero. 2. Feminismo. 3. Mulheres na Comunicação.  
4. Identidade. 5. Game Of Thrones. I. Lahni, Cláudia Regina,  
orient. II. Título.

**Natalia Josiane de Sousa Reis**

**REPRESENTAÇÕES FEMININAS NA SÉRIE DE TV GAME OF THRONES**

Monografia apresentada ao curso de Jornalismo, da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel.

Orientadora: Profa. Dra. Cláudia Regina Lahni.

**Juiz de Fora  
Julho de 2016**

Natalia Josiane de Sousa Reis

Representações Femininas na Série de TV Game Of Thrones

Monografia apresentada ao curso de Jornalismo, da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel.

Orientadora: Profa. Dra. Cláudia Regina Lahni.

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado em 15/07/2016 pela banca composta pelos seguintes membros:

---

Profa. Dra. Cláudia Regina Lahni (UFJF) - Orientadora

---

Profa. Dra. Daniela Auad (UFJF)- Convidada

---

Profa. Dra. Fernanda Pires Alvarenga Fernandes (UFJF)- Convidada

Conceito obtido: APROVADA

**Juiz de Fora**  
**Julho de 2016**

## **AGRADECIMENTOS**

Sou grata a Deus por me permitir o dom da vida e por me presentear com a família mais linda do mundo. Família essa que agradeço pelo amor, educação, carinho e dedicação. Palavras nunca serão suficientes para agradecer tudo o que fazem por mim.

Agradeço aos meus amigos pelas inúmeras histórias que compartilhamos, pelo companheirismo, parceria e por suportarem heroicamente minhas loucuras.

Nada disso seria justo se eu não agradecesse um amigo em especial, Lincoln Galdino. Obrigada por me apresentar Game Of thrones, por dedicar algum tempo dessa sua vida corrida à longas e incansáveis conversas sobre a série e, por ser esse cara tão inteligente, divertido e de coração gigante.

Obrigada a todos os professores e professoras que, desde o primário me ajudaram chegar até aqui.

De forma mais que especial, agradeço à professora Cláudia. Obrigada pelo empenho, dedicação, carinho, paciência e incentivo. Graças a você, enxergo o feminismo com outros olhos e hoje faço parte dessa luta.

## RESUMO

O presente trabalho dedica-se a refletir como se dá a presença da mulher na comunicação especialmente a partir de análise de sua representatividade em Game Of Thrones. Para tanto, são analisadas a presença ativa das mulheres na série e elementos que compõe a identidade de três importantes personagens femininas da obra: Arya Stark, Cersei Lannister e Daenerys Targaryen. A análise empreendida se beneficia de um panorama sobre o movimento feminista, abordando também, como a imagem da mulher foi sendo criada socialmente. A pesquisa conta ainda com revisões bibliográficas de teóricas de relações de gênero e comunicação, como as clássicas e emblemáticas Simone de Beauvoir e Joan Scott e as próximas e contemporâneas Daniela Auad, Cláudia Regina Lahni, dentre outras.

**PALAVRAS-CHAVE:** Relações de gênero. Comunicação. Identidade. Cidadania. Game Of Thrones.

## **ABSTRACT**

This work is dedicated to reflect how is the woman in the presence communication especially from analysis of their representation in Game Of Thrones. To that end, they analyzed the active presence of women in the series and elements that make up the identity of three important female characters in the book: Arya Stark, Cersei Lannister and Daenerys Targaryen. The analysis undertaken benefits from an overview of the feminist movement, addressing also, as the image of women was being created socially. The survey also includes literature reviews of theoretical gender relations and communication, such as classic and iconic Simone de Beauvoir and Joan Scott and the next and contemporary Daniela Auad, Cláudia Regina Lahni, among others.

**KEYWORDS:** gender relations. Communication. Identity. Citizenship. Game Of Thrones.

## LISTA DE FIGURAS

Ilustração 1:Derrubar Rótulos: Campanha Igualdade na Política.....	35
Ilustração2:Derrubar Rótulos: Campanha Igualdade na Política.....	36
Ilustração3:Derrubar Rótulos: Campanha Igualdade na Política.....	36
Ilustração 4:Derrubar Rótulos: Campanha Igualdade na Política.....	36
Ilustração 5:Derrubar Rótulos: Campanha Igualdade na Política .....	37
Ilustração 6:Derrubar Rótulos: Campanha Igualdade na Política.....,	37
Ilustração 7:Derrubar Rótulos: Campanha Igualdade na Política.....	37



## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>9</b>
<b>2 INDÚSTRIA CULTURAL, IDENTIDADE E CIDADANIA.....</b>	<b>12</b>
2.1 INDÚSTRIA CULTURAL E INDÚSTRIAS CRIATIVAS.....	12
2.2 REPRESENTAÇÕES E EXERCÍCIO DE DIREITOS.....	20
<b>3 RELAÇÕES DE GÊNERO E COMUNICAÇÃO.....</b>	<b>27</b>
3.1 GÊNERO E FEMINISMO.....	27
3.2 AS MULHERES NA COMUNICAÇÃO.....	32
3.3 SÉRIE DE TV E MULHERES.....	41
<b>4 REPRESENTAÇÃO FEMININA EM GAME OF THRONES.....</b>	<b>44</b>
4.1 A SÉRIE.....	44
4.2 MULHERES EM GAME OF THORNES.....	46
<b>4.2.1 A MENINA LOBO.....</b>	<b>48</b>
<b>4.2.2 A RAINHA REGENTE.....</b>	<b>51</b>
<b>4.2.3 A MÃE DOS DRAGÕES.....</b>	<b>53</b>
<b>4.2.4 A QUESTÃO DO ESTUPRO EM GAME OF THRONES.....</b>	<b>56</b>
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>62</b>
<b>6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>65</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A sociedade contemporânea vive atualmente uma série de transformações em que as identidades estão em constantes mudanças, sendo possível identificar um protagonismo feminino, através do qual mulheres estão assumindo posições de destaque em vários âmbitos da vida social como família, política, religião e trabalho.

Há, portanto, uma mudança de paradigmas, acompanhada por transformações culturais e sociais. Pretende-se nesse estudo atribuir esse olhar em uma obra de ficção contemporânea. Nosso intuito é analisar como se dá a presença da mulher na comunicação e sua representatividade em Game Of Thrones. Para isso vamos estudar a presença ativa das mulheres na série e pensar elementos que compõem a identidade de três importantes personagens femininas da obra: Arya Stark, Cersei Lannister e Daenerys Targaryen.

A escolha do objeto se deu por entendermos a narrativa da série como uma metáfora da sociedade atual: Game Of Thrones é uma obra de fantasia fantástica e não apresenta um marco temporal, mas, contém elementos característicos que nos remeta ao período da história medieval. Em um ambiente masculino marcado pelo machismo e pela presença de cavaleiros, armaduras, separação de casas, religiosidade, guerras entre regiões, tudo sob domínio de um rei, espera-se que as mulheres desenvolvam papéis de pouca relevância no desenrolar dos acontecimentos. Mas em Game Of Thrones há sempre uma tentativa de quebra desse perfil já esperado das mulheres, o da esposa que cuida dos filhos e espera o marido retornar da guerra. As personagens femininas da trama mostram uma consolidação da evolução do papel da mulher, subvertendo a narrativa. São crianças, jovens e maduras, heroínas e vilãs que lutam de igual para igual com homens, em um ambiente que não lhes é favorável.

E a medida que as mulheres vão se formando como sujeito e passam a fazer parte desse universo considerado masculino, identidades são abaladas, ou seja, com as intensas trocas culturais em períodos de tempos cada vez mais curtos, os impactos causados por essas mudanças também geram um efeito na identidade do sujeito. Como apontado por Stuart Hall (2002), as identidades que ao longo dos anos possibilitavam uma consolidação do mundo social estão debilitadas, permitindo assim, o surgimento de um sujeito moderno formado por

diferentes identidades, aquele que antes era visto como unificado, passa a ser um sujeito fragmentado.

Ao longo dos anos, as pessoas faziam uso da linguagem para evocar traços de caráter ou traços sexuais e, com o grande aumento de estudos voltados para temas como sexo e sexualidade, o termo “gênero” se tornou particularmente útil. Partindo deste pressuposto, refletiremos sobre o conceito de gênero trazido por Joan Scott (1989). Para a autora, as feministas dos anos de 1980 começaram a fazer uso da palavra “gênero” como referência à organização social da relação entre os sexos sem determinar a sexualidade.

O uso da palavra indicava uma rejeição ao determinismo biológico implícito no uso de termos como “sexo” ou “diferença sexual”. Como forma de desestruturar a imagem “tradicional” da mulher, desconstruindo a ideia de “instinto natural feminino”, também defendido por Simone de Beauvoir em “Segundo Sexo”. A autora defende que gênero são conceitos socialmente construídos, podendo não corresponder ao sexo predominante. Fazendo uso da afirmação da autora, discutiremos questões de gênero, voltadas à construção da mulher na sociedade.

O indivíduo, em constante mudança, transforma também a sociedade que o cerca. Nesse contexto, estão fortemente inseridos os meios de comunicação. Seja funcionando como vitrines de projeções e identificações, ou como subsídios para as formações identitárias, é inegável a influência dos produtos midiáticos na vida e na formação do sujeito. Há, assim, a necessidade de entendermos o quadro de realidade em que as produções se inserem para compreendermos o que elas representam.

Assim no próximo capítulo, vamos refletir sobre indústria cultural e indústrias criativas. Sendo as séries de TV (e aqui pensamos Game Of Thrones) produto dessa Indústria Cultural, discutiremos a importância dessa que, mais tarde, devido às mudanças sociais e econômicas ocorridas na sociedade, foi substituída pelo conceito de “indústrias criativas”. Essas considerações demonstraram que um produto audiovisual, como a série Game Of Thrones, é capaz de transmitir determinadas questões identitárias e estereótipos.

No terceiro capítulo desta monografia o foco são as relações de gênero na sociedade e na comunicação. O feminismo como um movimento histórico e atual e como as relações de gênero foram construídas ao longo da história, como a mulher é vista pela sociedade em relação ao homem, como isso é repassado pelos meios de comunicação, que reproduzem os discursos sociais e quais alternativas essas mulheres puderam e podem recorrer.

O quarto e último capítulo é destinado à análise das personagens. Nesta etapa do trabalho, contamos uma breve história da série e o contexto em que se passam os acontecimentos narrados. Também apresentamos questões que vem sendo discutidas nos últimos meses pela sociedade como a cultura do estupro, sendo os conceitos de representação e gênero as bases da linha de pensamento que vai responder a questão principal do trabalho.

Ao analisar representações femininas em Game Of Thrones essa monografia mostrará a multiplicidade de possibilidades das mulheres serem representadas na série e de que maneira isto está sendo levado ao público.

Esse estudo quer contribuir, também, para as reflexões acerca da importância de uma comunicação igualitária, democrática e representativa. Buscando, dessa forma, colaborar para a construção de uma sociedade diferente da atual.

## 2 INDÚSTRIA CULTURAL, IDENTIDADE E CIDADANIA

Neste capítulo vamos refletir sobre indústria cultural, indústrias criativas, representação e exercício de direitos, e a partir de importantes pesquisadores, avançaremos em conceitos que servem como base para a realização desta monografia.

### 2.1 INDÚSTRIA CULTURAL E INDÚSTRIAS CRIATIVAS

Na transição da modernidade para o mundo contemporâneo, verificou-se que um significativo percentual do que se denomina cultura se difunde graças a uma produção industrial. Este processo está relacionado ao desenvolvimento do capitalismo e da chamada “Indústria Cultural”.

Termo concebido primeiramente pelos teóricos da Escola de Frankfurt<sup>1</sup>, Theodor Adorno e Max Horkheimer na primeira metade do século XX, na obra “A dialética do esclarecimento”. O conceito de “Indústria Cultural” era utilizado para caracterizar a situação artística diante de uma sociedade capitalista industrial, ao longo da Revolução Industrial iniciada no século XVIII, atingindo seu ápice a partir do fim da Segunda Guerra Mundial.

Para esses autores “indústria cultural” é o nome genérico que se dá ao conjunto de empresas e instituições cuja principal atividade econômica é a produção de cultura, com fins lucrativos e mercantis que combinariam a criação, produção e mercantilização de conteúdos criativos. Nesse sistema de produção cultural enquadram-se a televisão, o cinema, o rádio, os jornais, as revistas e o entretenimento em geral.

Por apresentar um teor nocivo ao enfraquecer, segundo seus teóricos, o poder contestador e crítico das obras de arte, o termo acusava que a cultura havia se tornado uma produção em massa cujo consumo era facilitado através dos meios de difusão. Com a “indústria cultural”, a arte é inserida na esfera da indústria capitalista. Isto significa a

---

<sup>1</sup>A Escola de Frankfurt consistia em um grupo de intelectuais que na primeira metade do século passado produzia um pensamento conhecido como Teoria Crítica. Dentre eles temos Theodor Adorno, Max Horkheimer, Herbert Marcuse e Walter Benjamin.

produção em série e a comercialização dos bens culturais, ou seja, a transformação destes em mercadorias.

[Adorno e Horkheimer] analisam a produção industrial dos bens culturais como movimento global de produção da cultura como mercadoria. Os produtos culturais, filmes, os programas radiofônicos, as revistas, ilustram a mesma racionalidade técnica, o mesmo esquema de organização e de planejamento administrativo que a fabricação de automóveis em série ou os projetos de urbanismo (MATTELART, 2000, p.77).

Segundo eles, por receber financiamento dos detentores do capital e do poder, aquilo que é fabricado pela “Indústria Cultural” perde o compromisso com os valores estéticos da produção artística, passando a valer muito mais pela sua importância mercadológica.

A indústria cultural fixa de maneira exemplar a derrocada da cultura, sua queda na mercadoria. A transformação do ato cultural em valor suprime sua função crítica e nele dissolve os traços de uma experiência autêntica. A produção industrial sela a degradação do papel filosófico-existencial da cultura (MATTELART, 2000, p.78).

Diante disso, o termo passou a ter uma conotação pejorativa, comumente identificado como de “baixa cultura” e voltado ao mercado. Mesmo com o reconhecimento, nos anos de 1980, por parte dos formuladores de políticas culturais, que essas atividades seriam economicamente significativas, este sentido negativo ainda está muito presente<sup>2</sup>.

Ideia essa ressaltada por Fátima Regis ao afirmar que os debates sobre a “indústria cultural” estabelecem que a produção da cultura de massa é de baixíssimo valor cultural e estético<sup>3</sup>. “O argumento é de que seus produtos baseiam-se em fórmulas repetitivas e narrativas simples de compreensão imediata que não demandam esforço de interpretação nem tampouco suscitam reflexões posteriores por parte do receptor”(RÉGIS, 2007, p.1).

Sobre esse tema, Adorno (1987) afirma que a “indústria cultural” teria como principal função a reorientação das massas, não permitindo a sua evasão e impondo, ininterruptamente, os esquemas para um comportamento conformista por parte destas. Nas palavras do autor, “através da ideologia da ‘indústria cultural’, o conformismo substitui a consciência: jamais a

---

<sup>2</sup>A primeira grande tentativa de estudar a indústria cultural foi feita pela Unesco, para pensar na desigualdade de recursos entre Norte e Sul. O trabalho da instituição reconheceu a dimensão econômica da cultura e o seu impacto no desenvolvimento e, daí, começou a analisar as suas características industriais (HESMONDHALGH; PRATT, 2005). Destacou-se a relevância das indústrias culturais para a descentralização cultural e, portanto, concluiu-se pela necessidade de integrar estes segmentos nas políticas culturais dos países.

<sup>3</sup>Tais avaliações serão confrontadas ao longo do trabalho, uma vez que o objeto de estudo dessa pesquisa é produto da indústria cultural.

ordem por ela transmitida é confrontada com o que ela pretende ser ou com os reais interesses das pessoas” (ADORNO, 1987, p. 293). Assim, com a conformação dos indivíduos ao seu papel de consumidores, a “indústria cultural” atingiria o seu objetivo último: a dependência e servidão das pessoas, à medida que “impede a formação de indivíduos autônomos, independentes, capazes de julgar e de decidir conscientemente” (ADORNO, 1987, p.295). Com isso, estaria garantida a manutenção do sistema capitalista.

Portanto, o cerne dos debates levantados pelos autores se fundamentavam na ideia de que a espontaneidade criativa do sujeito havia se tornado em consumo. Na perspectiva frankfurtiana, o conceito analítico de “indústria cultural” demonstra que o consumidor “não é sujeito dessa indústria, mas seu objeto” (ADORNO, 1987, p. 288).

Principalmente depois dos anos de 1960, no pós-guerra, na qual a expansão das indústrias culturais<sup>4</sup> acentuou-se. O desenvolvimento do sistema de comunicação que ampliou a base material para a geração de bens culturais e a multiplicação dos campos de produção em diferentes regiões do planeta, compreendem-se como base dessas transformações que redundou na desterritorialização da “indústria cultural”.

As décadas de 1970 e 1980 foram marcadas pela disseminação dessas tendências, as indústrias culturais se consolidaram como um ramo econômico independente e economicamente significativo.

A partir da década de 1990, no entanto, grandes áreas de consumo ganharam caráter cultural. A questão colocada para as políticas públicas é que o bem cultural resultante deste processo de mercantilização possuiria uma dualidade: ao mesmo tempo em que é uma mercadoria –com dimensão econômica – está impregnada de conteúdos simbólicos – com implicações ideológicas. É o que ressalta Bendassolli (2009, p.11) “o discurso da época contém uma inflexão do coletivo para o indivíduo e reflete transformações em termos de valores, preferências pessoais, estilos de vida e de trabalho, e perfil de consumo”.

Todas as invenções desde o aparecimento da prensa móvel de Gutenberg até o advento da internet, como a fotografia, o cinema e a televisão por exemplo, foram essenciais à medida que nos ajudaram a compreender a cultura pop ou de massa, que integra elementos dos saberes populares e elementos das artes tidas como “superiores” (música, pintura, arquitetura e etc...).

---

<sup>4</sup>O termo “indústrias culturais” (no plural)foi substituído na década de 1960 sob influência da sociologia francesa, a qual concebia as ligações entre cultura, tecnologias e capital.

As indústrias culturais, por outro lado, foram bastante atingidas pelas inovações decorrentes dessas tecnologias. A digitalização, ao permitir a conversão de imagens, de textos e de sons diferentes em uma linguagem binária, elevou o potencial de reprodutibilidade, reduziu significativamente o custo de produtos culturais no segmento audiovisual, musical e de edição de textos e facilitou as cópias não autorizadas (vulgarmente conhecidas como pirataria). Assim, as novas tecnologias, ao mesmo tempo que aumentam o potencial de difusão dos bens culturais, ameaçam setores tradicionais das indústrias culturais.

A partir de agora refletiremos um pouco mais sobre um novo segmento que veio “substituir” o termo Indústria Cultural, iniciado em meados dos anos 90. As Indústrias Criativas.

Mudanças sociais e econômicas ocorridas em países industrializados em meados de 1990, nas quais estão inseridos os fenômenos da globalização e digitalização, garantiram significativas mudanças na arte e na cultura. Surge daí uma nova onda de debates sobre a perspectiva frankfurtiana do conceito analítico de “indústria cultural”.

Diante de tais desafios conceituais gerados pelas mudanças econômicas e práticas, o conceito de “indústria cultural” torna-se insuficiente. Dentro desse contexto, certos objetos de estudo, que antes eram vistos como “menores”, ganham relevância, exemplo disso é o estudo do consumo. Os bens materiais deixam de ser vistos como algo que serve somente para atender às necessidades físicas, eles também têm outro uso importante: estabelecem e mantêm relações sociais. E se os bens culturais são importantes nas interações humanas, ao contrário do que afirmaram os frankfurtianos, estes, portanto, não são exclusivamente mercadorias, sem qualquer valor cultural. Surgindo, dentro desse contexto, o que compreendemos como “indústria ou economia criativa”.

O conceito de “Indústria Criativa” surge inicialmente na Austrália no final dos anos 1990, mas foi no Reino Unido que o termo ganhou mais força. Diante da problemática situação econômica global para a indústria tradicional foi promovido um mapeamento do setor criativo no país, a fim de identificar os setores com maior potencial de crescimento econômico e conhecer a participação desse setor no PIB, o número de empregados, os investimentos públicos e privados, entre outros dados (FIRJAN, 2008).

Segundo Latoeira (2007), a proposta do Departamento de Cultura, Mídia e Esporte<sup>5</sup> do Reino Unido é a definição mais utilizada por quem estuda as indústrias criativas, “indústrias

---

<sup>5</sup>DCMS, sigla original para Department for Culture, Media and Sport.



que têm sua origem na criatividade, habilidade e talentos individuais e que apresentam um potencial para a criação de riqueza e empregos por meio da geração e exploração da propriedade intelectual” (DCMS, 1998, p.5).

Para o DCMS (1998), as atividades que compõem as indústrias criativas são: mercado de artes e antiguidades, artesanato, design, indústria editorial, música, artes cênicas, televisão, rádio, cinema e vídeo, softwares e sistemas de informática, softwares interativos de entretenimento, publicidade, arquitetura e moda.

De acordo com Ana Jaguaribe (2004), as indústrias criativas representam um conjunto de atividades econômicas emergente, que ultrapassa os limites tradicionais entre a produção e o consumo. As atividades econômicas que compõem o núcleo das indústrias criativas não são, por si mesmas, novas.

Para Bendassolli (2009), o surgimento das indústrias criativas deve-se, ao que ele denominou de “virada cultural”, ou seja, uma transformação de valores sociais e culturais promovida pela emergência da sociedade da informação e a transição para valores pós-materialistas, ou bens-simbólicos. Para o autor, tal passagem se dá pela mudança de uma economia fundamentada no uso intensivo de capital e trabalho, e orientada para a produção em massa, para uma economia na qual o capital tem base intelectual, fundamentando-se no indivíduo, em seus recursos intelectuais, na capacidade de formação de redes sociais e na troca de conhecimentos. “Essa mudança vem associada a uma nova retórica, que ressalta os imperativos da originalidade e da criatividade, e celebra o culto das mudanças, das rupturas e da inovação”. (BENDASSOLLI, 2009, p.11).

Em seu texto “Uma introdução à temática das indústrias criativas: definições, características e panorama brasileiro<sup>6</sup>”, Natália Fernanda Dário e Juliana Marques de Carvalho (2013, p. 4) apresentam, um quadro com diversas definições de “indústrias criativas”, realizadas por diferentes estudiosos, o qual reproduzimos a seguir:

---

<sup>6</sup>Trabalho apresentado no IJ08 no XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 3 a 5 de julho de 2013.

Definição	Referência
São aquelas baseadas na criatividade, habilidade e talento individuais. São também aquelas que têm o potencial para gerar riqueza e trabalho por intermédio do desenvolvimento da propriedade intelectual.	DCMS (1998)
Os ciclos de criação, produção e distribuição de bens e serviços que usam a criatividade e o capital intelectual como insumos primários. Compreendem um conjunto de atividades baseadas no conhecimento, que produzem bens tangíveis e serviços intangíveis intelectuais ou artísticos, com conteúdos criativos, valor econômico e objetivos de mercado.	UNCTAD (2008)
O termo indústrias criativas abrange as indústrias culturais mais toda a produção cultural ou artística. As indústrias criativas são aquelas em que o produto ou o serviço contém um elemento substancial do esforço artístico ou criativo.	UNESCO (2006)
Indústrias criativas produzem bens e serviços que utilizam imagens, textos e símbolos como meio. São indústrias guiadas por um regime de propriedade intelectual e [...] empurram a fronteira tecnológica das novas tecnologias da informação.	Jaguaribe (2006)
Basicamente, são indústrias formadas pela convergência conceitual e prática entre as artes criativas ou tradicionais, como a joalheria e a dança; as indústrias culturais, à escala de massa, como a televisão, a fotografia, o cinema e o rádio; e as novas tecnologias de informação, principalmente as de base digital ou eletrônicas, como a Internet, o DVD e assim por diante.	Borges (2005)
Indústrias que têm sua origem na criatividade e cujo valor se mede na rentabilidade dos direitos de propriedade intelectual que se vendem ou licenciam no mercado, cada vez mais mercado de exportação de bens e	Yúdice (2007)

serviços voltados ao crescimento econômico.	
Uma gama de negócios orientados comercialmente, cujos recursos primários são a criatividade e a propriedade intelectual, e cuja sustentação se dá por meio da geração de lucro.	HNPT (2000)

**Tabela 1: Definições que compõem as indústrias criativas**

As acadêmicas ressaltam, portanto, que as várias definições encontradas para indústrias criativas podem ser explicadas pelo fato que o termo varia de acordo com o contexto e país em que é utilizado.

Já no trabalho “Indústrias Criativas: definição, limites e possibilidades”, Bendassolli (2009, p.16) apresenta uma tabela comparativa entre Indústrias Culturais e Indústrias Criativas,

<b>Dimensões</b>	<b>Indústrias Culturais</b>	<b>Indústrias Criativas</b>
Objeto	Estudos que investigam questões de consumo cultural, mídias, identidade cultural, políticas públicas, regeneração de cidades mediante produções culturais, e carreira e trabalho no setor cultural.	Estudos de indústrias específicas, com base em casos de cidades ou regiões. Estudos de produtos e serviços nos quais a dimensão estética ou simbólica é enfatizada
Questões comuns nos artigos	Quais as transformações pelas quais passam as indústrias culturais na pós-modernidade? Qual o impacto das novas tecnologias? Qual o impacto da globalização? Como a indústria influencia o consumo?	Como funcionam as indústrias criativas? De que maneira elas representam solução de compromisso entre artes e negócios? Como transformar a criatividade em valor de mercado( em produtos, em inovação, em novos ciclos de consumo)? Como lidar com a incerteza comercial?
Abordagem dominante	Visão crítica e ênfase nos conflitos: orientação de mercado versus orientação artística; indústria cultural e estilo de vida; ideologia	Visão crítica conjugada com soluções reconciliatórias, abordagens descritivas e artigos de posicionamento e

		revisão.
Pressuposto comum aos artigos	As indústrias culturais têm valor intrínseco e dependem de apoio e regulação pública.	As indústrias criativas têm elevado potencial para apoiar o desenvolvimento econômico e social dos países, porém dependem de apoio e regulação pública. Elas constituem fenômeno relevante que deve ser mais bem compreendido.
Abordagem metodológica	Estudos de caso, ensaios críticos, análise de conteúdo ou discurso, análises multivariadas.	Estudos de caso, ensaios críticos, análise de conteúdo ou discurso, análises multivariadas
Periódicos	Concentração em periódicos de estudos culturais, economia da cultura, comunicação e estudos urbanos; poucas publicações em Estudos Organizacionais.	Maior incidência de periódicos de estudos culturais e comunicação; poucas publicações em Estudos Organizacionais

**Tabela 2: Estudos de indústrias culturais e indústrias criativas.**

Para o autor, pode-se investigar uma possível disputa retórica entre os defensores das indústrias criativas e os defensores das indústrias culturais. Nas palavras do próprio Bendassolli, “o conceito de indústrias criativas pode ser visto como uma renovação semântica, criada de forma a neutralizar a visão crítica embutida no conceito de indústrias culturais” (BENDASSOLLI, 2009, p. 17).

Em seu texto “Rádios autorizadas como comunitárias: gestão, práticas e conceitos”, Cláudia Reginha Lahni (2014) também trabalha indústrias criativas a partir de conceitos de Andrew Pratt (2007) -“ele apresenta o termo ‘indústrias criativas’ para o lugar do ‘Indústria Cultural’, por valorizar o criativo”.

No Brasil, a Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (FIRJAN) - elaborou em 2008, de forma pioneira, um documento com estudos e dados sobre as indústrias

criativas no país. O documento traz informações importantes relacionadas às indústrias criativas brasileiras, contendo dados como número de empregados no núcleo, renda, número de estabelecimentos dentre outros. E o que se pôde perceber é que o crescimento do mercado alternativo da música, do cinema e o surgimento de pequenas editoras e livros representam maneiras de se firmar o segmento no país.

Portanto, os discursos sobre o papel das ‘indústrias culturais’, nos anos de 1990, passaram a ser importantes partindo do princípio que tais segmentos criam empregos e riqueza, fomentam a inovação nos processos de produção e comercialização e são centrais na promoção e manutenção da diversidade cultural.

Já a categoria indústria criativa parte do princípio que os bens e serviços culturais trazem em si um valor cultural e um valor econômico. Sua temática vem ganhando cada vez mais espaço no cenário econômico e principalmente cultural, o que pode ser comprovado através das diversas definições encontradas. Além de atentarmos que a criatividade é o principal conceito desse segmento.

As Crônicas de Gelo e Fogo, produto da indústria criativa, também apresentam características abordadas por Luiz Costa Lima em “Teoria da Cultura de Massa” (2000). O autor pressupõe que na cultura de massa haja camadas de heterogeneidade, na qual um produto é diferenciado dentro de um mesmo veículo ou pela diversidade de veículos em que é encontrado,

um exemplo de variação dentro do mesmo veículo, nesse caso a literatura, são as diferentes versões da *Ilíada*, de Homero, que vão desde uma adaptação simplificada em formato de pocket book até a tradução direta do grego feita por Haroldo de Campos (LIMA, 2000, p.44).

A saga é um best-seller<sup>7</sup>, vendido e traduzido no mundo inteiro. Há dezenas de produtos licenciados e comercializados sob sua marca. A mais famosa dessas adaptações é a série de TV *Game Of Thrones*, do canal por assinatura americano HBO. Essa série é estudada como base para compreendermos como se dá a presença da mulher na comunicação e sua representatividade na própria série.

---

<sup>7</sup>Best seller significa mais vendido, em inglês. É um livro considerado extremamente popular entre os leitores, além de ser incluído na lista dos mais vendidos no mercado editorial. Best sellers são normalmente considerados como literatura de massa.

Como foi possível perceber ao longo do trabalho, apesar das críticas a Indústria Cultural sempre foi forte à medida que, ao passar dos anos, passou a ser valorizada, e nesse tipo de trabalho se encaixa Game Of Thrones.

## 2.2 REPRESENTAÇÕES E EXERCÍCIO DE DIREITOS

Em muitas sociedades o século XX caracterizava-se por um movimento de constantes alterações. Essa série de transformações vividas pela sociedade contemporânea tem modificado a identidade do indivíduo, sendo possível perceber um deslocamento de estruturas e processos centrais que abalaram os quadros de referências que davam ao sujeito uma estabilidade no meio social. Como apontado por Stuart Hall (2002, p.7) “As identidades que por tanto tempo estabilizaram o mundo social estão em declínio, fazendo surgir novas identidades e fragmentando o sujeito moderno, até aqui visto como sujeito unificado”.

A oposição entre presente e passado, a procura do novo e a consequente rejeição do antigo é uma das características mais evidentes da modernidade. Isto leva-nos a afirmar, que no século XX tem-se um movimento de constantes alterações em valores, práticas e papéis desempenhados pelas pessoas.

Segundo o Hall (2002), essa “crise de identidade” é vista como parte de um processo mais amplo de mudança, que afetou a sociedade moderna do final do século XX, fragmentando as paisagens culturais de classe, raça, gênero e sexualidade. Gerando assim, transformações das identidades pessoais e alterações na ideia que o sujeito tem de si próprio, causando um “deslocamento ou descentração do sujeito”, o que possibilitou espaço para novas articulações.

Assim, parece que ao longo dos anos o indivíduo tem buscado cada vez mais estratégias para identificar-se no meio em que se encontra inserido, este que aparentemente possuía uma identidade fixa foi se deslocando e agora se encontra composto de várias identidades.

Para Hall (2002, pp.12-13), a partir de tais mudanças, a identidade tornou-se uma “celebração móvel”- formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados nos sistemas culturais.

O autor aponta que as identidades são frutos dessas representações culturais, que vão fornecer ao indivíduo um conjunto de sentidos que formará suas percepções sobre papéis sociais. Definida historicamente, não biologicamente.

O sujeito assume identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não são unificadas ao redor de um “eu” coerente. Dentro de nós há identidades contraditórias, empurrando em diferentes direções, de tal modo que nossas identificações estão sendo continuamente deslocadas. [...] A identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia. Ao invés disso, na medida em que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar – ao menos temporariamente. (HALL, 2002, p. 13).

Logo, sendo percebida como um processo cultural, a representação vai reforçar identidades individuais e coletivas e, por estar integrada em um sistema de reprodução vai sofrer, conseqüentemente, a influência da globalização. Segundo o autor (2002), o espaço e o tempo também são coordenadas básicas de sistemas de representação, que traduzem seus objetos em dimensões espaciais e temporais.

Assim sendo, “a moldagem e a remoldagem de relações espaço-tempo no interior de diferentes sistemas de representação têm efeitos profundos sobre a forma como as identidades são localizadas e representadas” (HALL, 2002, p. 70).

Em uma ideia simplificada sobre o tema, Kathryn Woodward (2011) ressalta que é através dos significados produzidos pelas representações que damos sentido àquilo que somos e à nossa experiência. Poderíamos dizer que “representações são apresentações”, isto é, são formas culturais de referir ou nomear um grupo ou sujeito.

Dentro desses sistemas de representações o feminismo é apontado por Stuart Hall como um dos movimentos responsáveis por esse descentramento do sujeito.

O feminismo questionou a clássica distinção entre o “dentro” e o “fora”, o “privado” e o “público”. O slogan do feminismo era: “O pessoal é político”. Ele abriu, portanto, para a contestação política, arenas inteiramente novas de vida social: a família, a sexualidade, o trabalho doméstico, a divisão doméstica do trabalho, o cuidado com as crianças etc. Ele também enfatizou, como questão política e social, o tema da forma como somos formados e produzidos como sujeitos generificados. Isto é, ele politizou a subjetividade, a identidade e o processo de identificação [como homens/mulheres, mães/pais, filhos/filhas] (HALL, 2002, p. 45).

O feminismo, segundo o autor, faz parte dos grupos sociais que emergiram nos anos de 1970 e junto com outros movimentos que lutavam por direitos civis tornou-se responsável

pela descentralização conceitual do sujeito cartesiano e sociológico, questionando noções que eram consideradas, até o momento, como universais.

Aquilo que começou como um movimento dirigido à contestação da posição social das mulheres expandiu-se para incluir a formação de identidades sexuais e de gênero. O feminismo questionou a noção de que homens e mulheres eram parte da mesma identidade, a ‘humanidade’, substituindo-a pela questão da diferença sexual (HALL, 2002 pp.45-46).

Movidas por estas e outras questões uma das principais reivindicações do Movimento Feminista era o reconhecimento, por parte da sociedade, das capacidades femininas no mercado de trabalho e em outras esferas públicas.

Para o momento, sabendo da importância do feminismo, continuaremos a reflexão sobre identidade e cidadania. No próximo capítulo refletiremos mais sobre o movimento feminista e relações de gênero, em especial a partir de Simone de Beauvoir, Joan Scott e Daniela Auad.

Desta forma, ativistas, negros, feministas e homossexuais estenderam o sentido político para além de suas fronteiras convencionais, buscando a hegemonia da representatividade e reivindicando apropriação de espaços para fazer valer o que chamamos de cidadania, ou seja, depois de inseridos em um meio de representação era necessário buscar a garantia do exercício de direitos.

Neste trabalho entendemos cidadania, assim, como Maria de Lourdes Manzi Covre (1991), como exercício de direitos e a luta pela manutenção e ampliação dos mesmos. Para a autora, “Só existe cidadania se houver a prática da reivindicação, da apropriação de espaços, da pugna para fazer valer os direitos do cidadão. A prática da cidadania pode ser a estratégia, por excelência, para a construção de uma sociedade melhor” (COVRE, 1991, p. 10).

Para facilitar a compreensão de cidadania, a autora incorpora três tipos de direitos: os civis, os políticos e os sociais.

O elemento civil é composto pelos direitos necessários à liberdade individual: liberdade de ir e vir, liberdade de expressão, pensamento e fé, o direito à propriedade e à justiça. Por elemento político da cidadania deve-se entender o direito de participar no exercício do poder político como membro de um organismo ou como eleitor de tais membros. Já o elemento social refere-se a tudo o que vai desde a um mínimo de bem-estar econômico e segurança, ao direito de participar na herança social e de levar a vida de um ser civilizado, de



acordo com os padrões que prevalecem na sociedade. Sendo as instituições mais ligadas a ele, os sistemas educacionais e de serviços sociais.

Covre defende que para a efetiva realização de tais direitos é importante que haja ligação entre os três. “Trata-se de um direito que precisa ser construído coletivamente, não só em termos do atendimento às necessidades básicas, mas de acesso a todos os níveis de existência, incluindo o mais abrangente” (COVRE,1991, p.11).

De maneira semelhante Marshall resume na seguinte perspectiva,

cidadania inclui: a) direitos no campos de liberdade individual: liberdade, igualdade, locomoção e justiça; b) direitos de participação política no exercício do poder político: participação política em todos os níveis: eleições, plebiscitos, participação em órgãos de representação, tais como sindicatos, movimentos e associações; c) direitos sociais: direito e igualdade de usufruto de um modo de vida digno, através do acesso ao patrimônio social, ligado ao consumo, ao lazer, condições e leis de trabalho, à moradia, à educação, à saúde, à aposentadoria etc. (MARSHALL, 1967,p. 63-64).

Em “Comunicação para a cidadania: objetos, conceitos e perspectivas”, Cicilia M. Krohling Peruzzo e Maria Alice Campagnoli Otre, apontam que “cidadania se manifesta e avança em conformidade com as circunstâncias de cada época, com o nível de consciência das pessoas e da intensidade de lutas que são capazes de travar para legitimar o avanço nas concepções de direitos humanos” (OTRE, PERUZZO, 2010, p. 27).

Para as autoras a cidadania é histórica e varia no tempo e no espaço, ou seja, varia conforme o período histórico e contexto vivido.

Em “Comunicação comunitária e Educação para a Cidadania”, Peruzzo (2000) aponta que

os direitos civis (direito à liberdade individual, à proteção legal, à propriedade, locomoção etc., conquistados desde o século XVII) e políticos (participação no exercício do poder político, liberdade de associação e de reunião e de participação em órgãos de representação, conquistados desde o século XIX), são chamados de primeira geração. Os direitos sociais (aqueles relativos à participação, com igualdade, do nível de vida e do patrimônio social, direito ao atendimento das necessidades básicas de moradia, escola, proteção, saúde etc., direitos do trabalho etc., conquistados no século XX) são de segunda geração. Os direitos coletivos pregam o respeito à diversidade social (idosos, mulheres, crianças, povos etc.), mais reconhecidos desde a segunda metade do século XX, são de terceira geração. (PERUZZO, 2000, pp. 654-655).

A autora sublinha que na sociedade moderna, os cidadãos são membros de uma mesma sociedade política baseada no sufrágio universal e na qual todos são iguais perante a

lei, porém, nem sempre tal igualdade ocorre na prática. Para Peruzzo, a participação na comunicação é um mecanismo facilitador da ampliação da cidadania e da busca da igualdade.

Em seu texto “A Comunicação a serviço da cidadania e identidade de adolescentes” Lahni (2008) também trabalha com conceitos de Peruzzo, “para Cicilia Peruzzo, o direito à comunicação através dos meios tecnológicos é um dos aspectos fundamentais da cidadania[...] Segundo a pesquisadora, a comunicação é um direito fundamental para a cidadania de qualquer indivíduo [...]” (LAHNI, 2008, p. 122).

Sobre o tema, Covre ressalta que a imprensa e os meios de comunicação em geral são fundamentais para a formação da opinião pública, à medida que juntamente com os três poderes: executivo, legislativo e judiciário possa fomentar debates. “Os trabalhadores devem estar atentos ao papel que podem desempenhar em todos esses poderes, para melhor construir a cidadania e estendê-la a todos os níveis” (COVRE, 1995, p. 31).

Lahni (2006), também defende a importância da comunicação como instrumento de cidadania.

É através da informação, divulgada pelos meios de comunicação, que vai ajudar a compor o repertório cultural, que o cidadão estabelece seus parâmetros para a construção da realidade e se torna capaz de modificar a mesma, sendo também um instrumento democrático.” (LAHNI, 2006, p.2).

A autora defende que a cidadania está inserida em um movimento que as pessoas fazem para participar de forma ativa, da construção da sociedade. E para o exercício de tal, dependemos da forma como interagimos com os meios tecnológicos do nosso tempo e de nos educarmos para discutir e exigir nossos direitos.

Isso porque a cidadania se baseia na participação, nas reivindicações, na utilização do espaço público e na luta, individual e coletiva, para fazer valer os direitos de cada cidadão. A informação torna-se um ponto estratégico na construção de uma sociedade melhor. E o direito a ela nos é garantido por lei. (LAHNI, 2006, p. 3).

Lahni (2009, p. 4) destaca que a garantia de tais direitos pode ser efetuada em dois aspectos, por representação e/ou participação. “A participação na comunicação tem sido apontada como uma maneira importante de exercer cidadania.” A autora aponta ainda que os meios comunitários podem possibilitar tais espaços.

Nesse contexto, a comunicação comunitária, por intermédio das rádios, pode ser um espaço para esse exercício. A estratégia usada para tal é a participação direta das

pessoas do lugar. Produtor, redator e locutor são cidadãos comuns, não necessariamente profissionais. (LAHNI, 2009.p. 4).

A rádio é vista pela pesquisadora como um dos meios de comunicação mais eficazes na promoção da cidadania.

Este veículo é capaz de dar voz a todas as camadas da população. Por ter uma linguagem de fácil compreensão, não custar caro e poder ser utilizado em qualquer lugar, o rádio é amigo das camadas populares, levando informação a todos os que desejarem. (LAHNI, 2006, p.4).

Para demonstrar a utilização do rádio como veículo aliado na promoção da cidadania utilizaremos aqui o exemplo do quadro “Arte e lazer”, do Programa de Mulher. O programa que foi transmitido, no período de 2001 a 2005, pela rádio comunitária Mega FM, localizada no Bairro Santa Cândida, Zona Leste de Juiz de Fora, era um projeto de extensão da Faculdade de Comunicação da UFJF, sob a formulação e coordenação da professora Cláudia Lahni.

No trabalho “Informação, cidadania e lazer”, Lahni e Iara Marques (2006) apontam que o programa era destinado às mulheres e oferecia além de opções de lazer e arte, informações sobre saúde, direito e deveres da cidadã. “Dessa forma, incentivava a participação ativa das mulheres na sociedade” (LAHNI; MARQUES, 2006, p.1).

No trabalho, Lahni e Marques (2006) explicam a estrutura organizacional do quadro “Arte e Lazer”, mas não nos atentaremos profundamente neste quesito, pois tal não apresenta o objetivo que se busca na presente monografia.

É importante, entretanto que saibamos apenas o conteúdo que era oferecido às ouvintes à medida que incentivava o exercício de sua cidadania . Sobre isso as autoras explicam,

Às ouvintes são sugeridas variadas atividades. A cada programa são apresentados eventos, como exposições, peças de teatro, shows e apresentações musicais, festas religiosas e étnicas, além de filmes e feiras que estejam acontecendo na cidade e na comunidade onde a rádio está inserida. Também são feitas sugestões de leituras, principalmente das obras clássicas da literatura nacional, acessível as ouvintes através da Biblioteca Municipal e outras. Para tanto, é frequente o incentivo ao cadastro na biblioteca, com explicações de como fazê-lo e os cuidados com o livro e os prazos de devolução. Além disso, é incentivado a visitação de museus e parques, assim como de edificações tombadas pelo patrimônio histórico, já que na cidade existem alguns marcos da história regional e nacional. (LAHNI; MARQUES2006, p.6).

Nas palavras das autoras,

Assim, as sugestões de lazer e as informações apresentadas às ouvintes têm o objetivo de oferecer cultura e contribuir com a cidadania e a reflexão a ser partilhada na comunidade, com a finalidade de superar as barreiras impostas pelas questões econômicas e educacionais. (LAHNI; MARQUES2006, p.8).

Portanto, é possível identificar que o principal objetivo do *Programa de Mulher*, era incentivar que a mulher tivesse atuação em sua realidade, à medida que pudesse questionar de forma consciente e inconscientemente sobre o exercício de sua cidadania.

Para Lahni, “o direito de informação deve ser compreendido como um direito relacionado diretamente aos outros direitos (sociais, civis e políticos) incluindo, obviamente, os antagonismos destes” (LAHNI,2006, p.3).

É possível identificar que a melhor forma de incentivar a participação ativa na busca do exercício de direitos é através da informação, por meio da qual as pessoas conhecem seus direitos e deveres e podem compreender a realidade que os cercam.

Como vimos nessa parte do trabalho, a representação e participação midiática massiva e a participação na comunicação são muito importantes para o exercício da cidadania e democracia ativa. Nesse sentido *Game Of Thrones*, que já avaliamos como produto da Indústria Cultural, representa de forma diferenciada às mulheres na comunicação.

### **3 RELAÇÕES DE GÊNERO E COMUNICAÇÃO**

Neste capítulo refletiremos sobre feminismo, relações de gênero e mulheres na comunicação, a partir de conceituadas pesquisadoras que nos ajudarão a compreender e avançar no estudo proposto por esta pesquisa, que visa analisar a representação da mulher nos meios de comunicação através da série de TV *Game Of Thrones*.

#### **3.1 GÊNERO E FEMINISMO**

Formado por mulheres críticas e questionadoras, que denunciaram a discriminação e acreditaram que, apesar de tudo, era possível um relacionamento justo entre os sexos, o feminismo é um movimento de relevância histórica que busca repensar e recriar a identidade

do sexo sob uma ótica em que o indivíduo, não tenha que adaptar-se a modelos hierarquizados.

Para Branca Moreira Alves e Jacqueline Pitanguy (1982), é difícil estabelecer uma definição precisa do que seja o feminismo, uma vez que este se traduz em um processo enraizado no passado, construído no cotidiano e sem um ponto predeterminado de chegada. Mas as autoras defendem que o feminismo

não é apenas o movimento organizado, publicamente visível. Revela-se também na esfera doméstica, no trabalho, em todas as esferas em que as mulheres buscam recriar as relações interpessoais sob um prisma onde o feminino seja o menos, o desvalorizado. (ALVES, PITANGUY, 1982 p.9).

No livro “O que é feminismo?” as autoras (1982), apontam que as mulheres vem sofrendo repressões e desvalorizações desde os primórdios da sociedade,

na Grécia a mulher ocupava posição equivalente à do escravo no sentido de que tão-somente estes executavam trabalhos manuais, extremamente desvalorizado pelo homem livre. Tendo como função primordial a reprodução [...] estando assim limitado o horizonte da mulher (ALVES, PITANGUY, pp 11-12).

Mas para desmitificar a ideia de que a sujeição da mulher seja um destino irrevogável, as autoras revelam que já na civilização romana, no ano de 195 D.C., as mulheres já reivindicavam seus direitos. “[...] mulheres dirigiam-se ao Senado romano protestando contra sua exclusão do uso dos transportes públicos- privilégio masculino- e da obrigatoriedade de se locomoverem a pé”. (ALVES; PITANGUY, 1982, p. 15).

Na Idade Média enquanto não haviam sido introduzidos os princípios da legislação grega, as mulheres também gozavam de alguns direitos garantidos pelas leis e pelos costumes. “Assim, quase todas as profissões eram-lhe acessíveis, bem como o direito da propriedade e de sucessão. No que se refere a atuação política , há exemplo de mulheres da burguesia participando de assembleias, com direito a voto”(ALVES, PITANGUY,1982, p.16).

Auad (2003) aponta, que no final da Idade Média a francesa Christine de Pisan é considerada uma das primeiras feministas, defendendo, em seu livro Cidade das Mulheres, a igualdade entre homens e mulheres nos direitos, no tratamento e na educação. Para a autora as mulheres começaram a se rebelar contra a dominação masculina, de forma mais ordenada, no século XII. Mas foi nas primeiras décadas do século XIX que essa história teve início, quando o movimento feminista adquiriu características de ação política e um discurso próprio

sobre a luta das mulheres. Mesma época em que surgiram os primeiros trabalhos voltados a perspectivas sociais que envolviam a mulher.

Com o fim da Primeira Guerra, intensificaram-se as lutas por melhores condições de trabalho e pelo direito ao voto. Entre os anos de 1930 e 1940, marcados pela eclosão da Segunda Guerra Mundial, valoriza-se mais do que nunca a participação da mulher na esfera do trabalho, no momento em que se tornava necessário liberar a mão-de-obra masculina para as frentes de batalha. Os meios de comunicação dos países envolvidos no conflito, principalmente os Estados Unidos formulavam cartazes para chamar as mulheres para o trabalho nas indústrias. Mas com o final do conflito e o retorno da força de trabalho masculina, as mulheres foram pressionadas a ceder seus lugares.

As mensagens veiculadas pelos meios de comunicação enfatizavam a imagem da “rainha do lar”, exacerbando-se a mistificação do papel da dona-de-casa, esposa e mãe. Novamente o trabalho externo da mulher é desvalorizado, tido como suplementar ao do homem. (ALVES, PITANGUY, p.51).

Auad (2003) revela, no entanto, que apesar de tal desvalorização do trabalho da mulher que se sucedeu essas campanhas, as mesmas reagiram de maneiras diferentes, uma vez que algumas mulheres já estudavam a condição feminina e lutavam por mudanças.

Mas é no final dos anos de 1960 e início dos anos de 1970, com a segunda onda feminista, que as construções teóricas começaram a surgir em torno da feminilidade. Foi nessa época que começaram a surgir os primeiros estudos acadêmicos acerca do feminismo dentro das universidades, principalmente dentro de grupos de estudos culturais na Inglaterra e nos Estados Unidos.

O movimento feminista é dividido, por algumas estudiosas em ondas. Auad (2003) ressalta que a primeira onda feminista foi marcada pela luta do direito ao voto. Ela começou quando o feminismo teve seu início como movimento social, no século XIX, e teve seu fim juntamente com essa conquista nos diferentes países. A publicação da obra “O segundo sexo” de Simone de Beauvoir, lançado em 1949, na qual a autora aponta as razões históricas e culturais que fundaram a sociedade patriarcal, relegando à mulher uma posição subalterna, foi um importante estudo lançado nessa onda. Segundo a autora (2003), a segunda onda teve início em 1963, com a publicação de A mística feminina, de Betty Friedman. Nele são analisadas questões de O Segundo Sexo e formuladas propostas para o movimento feminista.

Essa onda é marcada também pela junção do movimento feminista com outros movimentos sociais.

Mariana Muller (2015) lembra que a terceira onda teria tido início na década de 90, quando começou a se discutir os paradigmas estabelecidos nas outras ondas, e vem até os tempos atuais. A acadêmica que trabalha a partir de importantes pesquisadoras lembra que algumas dessas especialistas já falam na formação de uma quarta onda, já que com o surgimento das novas tecnologias e a percepção de que os ‘direitos iguais’ ainda não foram alcançados, mulheres jovens dessa era digital promovem algumas mobilizações.

Um exemplo do surgimento dessa possível quarta onda feminista, o movimento Marcha das Vadias que surgiu em 2011 no Canadá e se espalhou pelo mundo todo.

O corpo tem um importante e duplo papel na *marcha*: é objeto de reivindicação (autonomia das mulheres sobre seus corpos) e é também o principal instrumento de protesto, suporte de comunicação. É um corpo-bandeira. Ao subverter o uso acusatório do termo "vadia", a *marcha* reivindica o termo para si e o ressignifica positivamente como "empoderamento". O slogan "Se ser livre é ser vadia, então somos todas vadias", comum às *marchas* de diversas cidades, ilustra esta ideia central. Para expressá-la, as/os participantes lançam mão de roupas sensuais, batom vermelho e topless nas *marchas*. Palavras de ordem são escritas em seus corpos, como "meu corpo, minhas regras", "meu corpo não é um convite", "puta livre", "útero laico", "sem padrão". Pelo artifício da provocação, o corpo é usado para questionar as normas de gênero, em especial as regras de apresentação do corpo feminino no espaço público. Ao mesmo tempo, o corpo é um artefato no qual cada participante procura expressar alguma mensagem que o particulariza (Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-69922014000200007](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-69922014000200007)>)

Buitoni (1981) aponta que a imprensa feminina brasileira também teve sua fase separada em ondas.

A primeira delas é a fase “senhora”, destinada a um público feminino considerado de “elite”. A escrita utilizada era mais formal, com sentenças vocativas e imperativas, mas buscando, desde já, a proximidade com as leitoras. O conteúdo dos periódicos eram regras para ser bonita, bem vestida e morar bem. A fase “mulher” surgiu no século XX. Com a formação dos movimentos feministas, alguns jornais defendiam os direitos femininos. A linguagem utilizada ainda era mais formal. Em 1940 a fase “consumidora” começou a se fortalecer. Os jornais e revistas direcionados às mulheres ficaram com uma linguagem mais pessoal, oferecendo dicas para que as “amigas” leitoras ficassem mais bonitas, para que andassem na moda e soubessem manter o casamento. Nesse momento a mulher é assimilada como consumidora e a “novidade” é vendida (BUITONI, 1981, p. 143).

A autora (1990), explica ainda a diferença entre imprensa feminina e imprensa feminista, “a feminina seria aquela dirigida e pensada para mulheres, a feminista, embora se dirija ao mesmo público, se distingue pelo fato de defender suas causas”.(BUIIONI, 1990, p.24).

E através das tentativas de se entender a necessidade de um aprofundamento teórico a respeito dos anseios das mulheres na sociedade, condições propostas tanto pela primeira quanto pela segunda onda feminista é que começou a utilização do termo “gênero”.

Uma das pesquisadoras mais importantes de gênero é Joan Wallach Scott. Em seu texto “Gênero: uma categoria útil para análise” (1989), ela aponta que foram as feministas dos anos de 1980 as primeiras a fazerem uso da palavra “gênero” com o objetivo de fortalecer o caráter social das relações entre os sexos e refutar o determinismo biológico, que estava implícito, até então, nos termos sexo e diferença sexual. A autora nega a existência de uma essência feminina e afirma que o fato de nascer com o sexo feminino não é determinante para os papéis socialmente atribuídos.

O seu uso rejeita explicitamente as justificativas biológicas, como aquelas que encontram um denominador comum para várias formas de subordinação no fato de que as mulheres têm filhos e que os homens têm uma força muscular superior. O gênero se torna aliás, uma maneira de indicar as “construções sociais”- a criação inteiramente social das ideias sobre os papéis próprio aos homens e às mulheres. (SCOTT, 1989, p.7).

Scott aponta ainda que os determinismos biológicos são utilizados continuamente para justificar as exclusões sociais baseadas nos processos de diferenciação social como raça e gênero.

Para Auad (2003, p. 57), que também trabalha a partir de referências de Scott “gênero não é sinônimo de sexo (masculino ou feminino)”. A autora considera as relações de gênero como um conjunto de representações construídas em cada sociedade, ao longo de sua história, para atribuir significados, símbolos e diferenças para cada um dos sexos.

Em o Segundo Sexo, Simone de Beauvoir (1970)<sup>8</sup> também reflete sobre as construções sociais produzidas em torno da mulher, negando ideias e estudos que tratem de uma suposta “natureza feminina”. Assim, ao desconstruir a tese do “instinto biológico feminino”, que ela considera não um pressuposto natural imutável, mas sim uma condição culturalmente

---

<sup>8</sup>No presente estudo fizemos pesquisas a partir da 4ª edição do livro lançado no Brasil no ano de 1970.



formada, a autora rejeita a ideia de que em razão de sua “natureza inferior”, a mulher seja relegada à categoria de segundo sexo.

Tese defendida também por Lahni e Auad (2013, p. 118) em seu texto “Relações de Gênero e Exercício de Direitos: o que contam os trabalhos do Comunicação para a Cidadania no ano de 2005”. Para as autoras as desigualdades sociais de gênero são construídas e podem ser modificadas, “Gênero- um produto social que constrói o sexo. A diferença entre homens e mulheres é um fato anatômico que não teria nenhuma significação em si mesmo”.

Mas para tentar justificar as diferenças sociais entre os sexos, pensadores deterministas do final do século XIX e início do século XX ainda usavam a biologia para explicar a inferiorização do sexo feminino, partindo do princípio de que as mulheres possuíam sim uma “natureza inferior” a dos homens.

Simone de Beauvoir (1970) reconhece em determinado ponto que a mulher vive naturalmente condenada por ser mulher.

Ora a mulher sempre foi, senão a escrava do homem ao menos sua vassala; os dois sexos nunca partilharam o mundo em igualdade de condições; e ainda hoje, embora sua condição esteja evoluindo, a mulher arca com um pesadelo (BEAUVOIR, 1970, p.14).

Para a autora a razão profunda desse pesadelo e que confina a mulher ao trabalho doméstico e a impede de participar da construção do mundo é sua escravização à função geradora, sendo o corpo da mulher usado como justificativa para as desigualdades.

A mulher tem ovários, um útero: eis as condições singulares que a encerram na sua subjetividade; diz-se de bom grado que ela pensa com suas glândulas. O homem esquece soberbamente que sua anatomia comporta hormônios e testículos. Encara o corpo como uma relação direta e normal com o mundo que acredita aprender na sua subjetividade, ao passo que considera o corpo da mulher sobrecarregado por tudo o que o especifica; um obstáculo, uma prisão ( BEAUVOIR, 1970, p.10)

Tese defendida também por Auad e Lahni (2013, p. 120) em seu texto Diversidade, Direito à comunicação e Alquimia das categorias sociais, “A maternidade, por exemplo, é algo que foi e é frequentemente oferecido como explicação para a exclusão das mulheres do mercado de trabalho e da participação política”. Acusando assim, um caráter inferiorizante do corpo feminino.

Para Simone de Beauvoir (1970, p.148), a Revolução Industrial foi a contrapartida que resultou na emancipação feminina, “essa é a grande revolução que transformou o destino das mulheres e abre, para elas, uma nova era”. A autora ressalta que historicamente esta foi a primeira vez em que as mulheres participaram da esfera pública, já que na Revolução Industrial precisava-se de mão-de-obra. Mas cabe ressaltar que a luta pela emancipação da mulher é um assunto atemporal, tendo em vista as lutas diárias enfrentadas em nome da igualdade de gêneros.

Sendo assim, as relações de gênero são condicionadas pelos contextos sociais, culturais, políticos e econômicos. Enquanto sexo é determinado pela natureza, pela biologia, o gênero é construído historicamente sendo mutável e variável.

Até aqui foi possível refletir sobre o movimento feminista, as relações de gêneros construídas ao longo dos anos e a busca para a igualdade das mulheres. Nesse sentido torna-se essencial falar em conquistas femininas e mencionarmos um pouco da trajetória política de Dilma Rousseff, eleita a primeira mulher presidenta da República na história brasileira. E uma vez que entendemos a participação ativa das mulheres na política como fruto de representações midiáticas, no próximo item, discutiremos a representação da mulher nos meios de comunicação e no que se refere a participação feminina na política apontaremos alguns dos avanços feitos ainda no primeiro mandato de Dilma Rousseff.

### 3.2 AS MULHERES NA COMUNICAÇÃO

“nove mulheres ministras, ao final do primeiro semestre de 2011, do total de 37 pastas, estavam à frente de Ministérios do Governo Dilma Rousseff. Após mais de 500 anos de História do País, foi eleita, como a líder do poder executivo, a primeira mulher e, por ela, foram nomeadas essas lideranças femininas” (LAHNI; AUAD, 2011, p. 1).

A trajetória de Dilma se mistura em alguns dos episódios mais marcantes da história recente do Brasil, como a resistência à ditadura e a redemocratização do país. Entrou na política aos 17 anos de idade, em 1964 começou na Organização Revolucionária Marxista – Política Operária (Polop) e mais tarde se juntou ao Comando de Libertação Nacional (Colina).

Em 1970, foi presa e torturada no Departamento de Ordem Política e Social (Dops). Libertada no fim de 1972 ela cursou ciências contábeis na Universidade Federal do Rio

Grande do Sul. Antes de assumir a presidência do país Dilma foi secretária das Finanças da prefeitura da capital gaúcha, diretora-geral da Câmara dos Vereadores, presidente da Fundação de Economia e Estatística (FEE) do RS, Secretária de Energia, Minas e Comunicações. Em 2005 assumiu o cargo de ministra da casa civil e trabalhou na formulação do principal projeto do segundo mandato de Lula, o Plano de Aceleração do Crescimento (PAC), um conjunto de iniciativas de infraestrutura, habitação, transportes e geração de energia.

Em março de 2010, Dilma deixou o cargo no governo para se lançar à Presidência da República, apoiada por Lula. O primeiro turno da eleição presidencial de 2010 foi realizado em 3 de outubro, no qual os cidadãos brasileiros aptos a votar escolheriam o (a) sucessor(a) do presidente, Luiz Inácio Lula da Silva. Nenhum dos candidatos recebeu mais do que a metade dos votos válidos, e um segundo turno foi realizado em 31 de outubro do mesmo ano, data em que a candidata Dilma Rousseff, foi eleita com 56 milhões de votos a primeira mulher a presidir a República Federativa do Brasil.

No início de maio de 2014, foi anunciada pelo Partido dos Trabalhadores a pré-candidatura de Dilma a reeleição. Com 54.501.118 dos votos (51,64%), Dilma venceu Aécio Neves (PSDB) na disputa em segundo turno e foi reeleita no domingo 26 de outubro de 2014 para um novo mandato como presidenta da República (2015-2018).

Após a eleição presidencial mais acirrada do país, Dilma foi empossada em 1º de janeiro de 2015. Em março do mesmo ano milhares de pessoas foram às ruas como forma de protesto para reivindicar entre outras demandas o afastamento ou renúncia da presidenta. Em 2 de dezembro de 2015 sob acusações de crime por responsabilidade por pedaladas fiscais e por créditos autorizados em decretos presidenciais foi aceito pelo Presidente da Câmara dos Deputados Eduardo Cunha, o processo de impeachment de Dilma Rousseff.

A partir da aceitação do pedido, formaram-se comissões na Câmara e Senado para votação de abertura do processo, no dia 12 de maio Dilma foi afastada do cargo que ficou sob comando do atual presidente interino Michel Temer.

Mas será que o fato de Dilma ser mulher influenciou na abertura do processo de impeachment? Sobre o tema a própria presidenta manifestou seu posicionamento na tarde da terça-feira, 10, de maio de 2016. Dilma Rousseff discursou em Brasília, na abertura da 4ª Conferência Nacional de Políticas para as Mulheres,

A história ainda vai dizer o quanto de violência contra a mulher, o quanto de preconceito contra a mulher tem nesse processo de impeachment golpista. (...) nós sabemos que um dos componentes tem como base o fato de eu ser a primeira presidenta eleita pelo voto popular no Brasil. A história vai mostrar como o fato de eu ser mulher me tornou mais resiliente, mais lutadora (ROUSSEFF, 2016).

Nas últimas décadas, elas conquistaram lugar no mercado de trabalho, aumentaram sua representação e registraram melhorias em vários aspectos, como aumento da escolaridade e da expectativa de vida. No entanto, basta observar as opressões seculares para perceber que apesar de ter conquistado o espaço público, as mulheres ainda enfrentam muitos desafios, sofrem discriminações diversas e são vítimas de violência.

Segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) de 2015, do Instituto Brasileiro de Geografia Estatística (IBGE), as mulheres são maioria entre a população brasileira. Elas representam 51,5% dos 203,2 milhões de habitantes. Mas apesar dos dados relevantes podemos caracterizá-las como uma minoria social, assim como afirmam Lahni e Afonso (2015),

(...) podemos caracterizar as mulheres como minoria social, pois elas representam quase metade da população, mas continuam sendo tratadas como inferiores e, por vezes, não conseguem exercer seus direitos. Enquanto isso, homens dominam as relações de poder e se apresentam como maioria (LAHNI; AFONSO, 2015, p.5).

Janáina Morais e Talita Moreira (2011) também lembram que

no Brasil as mulheres são, a maioria do eleitorado, a maioria das concluintes do ensino superior e movimentam ativamente a economia do país. Mas em oposição aos dados, as mulheres não ocupam nem 20% de cargos na política, nas chefias e presidências e nos tribunais superiores (MORAIS; MOREIRA, 2011, p. 2).

Para modificar esse cenário de desigualdade, no ano de 2013 ainda sob primeiro mandato da presidenta Dilma Rousseff, parlamentares pediram apoio ao Tribunal Superior Eleitoral (TSE) no sentido de promover uma campanha de estímulo à presença das mulheres na política brasileira, em conformidade com o que estabelece o art. 93-A da Lei das Eleições (Lei nº 9.504/1997), introduzido pela chamada Minirreforma Eleitoral (Lei nº 12.891/2013). Segundo o dispositivo, o TSE, no período de 1º de março e 30 de junho dos anos eleitorais, “poderá promover propaganda institucional, em rádio e televisão, destinada a incentivar a igualdade de gênero e a participação feminina na política”.

A cartilha “+ Mulher na Política- Mulher Tome Partido!”, lançada em 2013, foi produzida pela Procuradoria Especial da Mulher do Senado, em parceria com a Bancada

Feminina da Câmara dos Deputados e a Procuradoria Especial da Mulher da Câmara. O trabalho continha diversos dados estatísticos, com a finalidade de contribuir para disseminação de informações sobre a participação da mulher na política, especialmente nos parlamentos.

De acordo com o levantamento apresentado na cartilha em um ranking de 188 países, o Brasil - apesar de ser a 7ª economia do mundo e o 5º país em extensão geográfica e em população – é o 156ª no que se refere a presença do sexo feminino no Poder Legislativo, ficando atrás de países como os Emirados Árabes, que aparece na 100ª posição. No âmbito da América Latina, de 34 países, o Brasil é o 30º.

No ano seguinte, em 2014 o TSE lançou no dia 14 de março a campanha “Mulher na Política”. A iniciativa, que teve como slogan: “Faça parte da política” e a hashtag<sup>9</sup> “#vempraurna”, era composta por um cartaz, um filmete e um spot, a campanha ficou no ar até junho e foi veiculada nas emissoras de rádio e televisão de todo o país.

Esse ano o TSE lançou no dia 31 de março de 2016 a campanha “Igualdade na Política”, veiculada em rede nacional de rádio e televisão a partir do dia 10 de abril. A campanha desse ano compreende um vídeo de 60 segundos, (sobre o qual nos deteremos a seguir), um spot de 30 segundos, além de banner e folder.

No decorrer das imagens veiculadas na televisão são apresentadas mulheres exercendo cargos que anteriormente eram comuns serem ocupados exclusivamente por homens, como árbitras de partidas de futebol e liderando empresas, e a medida que as imagens vão aparecendo na tela, surgem frases de teor machista e sexista que vão sendo desconstruídas, de maneira que faça referência a quebra de rótulos impostos pela sociedade. Como veremos no exemplo a seguir:

Ilustração 1: Derrubar Rótulos: Campanha Igualdade na Política



---

<sup>9</sup>Hashtag é uma expressão bastante comum entre os usuários das redes sociais, na internet. Consiste de uma palavra-chave antecedida pelo símbolo #, conhecido popularmente no Brasil por "jogo da velha" ou "quadrado".

Fonte: Print Screen YouTube

Ilustração 2: Derrubar Rótulos: Campanha Igualdade na Política



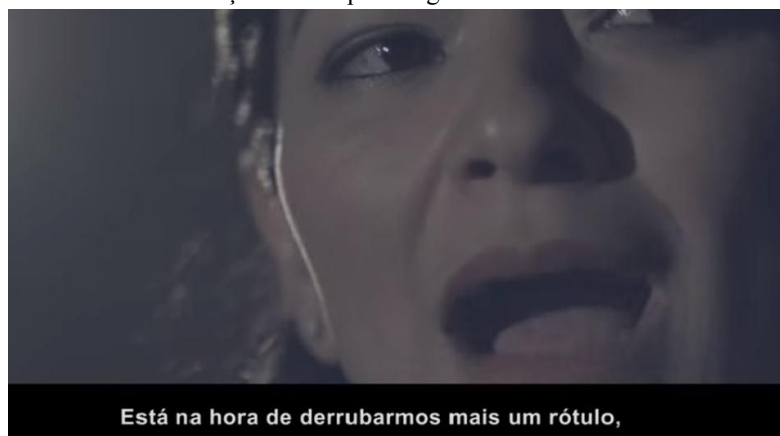
Fonte: Print Screen YouTube

Ilustração 3: Derrubar Rótulos: Campanha Igualdade na Política



Fonte: Print Screen YouTube

Ilustração 4: Campanha Igualdade na Política



Fonte: Print Screen YouTube

Ilustração 5: Derrubar Rótulos: Campanha Igualdade na Política



Fonte: Print Screen YouTube

Ilustração 6: Imagem: Derrubar Rótulos: Campanha Igualdade na Política



Fonte: Print Screen youtube

Ilustração 7: Imagem: Derrubar Rótulos: Campanha Igualdade na Política



Fonte: Print Screen youtube

Mesmo com acordos e projetos como este que propõem mudanças, tal situação de desvalorização e submissão feminina tem sua continuidade, muitas vezes reforçada por uma posição conservadora da mídia que colabora para a cultura machista.

Você se lembra da última personagem feminina que viu em alguma peça publicitária recentemente? Não seria nenhuma surpresa se esta mulher estivesse usando alguma peça de banho que mostrasse seu corpo ou se estivesse sendo representada como uma dona-de-casa preocupada com o bem-estar do marido e dos filhos. Mesmo que esta não tenha sido a possível propaganda assistida, nenhuma dessas imagens surge com dificuldade em sua mente.

Nesse sentido, entender o porquê da popularidade e repetição de certas fórmulas utilizadas nas propagandas pode elucidar o meio social em que elas nascem e circulam levando a perceber quais representações estão sendo construídas na sociedade sobre as mulheres.

Ao longo dos anos a figura da mulher sempre foi esmagada pelos caprichos e vontades de uma sociedade dominada pelos homens e por força dessa “ordem” patriarcal ainda são comuns as piadas, comerciais, filmes, novelas, músicas etc., que disseminam representações degradantes e/ou constrangedoras das mulheres.

Nesse contexto entendemos as representações como leituras e interpretações da realidade, elas referem-se à dimensão da relação (comportamentos, práticas sociais, discursos) dos sujeitos.

Por estar presente no cotidiano das pessoas a mídia contribui de maneira eficaz para a formação do senso comum. As narrativas, as práticas discursivas e as imagens veiculadas pela mídia fornecem símbolos e veiculam noções existentes, reproduzindo crenças, valores e identidades sociais. Portanto, poderíamos dizer que ao falar da mulher na mídia, nós falamos também da condição da mulher na sociedade. Caracterizá-las apenas como: vaidosas, interesseiras, competitivas com outras mulheres, vazias, donas do lar, submissas, entre outras adjetivações reflete diretamente em como a sociedade e as próprias mulheres se veem.

Nos dias de hoje, os meios de comunicação são o locus principal onde é realizado o trabalho sobre as representações sociais, pois adquiriram um status institucional que lhes autoriza a interpretar, produzir e por vezes reforçar sentidos sobre o social que são aceitos consensualmente pela sociedade, como aponta Silva,



a mídia assume a função das instituições, realizando o papel da polícia investigando crimes ou até mesmo o lugar da escola. Os meios de comunicação têm a função de fabricar imagens- conceitos que vão servir de modelo para a sociedade e ajustar o comportamento social, assim, esse tipo de representação só estaria afirmando e normatizando essa mesma imagem da mulher perante a sociedade (SILVA, 2013, p.111).

Sobre o tema, Lahni e Moreira (2014) refletem que os meios de comunicação se tornaram parte da vida das pessoas, colaborando para a construção de suas identidades e histórias. Dessa forma, os meios de comunicação têm o poder de envolver, entreter, informar e organizar a rotina da sociedade.

Ao refletir sobre a importância da mídia como formadora da identidade feminina Buitoni (1981, p. 208) aponta, “a imprensa feminina informa pouco, mas forma demais”. Para a autora, mesmo informando pouco no sentido da notícia jornalística, a imprensa feminina se mostra importante para a formação da mulher e sua imagem para a sociedade.

Afonso (2015, p. 21) lembra outra característica da representação da mulher nos meios de comunicação, “podemos observar que em grande parte dos meios de comunicação a imagem feminina segue um padrão de beleza imposto e propagado pela sociedade e pela mídia: a necessidade das mulheres serem magras, da pele branca e cabelo liso”. No entanto, a acadêmica reflete (AFONSO, 2015, p. 23) , que “nos últimos anos houve uma crescente insatisfação das mulheres com a determinação midiática a respeito de seus corpos e comportamentos, o que tem gerado algumas mudanças nas mídias tradicionais.” Como exemplo a revista Elle Brasil,

Uma grande revista de moda da editora Abril, trouxe no mês de Maio em sua capa, a blogueira plus size Juliana Romano mostrando seu corpo sem photoshop. A questão central da publicação não é sobre a gordura em si, e sim, sobre a liberdade feminina de tomar decisões acerca de seu próprio corpo, sobre esquecer a ideia de “corpo ideal”. Essa foi a primeira vez que uma revista de grande distribuição teve a decisão de exibir tal fotografia (AFONSO, 2015, p.23).

Afonso (2015) exemplifica em outro momento, que de maneira oposta a iniciativa da já mencionada revista Elle Brasil, a Revista Atrevida, uma publicação para adolescentes fez uma matéria que desagradou seu público alvo,

uma matéria sobre os tipos de maquiagem que os meninos não gostam que as meninas usem e o resultado foi uma resposta negativa das leitoras – adolescentes – em sua página no Facebook. Os comentários, em sua maioria, diziam que quem tem que gostar ou não da maquiagem escolhida é a própria menina (AFONSO, 2015, p. 23).

Em pesquisa sobre a imprensa sindical, Lahni (2001) analisou que, apesar das mulheres serem maioria no Sindicato dos Professores de Campinas e região, inclusive na diretoria, nos periódicos deste as mulheres foram representadas, nas fotografias e ilustrações, com uma imagem quantitativamente inferior em relação a essa presença. A pesquisadora inclui o depoimento de Fúlvia Rosemberg à Comissão Parlamentar Mista da Mulher, em 1977, que, com base em estudos sobre a representação feminina, declarou que a imagem relacionada aos homens e às mulheres, nos diversos meios de comunicação, era estereotipada e discriminava a mulher. O que não foi diferente na imprensa sindical, em que, na maioria das vezes, somente o homem era ligado às atividades profissionais e de liderança.

Para Silva (2013), “Quanto maior a sutileza deste tipo de atitude, maior sua eficiência em permanecer na base das relações sociais e mais difícil a sua alteração” (SILVA, 2013, p.111).

Janáina Morais (2011) reflete em seu trabalho que a criação de observatórios de mídia e de agências de notícias podem ser uma tática para reverter tal quadro,

a agência Patrícia Galvão, que faz parte das ações do Instituto Patrícia Galvão, é uma agência de notícias feminista com características, também de observatório, já que atua além da produção de notícias sobre as mulheres, organizando debates e ações de monitoramento da mídia junto a movimentos de mulheres e profissionais de comunicação (MORAIS, 2011, p. 24).

Entendida como esfera de representações e por ter o poder de se comunicar de variadas maneiras com toda sociedade, entendemos que a mídia ocupa um lugar privilegiado, uma vez que é responsável por criar mitos, construir identidades, reforçar conceitos, informar e formar opiniões. É por esse motivo que quando discutimos a representação da mulher na mídia, não estamos apenas refletindo no uso da imagem em si, estamos falando das relações sociais que queremos debater e transformar. Existe uma violência de gênero nos meios de comunicação que precisa ser tão discutida quanto a violência de gênero mais evidente, “concreta”- até porque muitas vezes uma legitima a outra.

Sabemos que a reprodução do patriarcado e do machismo encontra-se presente nas redações de jornais, rádios, televisões e portais em sociedades centradas na mídia. Uma das lutas do feminismo é para que a comunicação assuma seu papel de transformador da sociedade e ajude na construção da cidadania.

Lahni e Auad (2013) apontam como a centralidade da comunicação na sociedade atual pode ser um fator decisivo na construção das múltiplas identidades e no exercício da cidadania para todas e todos. Principalmente no que se diz respeito às mulheres e como estas são, por vezes, ainda degradadas pela mídia, ao invés de serem valorizadas em suas variadas expressões.

Denise Cogo explica o papel da mídia nesse processo comunicacional,

As mídias deixam, portanto, de se constituir em meros dispositivos transportadores de sentidos acrescidos às mensagens, ou, ainda, em simples espaços de interação entre produtores e receptores, para se converterem, de forma crescente, em uma marca, modelo e organizadora de sentido (COGO, 2004, p. 3).

Nesse sentido devemos pensar a comunicação como um mecanismo da emancipação feminina. A mídia exerce forte interferência na vida das pessoas, se de um lado, eles podem reforçar o machismo e outras ideias conservadoras produtoras de desigualdades, por outro lado, a mídia também pode expressar ações igualitárias, representar identidades plurais, assim como construí-las

Por todos esses motivos precisamos lutar, refletir e trabalhar por mecanismos legais para que as mulheres não apareçam na mídia como objetos, mas para que possamos reagir a esses ataques simbólicos nos mesmos meios em que eles são feitos. É urgente discutir como a mídia pode ser mais representativa para a mulher real, que não se encaixa em dois ou três estereótipos.

Como parte dos programas dos meios de comunicação temos os seriados, entendidos no presente estudo como dispositivos para compartilhar referências comuns acerca das representações da realidade social. No próximo item, vamos refletir sobre a presença das mulheres nas séries de TV.

### 3.3 SÉRIE DE TV E MULHERES

Se antes a mulher era excluída até mesmo do ato de contar histórias, com o movimento da emancipação feminina esse cenário se transforma. Paloma Destro (2015) aponta que “até os anos de 1950 os programas televisivos de ficção incentivavam a ideia de

que a mulher deveria ficar em casa cuidando dos filhos e do marido, passando a mensagem que ela não poderia mudar o mundo”. (DESTRO, 2015, p. 82).

É nessa década, portanto, que vão surgir programas com ênfase nos atritos domésticos e da “guerra entre os sexos”, assim como lembra Ryan Brandão (2013), o seriado *I Love Lucy* (1951-1957), que mostrava situações do cotidiano de uma atrapalhada dona de casa que não aceita tudo o que o marido determina é a semente de uma nova mulher que começa a ser germinada nas séries norte-americanas. Nas palavras do próprio Brandão (2013), a série

representou um marco para televisão norte-americana. Em um momento em que quase dois terços dos personagens dos programas exibidos durante o horário nobre, que recebiam falas, eram interpretados por homens. [...] A atriz Lucille Ball interpretava uma mulher/ esposa que fazia tudo para transcender a posição que a sociedade a relegava, a de uma simples dona-de-casa, ação que, segundo as ditas convenções do período, acabaria por atrapalhar o bom funcionamento familiar (BRANDÃO, 2013, p. 79).

Furquim ao refletir sobre as situações de discriminação veladas nas relações entre homens e mulheres na série, revela

(...) vemos Lucy tentar adentrar na vida do marido sem muito sucesso graças às trapalhadas que se originam de suas ideias e ao interesse de Ricky em mantê-la do lado de fora. Observa-se, nessa série, o constante esforço da cultura machista, por isso mesmo, no final, inevitavelmente, a vontade de Ricky prevalece mesmo quando ele se rende e concorda em fazer as coisas ao seu modo, pois Lucy sofre algum tipo de revés que a fará reconhecer que estava errada (FURQUIM, 1998, p. 32).

O autor (1998) reflete também que tais posicionamentos começam a se modificar, mesmo que de forma gradativa, nos anos seguintes, motivados pelo movimento feminista,

A rebeldia de Lucy às determinações impostas por seu marido e pela sociedade o que uma mulher e esposa deveria ou não fazer, é um dos primeiros movimentos feministas da história das sitcoms do qual se torna notícia (...) (FURQUIM, 1998, pp. 34).

Brandão (2013, p. 84) lembra dois programas na década de 60 marcada pelo fim da primeira onda feminista, que davam destaque as questões femininas “A Feiticeira (1964-1972) e Jeannie é um Gênio (1965-1970)”. Para o autor (2013), apesar dos dois programas citados serem comédias, no período em que foram veiculados, ambos se destacaram pelas questões que levavam ao público, especificamente do universo feminino.

Com o passar dos anos já na década de 1970 as séries se tornam cada vez mais responsáveis pela quebra de tabus e personagens femininas passaram a estrelar mais séries. Mary Tyler Moore Show (1970-1977), pode ser considerado o pontapé inicial de tais mudanças, em resumo a série retratava a vida de uma mulher de trinta anos, solteira e com um bom emprego. Nas palavras de Brandão,

Ao contrário de outras personagens femininas de sitcoms, sua felicidade não passa, obrigatoriamente, por um casamento estável e repleto de filhos. Mary coloca sua carreira em primeiro plano e mostra que pode alcançar êxito assim, rompendo com o rótulo de que o lugar de mulher é dentro de casa, sem direito a aspirações ou objetivos próprios(...). A mensagem é que não há nada de errado em ser solteira (BRANDÃO, 2013, p.87).

Na década de 80, As Panteras (1976-1981) já colocava a mulher em grande destaque, uma vez que as protagonistas da série exerciam funções de espionagem, perseguição de bandidos e soluções de mistérios, assuntos tipicamente encenados por personagens masculinos. É possível observar nos anos seguintes, na década de 1990, uma certa notoriedade da mulher no âmbito social.

Em um contexto de maior complexidade narrativa na construção dos personagens e tramas, surgem séries como Buffy: a Caça-Vampiros (1997-2003) e Sex and the City (1998-2004). Esta última tem como protagonistas quatro amigas em sua busca diária por amor e sexo em Nova Iorque, representando as diversas facetas da nova mulher em constante transformação (DESTRO, 2015, p. 82).

Para Brandão (2013), Sex and the City, retrata alguns apontamentos realizados por pesquisadoras de gênero sobre a mulher na sociedade,

Ao mesmo tempo que as amigas não escodem sua idolatria consumista por roupas, sapatos e grifes famosas, elas encaram o espírito da mulher do novo século. São inteligentes, independentes, trabalhadoras e que também tem o direito de se divertir, assim como os homens. Uma comprovação da evolução temática das séries americanas (...) (BRANDÃO, 2013, p. 98).

Dentro desse contexto é possível perceber que gradativamente as mulheres foram conquistando seu espaço. Questões que antes eram consideradas tabus, como o aborto, o divórcio e, até mesmo, a inserção da mulher no mercado de trabalho, hoje são assuntos recorrentes.

As novas relações sociais contemporâneas também estão presentes na narrativa de Game Of Thrones.

A série traz em suas estruturas questões e conflitos, incluindo identitários, que nos remetem à sociedade atual. Podemos então, refletir no foco do nosso trabalho, analisando três personagens femininas de grande destaque na série: Arya Stark, Cersei Lannister e Daenerys Targaryen.

## **4 REPRESENTAÇÃO FEMININA EM GAME OF THRONES**

### **4.1 A SÉRIE**

Game Of Thrones (Guerra dos Tronos) é uma série de televisão norte americana criada por David Benioff e D.B. Weiss para a emissora HBO. A história é baseada na série literária “As Crônicas de Gelo e Fogo”, de autoria de George R.R. Martin, sendo o título derivado do primeiro livro da série, “A Guerra dos Tronos”. Além da Guerra dos Tronos (1996), já foram lançados A Fúria de Reis (1998), A Tormenta das Espadas (2000), O Festim dos Corvos (2005), A Dança dos Dragões (2011) e há a previsão de mais dois volumes, Winds of Winter e A Dream of Spring (Os Ventos do Inverno e Um Sonho de Primavera, em livre tradução) que ainda serão lançados.

A primeira temporada da série estreou no Brasil em 17 de abril de 2011, a segunda em 1º de abril de 2012, a terceira em 31 de março de 2013, a quarta em 6 de abril de 2014, a quinta em 12 de abril de 2015 e a sexta temporada em 24 de abril de 2016.

A história se passa na ilha de Westeros, localidade que era ocupada por sete reinos independentes, até ser dominada por Aegon Targaryen, que as submeteu à sua casa e ao seu Trono de Ferro, formando uma só nação. Com isso, os Sete Reinos se tornaram Sete Casas juramentadas ao rei: Targaryen, Baratheon, Stark, Lannister, Greyjoy, Tully e Tyrell. Após uma grande guerra, conhecida como a Batalha do Tridente, a Casa Targaryen perdeu seu domínio e Robert Baratheon ocupou o Trono de Ferro. Na primeira temporada é dada a

introdução da série, os primeiros episódios tratam da relação entre Robert, agora rei, e seu grande amigo Eddard “Ned” Stark.

A realeza vai até o Norte para convencer Ned a ser sua nova Mão do Rei (denominação dada ao principal conselheiro do monarca) na capital do reino, Porto Real. Eddard, contrariado, vai morar na corte com suas duas filhas (deixando a esposa e seus outros quatro filhos em Winterfell, sede de sua Casa), e encontra problemas e conspirações encabeçadas, principalmente, pela rainha Cersei e seu irmão gêmeo, Jaime, ambos da Casa Lannister. Com a morte posterior de Robert, Westeros se torna o campo de batalha de uma guerra entre as Casas na busca pelo poder, simbolizado pelo Trono de Ferro.<sup>10</sup>

Após este acontecimento as principais famílias do reino de Westeros, começam a traçar suas estratégias para reivindicar trono, este é o principal tema que é tratado na segunda temporada. Além de novas famílias, a casa Stark representada por Robben Stark, filho de Edward, trava uma guerra de estratégias contra os Lannister em busca de vingança pela morte de seu pai e lorde do Norte. Reviravoltas e revelações cercam a segunda temporada que acaba com os Lannister conseguindo manter o trono Stannis Baratheon.<sup>11</sup>

A terceira temporada da obra fica ainda mais repleta de intrigas e mudanças. Conforme a história avança surgem novos personagens, além do grande destaque dado as personagens femininas, sobre o que nos aprofundaremos mais no próximo item.

Apesar de ser uma série de fantasia, é possível perceber que várias temáticas recorrentes ao “mundo real” são retratadas dentro da narrativa, como pluralidade religiosa, sexualidade, luta por poder, violência e relativismo da moral humana. A pluralidade religiosa é explorada pelas diversas correntes seguidas pelos personagens, e as diferenças entre elas também ajudam a caracterizar os personagens, que assim como na “vida real”, buscam coisas como conforto espiritual, respeito a tradições ou poder dentro da religiosidade. A sexualidade também é mostrada em diversos aspectos, seja o sexo como convenção social imposta pelo casamento, como forma de subjugar, o sexo como expressão amorosa e até mesmo uma aceção hedonista. A violência, tanto física quanto psicológica, sofrida e infligida pelos personagens é bastante visual, apesar da ausência de ilustrações nos livros, os verdadeiros

---

<sup>10</sup>A descrição foi realizada com base nas leituras dos livros, nos episódios assistidos da série e visitação em sites especializados de Game Of thrones. <<http://www.gameofthronesbr.com>>

<sup>11</sup>Disponível em:<<https://www.ufrgs.br/vies/vies/game-of-thrones/>>  
<<http://www.gameofthronesbr.com/2011/05/game-of-thrones-para-novatos.html>>

massacres e cenas de tortura e abuso psicológico/físico são descritos detalhadamente. Já nas séries tais detalhes nos tornam acessíveis através das imagens.

Na obra as divisões dos capítulos são feitas em múltiplos pontos de vista. Não há um personagem que seja o condutor da história, cada um dos personagens tem um enredo próprio, ou seja, a história flui diretamente da mente dos mesmos. Foram escolhidas três das principais personagens femininas para terem sua construção e evolução analisadas, neste trabalho.

## 4.2 MULHERES EM GAME OF THRONES

A publicação do primeiro livro de As Crônicas de Gelo e Fogo, em 1996, já foi em meio ao terceiro momento do movimento feminista, que, dentre outras demandas, também questionava a representação feminina nos veículos de comunicação. E um dos pontos que mais chama a atenção na obra é a forma como as personagens femininas foram construídas.

Em comparação a obras do mesmo gênero, As Crônicas de Gelo e Fogo tem uma representação feminina sólida e relevante para o desenvolvimento da narrativa. Se, inicialmente, temos a impressão de que será uma saga marcada pelas presenças masculinas constantes, ao acompanharmos a história percebemos que quem domina Game Of Thrones são as mulheres. Cada uma delas tem um arco de história bem explorado, que explica suas origens, e nenhuma delas está lá apenas para servir de “escada” para o arco narrativo de algum personagem masculino.

A representação feminina na Literatura de Alta Fantasia sempre foi um ponto problemático, e o próprio Martin reconhece isso em uma entrevista concedida ao site espanhol Adria's News em 2012<sup>12</sup>:

[...]A forma como as mulheres são retratadas na fantasia épica têm sido um problema por um longo tempo. Estes livros são, em grande parte, escritos por homens, mas as mulheres também os leem em grandes, grandes números. E as mulheres na fantasia tendem a ser mulheres muito atípicas... Elas tendem a ser a mulher guerreira ou a princesa corajosa que não aceita o que seu pai estabelece, e eu tenho esses arquétipos em meus livros também.[...] (MARTIN;2012).

---

<sup>12</sup>George Martin fala sobre a diversidade de personagens femininas em sua obra – entrevista ao Adria's News, retirada do site Game of Thronesbr. <http://www.gameofthronesbr.com/2012/10/entrevista-gigantesca-com-george-r-r.html> >Acesso em 20/06/2016



Ainda sobre a diversidade das personagens femininas em *As Crônicas de Gelo e Fogo*, Martin afirma:

[...] Bem... Elas devem ser diferentes porque são mulheres diferentes, com diferentes experiências de vida. Eu não acredito que todas as mulheres sejam iguais assim como nem todo homem é igual. Eu acho que qualquer declaração que você faz como “todas as mulheres são... preencha o espaço em branco” está errada. Essas generalizações sempre trazem problemas e por isso eu queria apresentar as minhas personagens femininas como uma grande diversidade, mesmo em uma sociedade tão machista e patriarcal como os Sete Reinos de Westeros. As mulheres possuem papéis diferentes e personalidades diferentes, as mulheres com diferentes talentos encontram maneiras de trabalhar com ele em uma sociedade de acordo com o que elas são (MARTIN;2012).

Na série elas não são a maioria, os homens por muitas vezes desempenham papéis fundamentais no contexto social em que se passa a narrativa, mas elas se destacam individualmente pelas suas pequenas vitórias, cada uma delas em seu âmbito.

Pelo contexto – mesmo que não se passe no mundo como o conhecemos, a história ocorre em uma sociedade de valores e regras semelhantes aos da Idade Média-, não seria verossímil que os homens não tivessem o papel de governantes e chefes de família, enquanto as mulheres, em maioria, ficam em casa criando os filhos e aguardando seus homens voltarem da guerra. O que surpreende é a tentativa constante de quebra desse perfil esperado das mulheres, através de certas personagens femininas que se diferem entre si.

*Game Of Thrones* por sua vez vem fazendo um importante trabalho, quanto às reflexões sobre igualdade de gêneros, uma vez que tenta desconstruir a imagem ideal da mulher na sociedade e dá a elas a possibilidade de decidirem sobre os próprios destinos.

Isso foi matéria do jornal *O Globo*, publicada no site do periódico no dia 31 de março de 2013, intitulada “Terceira temporada de ‘*Game of Thrones*’ destaca elenco feminino<sup>13</sup>”.

Esqueça as princesas idealizadas e as mulheres frágeis cujas armas se restringem à sensualidade ou à inocência. Em “*Game of Thrones*”, que se tornou sucesso no mundo inteiro, o papel da mulher é outro. As personagens femininas dividem o espaço com os homens de igual para igual. [...] E, no meio disso tudo, temos os dragões, que estão do lado da única pretendente feminina ao trono do reino de Westeros, disputado na atração: a herdeira exilada Daenerys Targaryen [interpretada pela atriz Emilia Clarke].(Eduardo RODRIGUES) (TERCEIRA..., 2013. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/revista-da-tv/terceira-temporada-de-game-of-thronesdestaca-elenco-feminino-7989598>>).

---

<sup>13</sup>em:<<http://oglobo.globo.com/cultura/revista-da-tv/terceira-temporada-de-game-of-thrones-destaca-elenco-feminino-7989598>>

Outro exemplo é um artigo publicado no site Olga<sup>14</sup> intitulado “Séries de TV: um grande momento para ser mulher”. São apontadas pesquisas que mostram que no cinema a maioria dos personagens com fala e destaque são homens, o que, para o site, vem sendo mudado nas séries de TV:

Em um seriado, nós temos a oportunidade de conhecer todos os lados destas mulheres, e elas passam a fazer parte de nossas vidas com frequência – e frequência é muito importante. A série *Scandal* traz uma vez por semana uma mulher negra, poderosa e influente, enquanto *The Mindy Project* mostra uma indiana bem-sucedida e acima do peso. São mulheres que já foram invisíveis, mas que não podemos mais ignorar (Bibiana HAYGERT) (Disponível em <<http://thinkolga.com/2013/07/29/series-de-tv-um-otimo-momento-para-ser-mulher/>> )

O artigo traz ainda exemplos de séries atuais com papéis femininos relevantes,

[...] A série *Scandal* traz uma vez por semana uma mulher negra, poderosa e influente, enquanto *The Mindy Project* mostra uma indiana bem-sucedida e acima do peso. São mulheres que já foram invisíveis, mas que não podemos mais ignorar[...]Mas mais importante do que as razões para isto estar acontecendo, é o fato de que mais do que nunca as pessoas estão se preocupando com a imagem feminina que está sendo passada pelas telas.[...] Disponível em: <<http://thinkolga.com/2013/07/29/series-de-tv-um-otimo-momento-para-ser-mulher/>>

*Game Of Thrones* também é citada no artigo, “*Game of Thrones* tem uma candidata a rainha abolicionista que não tem medo de nada, além de guerreiras, feiticeiras, e mães e mulheres que não precisam de títulos para serem incríveis.” (Disponível em <<http://thinkolga.com/2013/07/29/series-de-tv-um-otimo-momento-para-ser-mulher/>>).

Outro texto, denominado “A revolução feminina será televisionada”<sup>15</sup>, aponta o crescimento das séries de TV em relação ao cinema, o que leva também a mudanças na concepção de personagens femininas. Se ainda há a presença de determinados estereótipos, como a mulher controladora, a inteligente em posição de poder e a musa, algumas produções trazem novas representações, o que pode ser fruto de um desejo do público de ver um conteúdo mais próximo do real.

---

<sup>14</sup>De acordo com a própria página, Olga é um think thank (espécie de instituição dedicada a produzir e difundir conhecimentos sobre assuntos de grande importância social) que se dedica a discussões sobre feminilidade na sociedade atual. Disponível em: <<http://www.thinkolga.com>>

<sup>15</sup>Disponível em:<<http://thinkolga.com/2013/05/27/a-revolucao-feminina-e-televisionada/>>

Buscando refletir sobre a forma como as personagens femininas de As Crônicas de Gelo e Fogo foram construídas ao longo da narrativa, o próximo item deste trabalho se dedica a identificar as características de três mulheres da história- Arya Stark, Cersei Lannister e Daenerys Targaryen-, a fim de verificar se de fato elas representam uma ruptura com os estereótipos femininos dentro das narrativas e sociedade.

#### 4.2.1 A MENINA LOBO

A Casa Stark é uma das principais famílias existentes em As Crônicas de Gelo e Fogo e seu símbolo é um grande lobo cinzento. Formada por Catelyn Stark e Eddard Stark, seus cinco filhos biológicos, Arya, Bran, Robb, Rickon e Sansa; pelo filho bastardo de Eddard, Jon Snow; e pelo protegido Theon Greyjoy, é a família protetora do reino do Norte, Winterfell, um dos sete reinos de Westeros unificados sob o Trono de Ferro. A Guerra dos Tronos (1996), o primeiro livro da saga, é centrado em grande parte na narrativa dos membros da Casa Stark, considerando que cinco dos oito pontos de vista presentes no volume são de integrantes da família. São eles: Eddard, Catelyn, Arya, Sansa e Bran.

A trama central do volume é sobre a ida de Eddard para Porto Real, a capital do reino, a pedido do rei Robert Baratheon, a fim de que se torne Mão do Rei<sup>16</sup>. A ideia era de que a família se mudasse com o patriarca e que Robb ficasse responsável pelo controle das terras de seu pai em Winterfell. Porém um acidente acontece com Bran, e Catelyn acaba ficando para trás para cuidar de seu filho, enquanto as duas filhas, Sansa e Arya, seguem com Eddard para a capital.

Nota-se que apesar de serem minoria no núcleo familiar, as três personagens femininas possuem uma perspectiva própria dentro da narrativa, o que mostra a preocupação do autor em criar personagens femininas diferenciadas entre si, mesmo estas sendo da mesma família. Entre elas destaca-se, Arya Stark, terceira entre os cinco filhos de Ned Stark e Catelyn Stark.

No livro, a garota tem apenas 9 anos de idade quando os acontecimentos de Westeros abalam sua família. Na série, começa com 11. Com olhos cinzentos, cabelos castanhos e o rosto alongado é canhota e atlética. Apesar da pouca idade, é ágil e uma excelente

---

<sup>16</sup>A Mão do Rei é o principal conselheiro do Rei, e executor de seus comandos nos Sete Reinos. Os deveres da Mão incluem comandando os exércitos do Rei, elaborar leis, aplicar a justiça e, de forma geral, administrar o dia-a-dia do Reino. É o segundo homem mais poderoso do reino, depois do Rei.

cavalgadora. Por sua vez, a garota nunca foi compreendida pela família já que não possui habilidade com as atividades consideradas “femininas”, como a costura e bordado, e por não ter cuidado com sua apresentação individual, sempre estando, na maior parte do tempo, com os cabelos desgrenhados e com a roupa suja. Apresenta uma aparência andrógina e constantemente é vítima de apelidos jocosos e confundida com um garoto, isso porque foge do padrão estético esperado para uma menina de sua idade.

Arya é desenvolta e astuta, possui a capacidade de se adaptar a situações difíceis. Questionadora, sempre busca entender tudo o que está se passando ao seu redor. Suas características formam um contraponto com as de sua irmã, Sansa. Ambas foram criadas para serem mulheres que esperam pelo dia de seus casamentos, porém Arya nunca esteve disposta a aceitar esse destino e refuta de todas as formas tudo aquilo que a obrigue a ter que se prestar a um papel feminino tradicional, diferentemente de Sansa, que sonha com o dia em que seu casamento chegará.

Ao ver seu pai ser enforcado injustamente, iniciou sua saga de fugas. Arya assumiu a identidade de um garoto para não ser reconhecida, e se manteve a salvo, mesmo procurada. Com o tempo – e as aulas proporcionadas pelo pai anteriormente – a garota tornou-se excelente espadachim, e tem como objetivo vingar a morte trágica dos pais e do irmão mais velho.

Dentre todos os personagens da saga, Arya é a única que possui pontos de vista em todos os livros, e é, até a publicação de *A Dança dos Dragões* (2011), também a personagem feminina com o maior número de pontos de vista.

Já em sua primeira aparição, desafia todos os modelos de feminilidade que lhe são impostos, desde a obrigação de aprender a costurar e se manter arrumada até a não aceitação de um destino quase que obrigatório às mulheres, chegando mesmo a questionar seu próprio pai, como por exemplo, na seguinte passagem em *A Guerra dos Tronos* (1996):

“E eu posso ser conselheira do rei, construir castelos ou me tornar Alta Septã? – Você - disse, Ned, dando-lhe um beijo suave na testa. – casará com um rei e governará seu castelo, e seus filhos serão cavaleiros, príncipes e senhores e, sim, talvez mesmo um Alto Septão. Arya fez um trejeito. – Não - ela protestou -, esta é Sansa – dobrou a perna direita e voltou aos exercícios de equilíbrio” (MARTIN, 1996, p.184) .

A própria atriz Maisie Williams que interpreta Arya Stark na série defende o movimento feminista e o fim das desigualdades de gêneros. Em uma entrevista ao site

Entertainment Weekly ela revela que há dois tipos de pessoas as “normais” e as “machistas”. “Fui perguntada em um das minhas primeiras entrevistas: ‘a Arya é feminista?’ Eu nem sabia o que era uma feminista (...) Eu pensava: ‘não são todos assim?’ E então eu percebi que nem todo mundo é feminista, infelizmente.”(Disponível em: <<http://www.ew.com/article/2016/04/04/game-thrones-maisie-williams-interview> > ).

Em um discurso pronunciado por ela em Nova Iorque, durante evento da campanha publicitária #likeagirl, da marca de absorvente Always, atriz de 18 anos se diz contra as imposições da sociedade,

“É tempo das garotas serem livres, livres para cultivar e celebrar quaisquer qualidades e talentos que fazem elas diferentes. Essa transição deve acontecer com um coração e mente abertos”. (Disponível:<<http://oglobo.globo.com/cultura/revista-da-tv/maisie-williams-faz-discurso-feminista-em-defesa-das-meninas-tempo-das-garotas-serem-livres-16708214>>).

Os vídeos divulgados pela campanha incentivam as meninas a serem fortes e confiantes, pondo fim nas limitações que a sociedade as sujeitam.

Confiança nos dá o que precisamos na vida. Então lutar por vocês, ser a dona de seu futuro depende disso. O mundo está desesperado por líderes homens e mulheres. Não se trata de sexo, trata-se de propósito(...) As pessoas querem o que você tem. Acredite. Meninas, temos que ficar juntas, por favor, ajudem umas às outras... Você está autorizada a ser a pessoa mais importante na sua história”. (Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/cultura/revista-da-tv/maisie-williams-faz-discurso-feminista-em-defesa-das-meninas-tempo-das-garotas-serem-livres-16708214>>)

Com temperamento forte Arya é uma personagem que questiona, desde sempre, os estereótipos dados às mulheres e revela que tem uma voz ativa e não sujeita seus desejos aos de ninguém, muito menos aos dos homens. Assim como sugeria Beauvoir (1970), as mulheres não precisam de homens para se definir, nem se completar.

#### 4.2.2 A RAINHA REGENTE

A Casa Lannister é uma das principais casas dos Sete reinos, seu lema é - Um Lannister sempre paga suas dívidas. Na série a família é composta por: Tywin Lannister- o patriarca; Cersei Lannister- a rainha regente; Jaime Lannister- irmão gêmeo de Cersei -os dois

possuem uma relação incestuosa, na qual tem três filhos juntos; Tiryon Lannister- o duende-filho mais novo de Tywin, considerado uma aberração dos deuses.

O incesto praticado pela rainha é um dos fatores que contribuíram para o início da guerra civil de Westeros. Isso porque, em sua passagem pelo norte, o casal de irmãos é flagrado em uma relação sexual por um dos filhos de Ned Stark: o garoto escalou uma torre e os observou por uma janela. Jamie, para proteger o segredo, empurra a criança, que fica entre a vida e a morte. Este acontecimento terá reverberações futuras, quando a esposa de Ned, Catelyn (Michelle Fairley), ao descobrir que o atentado contra seu filho foi tramado pelos Lannister, sequestra o outro irmão de Cersei, Tyrion (Peter Dinklage), o que causa uma animosidade entre os Stark e os Lannister, iniciando os conflitos da guerra.

Bryan Cogman (2013), em seu livro “Por dentro da série da HBO Game of Thrones”, apresenta Cersei Lannister (Lena Headey):

Esposa do Rei Robert e rainha de Westeros, Cersei é bonita, ardilosa e ambiciosa. Ferozmente protetora dos filhos e da família, não tem medo de jogar sujo em favor de seus interesses. Cersei não nutre amor ou afeição pelo marido – de fato, o amor de sua vida é seu irmão gêmeo, Jaime, com quem mantém uma relação incestuosa desde a juventude. Quando Robert morre e seu filho Joffrey assume o trono, é obrigada a governar com seu abominado irmão caçula, Tyrion, enquanto lida com o comportamento cada vez mais errático do novo rei (COGMAN, 2013, p.76).

Quando se inicia a série Cersei Lannister é a rainha de Westeros, somente pelo cargo político que ocupa, é, uma mulher pública, algo incomum se levarmos em conta o contexto da sociedade em que a trama é ambientada. O feminismo contribuiu para transformar essa relação entre mundo pessoal e público, entre “interior” e “exterior”, assim como aponta Hall, “Ele questionou a clássica distinção entre o ‘dentro’ e o ‘fora’, o ‘privado’ e o ‘público’.” (HALL, p.45). Permitindo nesse sentido, que as mulheres passassem a ocupar esferas que antes eram exclusivamente desempenhada pelos homens,

Cersei, portanto, é essa nova mulher, ela questiona constantemente o poder homem-centrado de Westeros e usa a estrutura patriarcal da sociedade como arma nas suas manipulações e jogos. Criada para ser rainha, ela é independente e livre até onde “pode”. Em uma passagem do livro, ela chega a contar para Sansa que, quando criança, não entendia porque Jaime (seu irmão gêmeo) aprendia a lutar com espadas enquanto ela deveria aprender a tocar harpa.

Cersei ainda questiona a falta de confiança do pai e a falta de coragem do Rei Baratheon, seu então marido, pois ela sabe que é muito mais inteligente e mais corajosa que os homens a sua volta, e prova isso do seu jeito.

Cersei assume com mais força a posição de sujeito após a morte de Robert (Mark Addy). Seu poder manipulador alcança outras escalas ao tentar ditar as novas regras do jogo. Quando Ned tenta declarar a ilegitimidade de Joffrey no trono, é a rainha quem toma as decisões.

Cersei: Temos um novo rei agora. Lorde Eddard, da última vez que conversamos, o senhor me ofereceu conselhos. Permita-me retribuir a cortesia. Ajoelhe-se, senhor. Ajoelhe-se, jure lealdade ao meu filho e permitiremos que passe o resto dos seus dias no lixo cinza a que chama de lar. Ned: Seu filho não tem direito ao trono. Joffrey: Mentiroso! Cersei: Sua própria boca o condena, Lorde Stark. Sor Barristan, prenda este traidor (GAME..., 2012).

As estratégias da rainha continuam movendo a história e contribuindo para o estabelecimento da guerra dos tronos. Outro aspecto que gera grandes discussões em torno da personagem é sua vida sexual. Dona de uma beleza inquestionável- cabelo loiro, olhos verdes brilhantes e uma constituição esbelta e graciosa- ela é uma das únicas que quebra os tabus da sexualidade feminina reprimida em Westeros, admitindo seu poder de sedução e seu gosto pelo sexo. Costuma, inclusive, fazer uso da sua sexualidade para ajudá-la a ganhar ou manter seu poder sobre as peças do jogo. Já foi parar na cama de algumas figuras de Westeros, sempre buscando atingir seus objetivos, e, por isso, é taxada com diversos adjetivos nada agradáveis.

Cersei tem uma vida de privilégios, porém ela já deixou claro que nunca conseguiu aquilo que ela mais deseja: o controle sobre sua própria vida algo que, segundo ela mesma, “só poderia conseguir sendo homem”.

Mesmo sendo ambiciosa, mesquinha, manipuladora e odiada por muitos, Cersei é a única representante feminina do brasão de sua casa. Porém, mais importante do que isso, é pensar Cersei Lannister como uma mulher forte e capaz de tudo para fazer predominar seus interesses.

#### 4.2.3 A MÃE DOS DRAGÕES

Originados de Valíria no continente leste, os Targaryen não são nativos de Westeros. O brasão de sua casa é um dragão com três cabeças expelindo chamas, seu lema: Fogo e Sangue.

Única família de Senhores de Dragões que sobreviveu à perdição de Valíria, os Targaryen permaneceram por aproximadamente 100 anos refugiados na sua fortaleza localizada na foz da Baía da Água Negra, Pedra do Dragão. Durante esse período, eles demonstraram pouco interesse pelos assuntos de Westeros, até que Aegon Targaryen, juntamente com suas irmãs/esposas Visenya e Rhaenys- os Targaryen seguem o costume de praticar o casamento incestuoso, casando irmãos e irmãs para manter o sangue de dragão “puro”-, planejaram a conquista de todo o continente. Montados em três dragões, eles subjugarão seis dos sete reinos e foram coroados soberanos de todos aqueles domínios. Por quase 300 anos, a casa Targaryen governou incontestável em Westeros, contribuindo de forma significativa para a modernização do reino. Essa situação sofreu um revés quando Robert da casa Baratheon organizou uma rebelião para destronar Aerys II, conhecido como “o rei louco”.

Quase toda a família real foi assassinada, exceto duas crianças que conseguiram fugir para continente vizinho, Essos: Viserys e sua irmã recém-nascida, Daenerys.

Filha da Tormenta, a Não Queimada, Mãe de Dragões, Rainha de Mereen, Rainha dos Andalos e dos Primeiros Homens, Quebradora de Correntes, Senhora dos Sete Reinos, Khaleesi dos Dothraki, a Primeira de Seu Nome. Daenerys:é a única sobrevivente conhecida da família Targaryen, descendente da maior dinastia de reis que o mundo já viu e herdeira legítima dos Sete Reinos, recebeu do destino a maior de todas as missões: ser a primeira rainha reinante de Westeros.

Desde a infância Daenerys já havia se acostumado com a ideia de casar com irmão mais velho, a quem ela aprendeu temer desde pequena<sup>17</sup>.

Acreditando que conquistaria os Sete Reinos, ao invés de se casar com a irmã, Viserys a usa como moeda de troca e a vende para Khal Drogo, líder da tribo Dothraki -um povo

---

<sup>17</sup>As descrições foram realizadas com base nas leituras dos livros, episódios assistidos da série e visitação em sites sobre a obra



nômade e de costumes próprios, que anda em bandos conhecidos como Khalasares- em troca de um exército que o ajudaria a reclamar seu posto.

Viserys: Agora, seu corpo é o de uma mulher. Quero que esteja perfeita hoje. Pode fazer isso por mim? Não quer acordar o dragão, quer? Daenerys: Não. Viserys: Quando escreverem a história do meu reino, minha doce irmã, dirão que ele começou hoje. [...] Sei como jogar com homens como Khal Drogo. Eu lhe dou uma rainha e ele me dá um exército. Daenerys: Não quero ser a rainha dele. Quero ir para casa. Viserys: Eu também. Quero que nós dois voltemos para casa, mas eles a tomaram de nós. Então, diga, minha doce irmã, como iremos para casa? Daenerys: Eu não sei. Viserys: Vamos para casa com um exército. Com o exército de Khal Drogo. Eu deixaria que toda sua tribo a fodesse, todos os 40000 homens e seus cavalos, se fosse necessário (GAME..., 2012).

Após o casamento, observa-se a permanência dessa forma de vida, já que Daenerys submete-se ao marido Drogo, um homem selvagem, que ostenta uma longa trança nos cabelos, figura que concretiza o fato de nunca ter perdido uma batalha. No papel temático de esposa, ela é novamente modalizada pelo medo do desconhecido, da violência e agressividade que vislumbra nas ações e nos hábitos primitivos da cultura Dothraki, aos quais deseja evitar.

Se antes Daenerys aceitava as opressões do irmão, agora, casada com o líder da tribo Dothraki e assumindo o papel temático de khaleesi (rainha do khalasar), a opressão desperta nela um estado de infelicidade. A insatisfação com a situação opressora leva Daenerys a buscar uma transformação e, em uma conversa com as mulheres Dothraki que lhe servem, ela percebe que, como condição para tal, precisa conquistar o amor de Drogo. Primeiro sinal de que a identidade da personagem já passa por transformações, uma vez que esta desafia o que lhe é imposto pela sociedade Dothraki e busca por afirmar sua posição diante do marido.

Tal estado de mudança ocorre quando Dany assume posição figurativizada como o ato de “inverter” a posição durante a relação sexual com Drogo, passando a ficar ‘por cima’, conduzindo o ato sexual e olhando nos olhos do parceiro durante o sexo. Tal encadeamento de figuras concretiza a mudança de estado, a negação da forma de vida submissa, anteriormente assumida, e a afirmação de novos valores, o que possibilita o devir, o surgimento de uma nova forma de vida associada à liberdade, já que, a partir de uma ação individual, promove a anulação da estabilidade e fixidez das formas de vida socializadas do dever.

Conforme se desenvolve a trama, ela passa a ter voz ativa, motivado pela inveja em relação à posição em que a irmã se encontrava Viserys acaba morrendo nas mãos do cunhado após ameaçar a vida de Daenerys.

Após a morte do irmão, Daenerys tenta convencer o marido da necessidade de viajar para Westeros para retomar o Trono de Ferro que, com a morte de Viserys, lhe pertence. Drogo por sua vez não concorda com a ideia já que não compartilha dos mesmos valores que a mulher. Porém uma tentativa de assassinato arquitetada por Robert Baratheon faz Drogo mudar de ideia.

Após um conflito interno entre Drogo e Mago, um dos guerreiros da Tribo, o líder Dothraki fica ferido. Por insistência de Daenerys, Drogo permite que Mirri Maz Duur, a sacerdotisa da cidade que eles acabam de invadir, limpe seu ferimento que, embora seja superficial, acaba infeccionando e deixa o khal em estado febril e inconsciente.

Com a piora do estado de saúde do marido, Daenerys pede a Mirri que o salve a qualquer preço. Quando Mirri afirma que somente a morte paga por uma vida e logo em seguida pede que lhe tragam o cavalo dele, Daenerys ingenuamente pressupõe que o preço pela vida de Drogo seja a morte do seu cavalo; no entanto, após a magia, descobre que o preço pago foi a vida do filho que estava esperando e que Drogo encontra-se em estado vegetativo. Ao “enfrentar” a feiticeira e constatar que o marido ficará em estado de vegetação para sempre, Daenerys decide por conta própria colocar fim a vida de Drogo. Em uma pira de fogo, junto ao corpo de Khal, Dany<sup>18</sup> coloca os três ovos de dragões dados a ela de presentes pelo marido no dia do seu casamento e proclama-se líder do khalasar, deixando livres aqueles que não desejassem ficar, e prometendo aos que permanecerem com ela que quem os ferir morrerá aos gritos.

Como vingança contra a feiticeira, amarra-a junto à pira para queimar até a morte, mas após atear fogo, caminha para dentro do círculo enquanto todos a observam. Quando o fogo se extingue, Daenerys levanta-se, renascida das cinzas como uma fênix, rodeada por três pequenos dragões.

A partir desse episódio a personagem assume outra identidade, derrota inimigos, conquistas exércitos e aumenta sua vontade de vingança.

O papel inicialmente atribuído a Daenerys é aquele usualmente atribuído ao sujeito feminino que integra a sociedade patriarcal, o de alguém que se submete à vontade dos sujeitos masculinos com os quais se relaciona: primeiro o irmão abusivo, Viserys, e depois o marido Drogo. Mas, curiosamente, é o casamento com Drogo que a torna competente para libertar-se do jugo do irmão e afirmar-se como sujeito do seu querer.

---

<sup>18</sup>Dany- apelido pelo qual a personagem de Daenerys é carinhosamente chamada pelos fãs da série.

Ao assumir o papel temático de khaleesi, Daenerys transforma a forma de vida de resignação em uma forma de vida independente, de liberdade, instaurando-se como sujeito autônomo e autodesignado.

Em uma entrevista dada ao El País a atriz Emilia Clarke que interpreta Daenerys Targaryen revela,

“[...] minha mãe me proibiu de falar mais sobre pênis. Prefiro falar da presença da mulher na televisão, porque esta série lidera a revolução.[...] É uma série feminista. Sei que muita gente não está de acordo, mas também sei que são maioria as mulheres que me dão razão e por isso nos veem.”(Disponível em: <[http://brasil.elpais.com/brasil/2016/05/27/cultura/1464361805\\_813332.html](http://brasil.elpais.com/brasil/2016/05/27/cultura/1464361805_813332.html)>)

#### 4.2.4 A QUESTÃO DO ESTUPRO EM GAME OF THRONES

Por outro lado, ideias opostas defendem que em Game of Thrones há a presença de um falso feminismo, uma vez que o excesso de nudez e violência já se fizeram presentes em algumas temporadas da obra. Um dos principais alvos da polêmica gira em torno do episódio que foi ao ar, aqui no Brasil, no dia 17 de abril de 2015.

No episódio Sansa Stark (Sophie Turner) e Ramsay Bolton (Iwan Rheon), cuja família matou sua mãe e irmão mais velho, se casaram. A jovem, no entanto, foi forçada a fazer sexo na noite de núpcias sob o olhar de Theon Greyjoy (Alfie Allen), seu amigo de infância que ficou traumatizado após ser torturado por Ramsay e que testemunha o ataque completamente horrorizado.

Nas redes sociais internautas criticaram os diretores da obra por utilizarem o estupro como um alicerce da trama, "Sansa se tornou uma personagem feminina forte, corajosa e esperta. Por que os showrunners de Game of Thrones tiveram que inventar esta cena de estupro?",<sup>19</sup>.

Claire McCaskill, senadora norte-americana, também expressou seu repúdio em relação à cena, nas redes sociais,

---

<sup>19</sup>Crítica de fãs da série nas redes sociais sobre o episódio em que Sansa Stark é brutalmente estuprada por Ramsay, seu então marido.

“Ok, I'm done Game of Thrones. Water Garden, stupid. Gratuitous rape scene disgusting and unacceptable. It was a rocky ride that just ended [ Ok, eu desisto de Game Of Thrones[...]]Cena gratuita de estupro nojenta e inaceitável, foi um passeio rochoso”]- Tradução livre-( Disponível em: <https://twitter.com/clairecmC>)<sup>20</sup>

Outra cena que causou controvérsias foi a mostrada no quarto episódio da terceira temporada da série. Na cena em questão Cersei está no velório do filho mais velho, Joffrey (Jack Gleeson), quando Jamie se aproxima e a estupra. Ali mesmo, ao lado do caixão.

As críticas, portanto, se pautam nas agressões gratuitas exibidas na série, uma vez que estas não contribuem em nada para o desenrolar dos acontecimentos. O receio é que tais cenas se tornem rotineiras e passem a ser consideradas um tanto quanto normais.

Em entrevista dada ao New York Times, Martin tenta esclarecer sobre a construção das cenas tanto nos livros quanto na série de TV.

Um artista tem a obrigação de dizer a verdade. Meus livros são fantasias épicas inspiradas e fundamentadas na história. Estupros e violências sexual foram parte de todas as guerras que já aconteceram, desde os tempos atrás até hoje. Não mostrá-los em uma história centrada na guerra e no poder seria totalmente falso e desonesto e prejudicaria um dos temas dos livros: aquele que os verdadeiros horrores da história humana não vieram dos orcs ou dos feiticeiros sombrios, mas sim de nós mesmos. Nós somos os monstros. (E os heróis também). Cada um de nós tem dentro de si a capacidade de fazer o bem e também o mal.(MARTIN...2014).

Cabe-nos ressaltar, portanto, que mesmo sendo “parte do mundo”, as agressões sexuais são exploradas na série como forma de abuso, a possível quebra dessa corrente só seria possível se durante o trabalho fossem exibidos todos os aspectos da cruel experiência- tanto da parte de quem sofre, quanto da parte de quem pratica o abuso- talvez assim o assunto tomaria outras proporções além das cenas gratuitas exibidas nas séries.

Mas seria essa extinção das cenas de violência contra as mulheres exibidas na série um resultado das pressões exercidas pelo público?

Entendemos, no entanto, que diferente do que era defendido pelos críticos da Indústria Cultural, os sujeitos não se encontram em total estado de passividade em relação ao que lhes são oferecidos pelos meios de comunicação, dessa forma, as ações exibidas nas telas, provocam reações fora delas. Tal mudança pode ser entendida assim como destacaram os teóricos das indústrias criativas, como um fenômeno relevante que deve ser bem mais compreendido, tanto que a sexta temporada da série, que teve sua estréia no Brasil no dia 24

---

<sup>20</sup>Senadora norte americana McCaskill, em sua conta no twitter ao criticar cena de estupro em Game of Thrones.

de abril, abordou uma temática diferente e as cenas de estupro estão aos poucos sendo extintas da obra.

Em um momento em que o Brasil luta pelo fim da cultura do estupro<sup>21</sup>, essa mudança de paradigmas vindo das séries de TV e consequentemente dos meios de comunicação pode ser considerado um ponto favorável.

No último dia 25 de maio um caso de estupro coletivo chocou o país e virou manchete nos jornais e noticiários do mundo todo: após a divulgação de um vídeo nas redes sociais uma jovem de 16 anos denunciou a polícia que havia sido violentada sexualmente por mais de 30 homens em uma comunidade na Zona Oeste do Rio de Janeiro no final de semana do dia 21 do mesmo mês. No episódio um homem publicou em sua conta pessoal no Twitter um vídeo com imagens de uma mulher nua e desacordada, vítima de um estupro. Na gravação a vítima aparece cercada por homens que filmam seus órgãos genitais sangrando e que alegam ter praticado o crime, na legenda do conteúdo um dos agressores escreve: “Amassaram a mina (...), Mais de 30 engravidou entendeu ou não entendeu? kkk” (sic).

O vídeo causou repúdio e indignação, internautas começaram a denunciar a publicação pedindo que as demais pessoas não compartilhassem o vídeo para não expor mais a vítima, e após saber da divulgação das imagens a adolescente efetuou a denúncia.

No mesmo final de semana que o crime aconteceu no Rio de Janeiro uma jovem de 17 anos de idade também foi vítima de um estupro coletivo na cidade de Bom Jesus em Piauí, em depoimento a jovem disse à polícia que teria sido violentada por quatro homens após ingerir bebida alcoólica.

Após os dois episódios manifestações, passeatas, campanhas e intervenções artísticas a favor das vítimas e contra a violência sexual praticada contra as mulheres no Brasil e no mundo movimentaram as redes sociais e as ruas do país. Na internet os usuários colocaram em suas fotos de perfil a frase “Eu luto pelo fim da cultura do estupro.”

As manifestações tinham como principal pauta o fim da violência de gênero e a forma como o assédio é tratado em nossa sociedade. Frases como: “nenhuma mulher merece ser estuprada”; “Juntas resistiremos”, “por todas elas”, “o sangue de uma é a ferida de todas”,

---

<sup>21</sup>Expressão que começou aparecer com mais frequência nas ruas e redes sociais após caso de estupros coletivos no Rio de Janeiro e Piauí em maio de 2016.

“chega de culpar a vítima”, “a culpa nunca é da vítima”, “Quero um dia sem estupro” e “precisamos falar sobre a cultura do estupro” estamparam as ruas das cidades de norte a sul do Brasil.

Mas você sabe o que é a cultura do estupro? Segundo a ONU Mulheres<sup>22</sup>, o termo é usado para abordar as maneiras em que a sociedade culpa as vítimas de assédio sexual e normaliza o comportamento sexual violento dos homens.

Quando uma sociedade normaliza a violência sexual por meio da culpabilização da vítima, significa que há uma cultura do estupro. Frases como: “Se as mulheres soubessem se comportar, haveria menos estupros” e “Mulheres que usam roupas que mostram o corpo merecem ser atacadas”, são reflexos desse comportamento.

A naturalização de atos e comportamentos machistas, sexistas e misóginos que estimulam agressão sexual e quaisquer tipo de violência contra as mulheres também são consequência dessa cultura.

Segundo o 9º Anuário Brasileiro da Segurança Pública realizado em 2014, a cada onze minutos uma pessoa é estuprada no Brasil. Segundo os dados oficiais, foram cometidos 47,6 mil casos de estupros, uma média de 130 por dia, sendo que menos de 10% dos crimes são notificados por medo e vergonha por parte da vítima.

No dia 27 de maio, no site brasileiro da empresa de mídia norte-americana BuzzFeed<sup>23</sup> uma publicação sugeria um questionamento sobre a legitimidade da cultura do estupro. Na postagem frases sexistas e machistas como: “Ninguém é estuprada dentro de casa lavando louça” ou “Com essa roupa, tava pedindo” eram confrontadas com notícias de casos de estupro que aconteciam com as vítimas dentro da própria casa ou casos em que freiras e mulheres idosas também foram vítimas do crime.

Cantadas de rua, piadas sexistas, ameaça, assédio moral e/ou sexual, prevenções com foco em como as mulheres devem evitar serem estupradas, construção das imagens que as mulheres são sexualmente passivas e disponíveis para a prática sexual, feminicídio e o próprio estupro, são algumas das práticas em que as mulheres ainda vivem submetidas e contra as quais lutam constantemente.

---

<sup>22</sup>Entidade das Nações Unidas para a Igualdade de Gênero e o Empoderamento das Mulheres. Disponível em: <<http://www.onumulheres.org.br/onu-mulheres/sobre-a-onu-mulheres/>>

<sup>23</sup>Disponível: <[https://www.buzzfeed.com/clarissapassos/noticias-que-mostram-que-nao-adianta-tentar-justificar-um?utm\\_term=.fy5qEm0J2#.rhv8xMV7](https://www.buzzfeed.com/clarissapassos/noticias-que-mostram-que-nao-adianta-tentar-justificar-um?utm_term=.fy5qEm0J2#.rhv8xMV7)>

Nas ruas, na televisão, nas revistas, nas músicas, nos filmes, na linguagem, na publicidade, entre outros dispositivos sociais, a cultura do estupro está em todos os lugares. Dessa forma, toda sociedade deve se mobilizar para colocar fim nessa prática que fere os direitos humanos das mulheres. Nenhum argumento, comportamento, peça de roupa, orientação sexual, devem justificar o ato bárbaro que é o estupro.

Outro caso recente de assédio moral e sexual que virou notícia no país foi o que aconteceu com uma repórter do portal de notícias IG. De acordo com a reportagem<sup>24</sup> publicada no mesmo veículo<sup>25</sup>, em entrevista de divulgação do seu novo Cd o cantor de funk MC Biel havia chamado a jornalista- cujo nome não foi divulgado para preservar sua identidade- com nomes pejorativos tais como “gostosinha” e ainda teria dito que “a quebraria no meio” se mantivesse relação sexual com a profissional.

Durante outro momento da entrevista ao ser questionado sobre sua orientação sexual o cantor haveria usado palavras de baixo calão e conotação sexual. Ainda de acordo com a reportagem o diálogo entre a repórter e o cantor foi gravado em áudio e vídeo que foram entregues à polícia como provas no processo de investigação.

Na publicação a repórter explica que a denúncia contra Biel é pelo direito de ser respeitada para poder fazer o seu trabalho e esse tipo de coisa não acontecer mais.

Após o acontecido ter ido a público o cantor justificou que teria sido mal interpretado pela jornalista. Posteriormente, após a repercussão negativa do caso, ele voltou atrás e decidiu se retratar em um vídeo<sup>26</sup> dizendo que nunca imaginou que suas palavras pudessem machucar quem o entrevistasse.

Segundo a representante da ONU Mulheres no Brasil, as atitudes do cantor devem ser consideradas assédio sexual, uma vez que “usar palavras de baixo calão e de conotação sexual estando em posição superior ou de poder em relação à mulher comprovam o assédio sexual” (Nadine GASMAM).

No entanto, após ser assegurada pela empresa que receberia todo apoio necessário, a repórter foi demitida. A notícia tornou-se pública na sexta-feira, 17 de junho, após o jornalista Fernando Oliveira publicar a notícia em sua conta pessoal no Twitter<sup>27</sup>. O episódio causou

---

<sup>24</sup>A editora executiva do IG, Patrícia Moraes foi quem assinou a reportagem.

<sup>25</sup>Disponível em: <<http://delas.ig.com.br/comportamento/2016-06-03/biel-chama-reporter-de-gostosa-em-entrevista-e-diz-que-a-quebraria-no-meio.html>>

<sup>26</sup>Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?feature=player\\_embedded&v=a1JbDvsVQQ0](https://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=a1JbDvsVQQ0)>

<sup>27</sup>Disponível em: <[https://twitter.com/feffito?ref\\_src=twsrc%5Etfw](https://twitter.com/feffito?ref_src=twsrc%5Etfw)>

indignação nas redes sociais e umas das publicações questiona: “Qual é a justificativa para deixar sem emprego uma mulher que enfrenta a Justiça contra um homem famoso após relato de assédio? Uma mulher que vocês prometeram ajudar?”.

O portal IG não quis se manifestar sobre o caso ou sobre a demissão da jornalista.

Em um momento que o Brasil e as mulheres se mobilizam contra a cultura do estupro, esse episódio de assédio sexual e moral sofridos pela repórter só comprovam que é esse tipo de comportamento machista e sexista que devemos combater, é o pensamento retrógrado de que a mulher deve ser submissa ao homem e aceitar tudo que lhe é imposto. É pelo fim da discriminação de gêneros e respeito.

Esperamos no entanto, que as cenas de estupro e nudez feminina exibidas em Game Of Thrones sejam de fato extintas da obra e que a série não reproduza mais a cultura do estupro, esta a qual nós lutamos constantemente para combater.



## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Todos os dias ao saírem de suas casas ou mesmo dentro do ambiente familiar mulheres são obrigadas a conviverem com comentários constrangedores de homens em relação ao seu próprio corpo, machismo, sexismo, assédio sexual e moral.

Ações como estas geram o que atualmente tem sido o foco de debates de muitos grupos: a cultura do estupro, que geralmente é potencializada pelos próprios meios de comunicação e dispositivos sociais como músicas, publicidade, séries de televisão e etc.,

Pensando nisso, a preocupação deste trabalho foi, além de estudar as relações de gênero na comunicação, analisar como se dá o entendimento da mulher e sua representatividade em Game Of Thrones, através da análise comportamental de três importantes personagens femininas da obra: Arya Stark, Cersei Lannister e Daenerys Targaryen.

As séries de TV, que desde o seu surgimento nos anos de 1950 desempenham importantes funções na construção do imaginário coletivo, hoje mais do que nunca, tomam conta de debates nas redes sociais, grupos de conversas e também estão em estudos de comunicação.

As ativistas feministas lutaram e lutam a favor dos direitos legais das mulheres (direitos de contrato, direito ao voto), pelo direito da mulher à sua autonomia e à integridade de seu corpo, pelos direitos reprodutivos, pela proteção contra a violência doméstica e contra todas as formas de discriminações. Mesmo sendo uma sociedade patriarcal é possível observar um grande avanço em direção a um futuro menos desigual entre homens e mulheres.

Cada personagem de Game Of thrones analisada representa uma dessas variáveis mudanças. Arya Stark, a menina lobo, representa uma nova geração de meninas que já crescem questionando os padrões sociais e refutam de todas as maneiras as tentativas de se enquadrar em um modelo imposto pela sociedade. Valente e corajosa, a personagem ajuda na formação de meninas mais autoconfiantes e independentes, características, até então, atribuídas aos meninos.

Essas desigualdades, portanto, podem ser combatidas através da educação, como defende a pesquisadora Daniela Auad ao afirmar que meninos e meninas devem aprender a

conviver juntos, já que essa seria uma maneira de formar identidades femininas e masculinas em constante questionamento de o que querem ser, e com total liberdade para tal.

A necessidade do questionamento do que é culturalmente percebido como diferenças entre homens e mulheres também é evidenciada. As ideias de Beauvoir, apresentadas no capítulo 3, se mostram pertinentes à atualidade, em que a feminilidade considerada padrão ainda é cobrada das mulheres.

Cersei Lannister, a rainha regente de Game Of Thrones evidencia a nova mulher, mãe, amante, esposa e protagonista em tudo que faz. Todos os seus movimentos culminam para sua manutenção e permanência na guerra dos tronos e assim como a nova mulher, luta em favor da cidadania das mulheres e da construção de identidades femininas não submissas aos homens. Crítica e questionadora representa a nova mulher que aparece juntamente com os movimentos feministas, discutidos também no capítulo 3.

Já Daenerys Targaryen se mostra uma excelente representação do indivíduo contemporâneo. De princesa exilada se transforma na maior e mais forte pretendente ao trono de ferro. A personagem encarna a metamorfose pela qual todos nós passamos em nossas vidas, com sua identidade se transformando e entrando em crise, na medida em que se vê inserida em contextos e situações diferentes, que vão demandar determinadas reações. Ao fim, surge outra Daenerys, composta por diversas camadas, mas que tentará, certamente, ser e se sentir completa. Assim como apontado por Stuart Hall, ao analisarmos as mudanças na identidade dos sujeitos no capítulo 2.

Percebemos acima de tudo que as três personagens analisadas representam várias mulheres, várias faces de um mesmo rosto feminino que clama por igualdade e respeito dentro da sociedade. Na obra há outras figuras femininas significativas. Não poderíamos deixar de citar Ygritte, Asha Greyjoy, Olenna Tyrell, Lysa Tully – que foi quem, no fim das contas, iniciou a Guerra dos Cinco Reis.

Perigosas e virtuosas, as personagens femininas criadas por Martin expressam a força e a coragem das mulheres do mundo real. Inconformadas com a condição de inferioridade imposta durante séculos de tradição, elas lutam por seu próprio espaço dentro de uma sociedade misógina, que confinava as esposas e filhas no espaço privado, reservando o público apenas aos maridos e filhos.

São mulheres guerreiras, apaixonantes e apaixonadas, que buscam paz em meio à guerra, a felicidade em meio à tristeza, o amor em meio ao ódio. São rainhas, princesas, esposas, amantes, guerreiras, sacerdotisas e uma infinidade de representações.

Mas afinal de contas, Game Of Thrones é um seriado feminista? Ser feminista é também reconhecer que vivemos em uma sociedade sexista, opressora e que é importante lutar ou ter empatia por aquelas que lutam pela mudança desse paradigma.

A série até pouco tempo ainda explorava o estupro como um “recurso” de construção de personagem e exibia uma cota de nudez feminina indesejável e criticada por muitos. Aos poucos essas características estão sendo extintas da obra, mas há muito que se caminhar em relação às questões feministas e de empoderamento de todas as mulheres, uma vez que falta representatividade em relação às mulheres negras e às mulheres lésbicas.

Vale ressaltar também que Game Of Thrones ainda não possui um final definitivo, uma vez que a série se encontra em sua sexta temporada havendo previsão para o lançamento de mais duas. Nesse sentido, questões ligadas ao destino das personagens e em relação às suas identidades podem ser modificadas de acordo com o contexto da obra.

O importante é dar visibilidade às personagens femininas, não colocando-as como meras decorações incapazes de desempenhar papéis reservados aos personagens masculinos. Afinal, papéis de gênero são conceitos socialmente construídos, Cabe a nós portanto, questionar essa construção social, aceitando que as escolhas individuais se superponham às imposições sociais dominantes.

O presente estudo mostra-se relevante ao analisar também como determinadas identidades estão sendo representadas, no sentido de se verificar quais as concepções- no caso, da mulher- estão sendo oferecidas ao público.

Com esse estudo esperamos contribuir para o conhecimento acumulado sobre comunicação e relações de gênero. Esperamos também contribuir com a reflexão sobre esse tema, em prol das mudanças na sociedade.

## 6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

**ADORNO, T.W. A Indústria Cultural.** Trad. de. Amélia Cohn. In; COHN, Gabriel (org). *Comunicação e Indústria Cultural*. 5 ed. São Paulo; T. A Queiroz, 1987. p. 287-295.

**AFONSO, Juliana Neves. A MULHER NA PUBLICIDADE:** um estudo do anúncio da Heineken. Monografia apresentada perante banca examinadora da Faculdade de Comunicação para obtenção de grau de bacharel em Comunicação Social. Universidade Federal de Juiz de Fora. Juiz de Fora, 2015.

Agência Brasil Disponível em:< <http://agenciabrasil.ebc.com.br/>> Acesso em: 30 de març.2016.

**ALVES, Branca Morerira; PITANGUY, Jacqueline. O que é feminismo?.** Coleção PRIMEIROS PASSOS: Brasiliense,1982.

**AMARAL, Batista Ricardo. A vida quer é coragem:** A trajetória de Dilma Rouseff, a primeira presidenta do Brasil. Rio de Janeiro: Primeira Pessoa, 2011.

**AUAD, Daniela. Educar Meninas e Meninos:** relações de gênero na escola. São Paulo: Contexto, 2006.

\_\_\_\_\_. **Educação para a democracia e co-educação:** apontamentos a partir da categoria gênero. São Paulo: Revista USP,2002-2003.

\_\_\_\_\_.**Feminismo:** que história é essa? Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

\_\_\_\_\_.**Relações de gênero na sala de aula:** atividades de fronteira e jogos de separação nas práticas escolares: Pro-Posições, v. 17, n. 3 (51) - set./dez. 2006.

\_\_\_\_\_. LAHNI, Cláudia Regina. **Diversidade, Direito à Comunicação e Alquimia das Categorias Sociais:** Da anorexia do slogan ao apetite da democracia. Revista Eptic Online, 2013.

**BEAUVOUR, Simone. O Segundo Sexo;** Fatos e Mitos.São Paulo: Difusão Europeia do Livro, 1970, 4 ed.

**BENDASSOLLI, P. F. et al.. Indústrias Criativas:** definição, limites e possibilidades. **Rev de Adm de Emp**, São Paulo, v. 49, n.1, p. 10-18, Jan./Mar 2009.

**BUITONI, Dulcília Schroeder. A mulher de papel.** São Paulo: Summus, 1981.

\_\_\_\_\_. **Imprensa Feminina.** São Paulo: Ática S.A., 1990.

BuzzFeed. Disponível em: <<https://www.buzzfeed.com/?country=pt-br>> Acesso em 28 de junh.2016.

**BRANDÃO, Ryan. Cidadania na Tv: um estudo sobre os personagens femininos e homossexuais na série Glee.** Monografia apresentada perante banca examinadora da Faculdade de Comunicação para obtenção de grau de bacharel em Comunicação Social. Universidade Federal de Juiz de Fora. Juiz de Fora, 2013.

**COGO, Denise. Mídias, identidades culturais e cidadania: sobre cenários e políticas de visibilidade midiática dos movimentos sociais.** Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos); Trabalho apresentado ao NP 12 – Comunicação para a Cidadania, do IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom .

**COGMAN, Bryan. Por dentro da série da HBO Game of Thrones.** São Paulo: LeYa, 2013.

**COVRE, Maria de Lourdes Manzini. O que é Cidadania.** São Paulo: Brasiliense, 1991.

**DÁRIO, Natália Fernanda; CARVALHO, Juliana Marques de. Uma introdução à temática das indústrias criativas: definições, características e panorama brasileiro: São Paulo.** Trabalho apresentado no IJ08 no XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 3 a 5 de julho de 2013.

**DE Araújo, Janaína. Feminismo, Relações de gênero e cinema: uma análise do filme Potiche.** Monografia apresentada perante banca examinadora da Faculdade de Comunicação para obtenção de grau de bacharel em Comunicação Social. Universidade Federal de Juiz de Fora. Juiz de Fora, 2011.

\_\_\_\_\_ ; **MOREIRA, Talita Lucarelli. Comunicação, política e relações de gênero: um estudo sobre a representação da mulher pela mídia, nas eleições de 2010.** Trabalho apresentado na Divisão Temática de Jornalismo, da Intercom Júnior – VI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Recife, PE – 2 a 6 de setembro de 2011.

**FIRJAN. A Cadeia da Indústria Criativa no Brasil – Edição 2011.** Disponível em: <<http://migre.me/ewgT8>>

**FIRJAN. A Cadeia da Indústria Criativa no Brasil.** Disponível em: <<http://migre.me/ewgTN>>.

**FURQUIM, Fernanda. Sitcoms: Definição e História: Porto Alegre:FCF, 1999.**

**GAME of Thrones – Primeira a Sexta temporada Completas (2012-2016).** Direção: David Benioff e D.B. Weiss. EUA: Warner Home Video.

GAME of Thrones BR. Disponível em: <<http://www.gameofthronesbr.com/>> Acesso em: 02 de fev.2016.

**HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade.** Rio de Janeiro: DP&A, 2002, 7 ed.

HANSON, Dennis. **Indústrias Criativas**. Revista Eletrônica Sistemas & Gestão Volume 7, Número 2, 2012, pp. 222-238 DOI: 10.7177/sg.2012.v7.n2.a7.

JAGUARIBE, Ana. **As Indústrias Criativas: Parâmetros para as Políticas Públicas**. In **Workshop da UNCTAD sobre as Indústrias Criativas Empreendedoras**. São Paulo, 9 de junho de 2004.

LAHNI, Cláudia Regina. A Imagem das Mulheres na Imprensa Sindical. **Lumina: Facom/UFJF**, Juiz de Fora, v. 4, n. 1, p.131-144, jan/jun 2001. Semestral. Disponível em: <<http://www.ufjf.br/facom/files/2013/03/R5-Claudia.pdf>>. Acesso em: 20 abr. 2016.

\_\_\_\_\_. **Gênero e Comunicação: a caminho de um Estado da Arte**. In: VIII Encontro Regional de Comunicação, 2010, Juiz de Fora.

\_\_\_\_\_. **Rádios autorizadas como comunitárias: gestão, práticas e conceitos**, pp. 221-238: **Indústria da comunicação no Brasil: dinâmicas da academia e do mercado.** / Organização, Sonia Virgínia Moreira- Rio de Janeiro UERJ; São Paulo: Intercom, 2015. 279 p.

\_\_\_\_\_. **Possibilidades de cidadania associadas à rádio comunitária juizforana Mega FM**. 2005. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação)–Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2005.

\_\_\_\_\_; AFONSO, Juliana Neves. **Publicidade e relações de gênero: reflexões a partir do anúncio da Heineken: Trabalho apresentado no GP Comunicação para a Cidadania do XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Rio de Janeiro, RJ – 4 a 7/9/2015.

\_\_\_\_\_; AUAD, Daniela. A presença da mulher na imprensa sindical, no período eleitoral: um estudo da comunicação a partir da categoria gênero. In: XXXV CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO – INTERCOM, 35, 2012, Fortaleza. Anais eletrônicos... Intercom, 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/resumos/R7-0573-1.pdf>>. Acesso em: 18 mai. 2016.

\_\_\_\_\_. AUAD, Daniela. **Relações de Gênero e Exercício de Direitos: o que contam os trabalhos do Comunicação para a Cidadania no ano de 2005**, pp 111-129 : **Comunicação para a cidadania: objetos, conceitos e perspectivas**. / Organizadores, Cláudia Regina Lahni, Juciano de Souza Lacerda. – São Paulo : INTERCOM, 2013. 290 p.: il. – (Coleção GP'S : grupos de pesquisa; vol.9).

\_\_\_\_\_; COELHO, Fernanda. A comunicação a serviço da cidadania e identidade de adolescentes. Revista eca XIV 3\_miolo.indd, 2009.

\_\_\_\_\_; COELHO, Fernanda. **Participação de jovens em uma comunitária autêntica e em três autorizadas de Juiz de Fora**. Revista do Programa de Pós- graduação em Comunicação da Universidade Federal de Paraíba, Vol. II, n. 1 – jan./jun./2009 .

\_\_\_\_\_. **MARQUES, Iara. Informação, Cidadania e Lazer. UNESCOM - Congresso Multidisciplinar de Comunicação para o Desenvolvimento Regional São Bernardo do Campo - SP - Brasil , 9 a 11 de outubro de 2006 - Universidade Metodista de São Paulo.**

\_\_\_\_\_. **MOREIRA, Sônia Virgínia. Relações de gênero e mídia, reflexões a partir da indústria cultural e do ensino de comunicação. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL CORPO, GÊNERO E SEXUALIDADE, 2., 2014, Juiz de Fora. Anais eletrônicos... . Lavras: Center Gráfica e Editora, 2014. v. 1, p. 3285 - 3301. Disponível em: <[https://drive.google.com/file/d/0B4xDtmUhauX\\_S21vcFBXcjFVcFE/view](https://drive.google.com/file/d/0B4xDtmUhauX_S21vcFBXcjFVcFE/view)>. Acesso em: 04 abr. 2016.**

**LATOEIRA, C. Indústrias criativas: mapeamento, organização estudos de caso. Pro e Plan. Portugal, v. 14, p. 213-239, 2007. Disponível em: <[http://www.dpp.pt/Lists/Pesquisa%20Avanada/Attachments/1395/Industrias\\_Criativas.pdf](http://www.dpp.pt/Lists/Pesquisa%20Avanada/Attachments/1395/Industrias_Criativas.pdf)> Acesso em: 22 de mai.2016.**

**LIMA, Luiz Costa. Teoria da Cultura de Massa. 5.ed. São Paulo: Ed. Paz e Terra, 2000.**

**MARTIN, George R. R. A Guerra dos Tronos. São Paulo: Leya, 1996. 592p.**

\_\_\_\_\_. **A Fúria dos Reis. São Paulo: Leya, 1998. 656p.**

\_\_\_\_\_. **A Tormenta das Espadas. São Paulo: Leya, 2000. 884p.**

\_\_\_\_\_. **O Festim dos Corvos. São Paulo: Leya, 2005. 644p.**

\_\_\_\_\_. **A Dança dos Dragões. São Paulo: Leya, 2011. 871p.**

**MARSHALL, T. H. Cidadania, classe social e status. Rio de Janeiro: Zahar, 1967**

**MATTELART, Armand. Histórias das Teorias da Comunicação; São Paulo, Loyola, 2005.**

**MOREIRA, Sônia Virgínia. Indústria da comunicação no Brasil: dinâmicas da academia e mercado. Dos autores dos textos cedidos para a edição à Universidade do Estado do Rio de Janeiro e Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação INTERCOM, 2015.**

**MULLER, Mariana. As Novas Princesas Disney: análise das relações de gênero em Frozen e Valente. Monografia apresentada ao curso de Comunicação Social, Jornalismo, da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel. Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2015. O Globo. < <http://oglobo.globo.com/>>**

**OLGA. <<http://thinkolga.com/olga/wp-content/uploads/2015/02/logo-olga1.png>>**

ONU mulheres.< <http://www.onumulheres.org.br/>>

**PERUZZO**, Cicilia M. Krohling. **Comunicação Comunitária e Educação para a Cidadania**. Cadernos an Noroeste, Sene Comunicar;ao, Vol. 14 (1-2), 2000, 651-668.

\_\_\_\_\_. OTRE, Maria Alice Campagnoli. A questão da cidadania nos trabalhos de 2001: mais presente nas práticas analisadas do que na teoria: **Comunicação para a cidadania: objetos, conceitos e perspectivas**. / Organizadores, Cláudia Regina Lahni, Juciano de Souza Lacerda. – São Paul : INTERCOM, 2013. 290 p.: il. – (Coleção GP'S : grupos de pesquisa; vol.9).

\_\_\_\_\_. **Direito à comunicação comunitária, participação popular e cidadania**.

**RÉGIS**, Fátima. **Da cultura de massa à cultura ciber**. a complexificação da mídia e do entretenimento popular. Trabalho apresentado no VII Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação - NP Tecnologias da Informação e da Comunicação, realizada em Santos, São Paulo, nos dias 29 de agosto a 2 de setembro de 2007.

**RODRIGUES**, Paloma. **Um jogo de rainhas**: as mulheres de Game of Thrones. Dissertação apresentada perante banca examinadora da Faculdade de Comunicação Social para obtenção do título de mestre em Comunicação Social. Universidade Federal de Juiz de Fora. Juiz de Fora, 2015.

**SCOTT**, Joan. **Gênero**: Uma Categoria Útil Para Análise Histórica. Nova York: Columbia University Press, 1989.

**SILVA**, Denise Teresinha da; **LAHNI**, Cláudia Regina. **A Campanha de O Boticário para o Dia dxs Namoradxs e o debate sobre diversidade**. Trabalho apresentado no GP Comunicação para a Cidadania do XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Rio de Janeiro, RJ – 4 a 7/9/2015 .

**TERCEIRA** temporada de ‘Game of Thrones’ destaca elenco feminino. O Globo, Rio de Janeiro, 31 mar. 2013. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/re.>> Acesso em:15 de mai.2016.

**TOLEDO**, Ludmila Soares. **Representações Femininas na Literatura de Fantasia**: Uma análise sobre a construção das personagens femininas em “As Crônicas de Gelo e Fogo”. Monografia apresentada ao curso de Comunicação Social da Universidade de Brasília como requisito parcial para a obtenção do grau de bacharel em Publicidade e Propaganda. Universidade de Brasília. Brasília, 2014.

Tribunal Superior Eleitoral. Disponível em:<<http://www.tse.jus.br/>> Acesso em:18 de abril. 2016.

**UNCTAD.Creative economy report 2010**. Ginebra: UNCTAD, 2010. Disponível em: <[http://unctad.org/en/Docs/ditctab20103\\_en.pdf](http://unctad.org/en/Docs/ditctab20103_en.pdf)>. Acesso em:20 de abril.2016.



**VIÉS**, o outro lado da rede <<https://www.ufrgs.br/vies/cultura/tv/showdaspoderosas/>>  
Acesso em:23 de fev.2016.

**WOODWARD**, Kathryn. **Identidade e diferença**: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.) et al. Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais. 9. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.