

Genilson Alves

Universidade Federal da
Bahia (UFBA)
Salvador, BA, Brasil.

**Maria Carmem Jacob de
Souza**

Universidade Federal da
Bahia (UFBA)
Salvador, BA, Brasil.

A CONSTRUÇÃO DO LUGAR AUTORAL DA ROTEIRISTA SHONDA RHIMES NO MERCADO DA FICÇÃO SERIADA TELEVISIVA

THE CONSTRUCTION OF SHONDA RHIMES' AUTHORSHIP POSITION AS A SCREENWRITER IN THE FICTIONAL TELEVISION SERIES BUSINESS

RESUMO

O presente artigo analisa a construção do lugar autoral da roteirista Shonda Rhimes no mercado da ficção seriada televisiva, destacando o papel de *Grey's Anatomy* na composição e consolidação dessa posição. Para tanto, examinamos momentos-chave da história da roteirista que definiram sua trajetória e suas escolhas nesse mercado. Assim, buscamos demonstrar como a percepção de Rhimes sobre as especificidades do contexto de produção das séries se traduziu em estratégias de consolidação da importância do ofício do roteirista na função autoral de suas obras, em circunstâncias que promoveram um maior grau de autonomia na condução de seus projetos estilísticos e estéticos.

Palavras-chave: autoria; roteirista; Shonda Rhimes.

ABSTRACT

This article analyzes the construction of Shonda Rhimes' authorship position as a screenwriter in the fictional television series business, highlighting the role of *Grey's Anatomy* in the construction and consolidation of this position. Therefore, we examine key moments in Shonda's life story which defined her trajectory and choices in this market. Thus, we seek to demonstrate how Rhimes' perception of the specifics of series' production context was translated into strategies for consolidating the importance of the writer's craft in the series' authorial role, in circumstances that promoted a greater degree of autonomy in the conduction of her stylistic and aesthetic projects.

Keywords: authorship; screenwriter; Shonda Rhimes.

Recebido: 15/03/2021 / Aprovado: 10/05/2021

Como citar: ALVES, Genilson; SOUZA, Maria Camem Jacob de. A Construção do Lugar Autoral da Roteirista Shonda Rhimes no Mercado da Ficção Seriada Televisiva. Revista GEMINIS, v. 12, n. 1, pp. 42-63, jan./abr. 2021.

Direito autoral: Este artigo está licenciado sob os termos da Licença Creative Commons-Atribuição 3.0 Internacional.



1. INTRODUÇÃO

Como deixar de pensar as horas livres em tempos soturnos como os vivenciados nesta pandemia sem o deleite das séries de autores preferidos que alimentam incansáveis rodas de conversa nas redes sociais online? Sem dúvida, essa pode ser uma questão para milhões de espectadores para quem o reconhecimento da autoria das séries ficcionais televisivas sinaliza um vetor que colabora fortemente na seleção do que se irá consumir em um mercado que nos últimos anos chegou a ofertar mais de 500 lançamentos em um único ano (UOL, 2020).

Shonda Rhimes tem se destacado no espectro das autoras de ficção seriada que conseguiram esse lugar no coração dos apreciadores, alçando um patamar de consagração nesse meio. *Grey's Anatomy* (ABC, 2005 – presente) a colocou em uma posição bastante privilegiada pelo sucesso imediato alcançado à época de seu lançamento, pela manutenção e, de certa forma, renovação de sua audiência ao longo dos 16 anos de existência. A recente *Bridgerton* (Netflix, 2020 – presente), por sua vez, confirma a força de sua marca autoral. No debate sobre a questão da autoria do produto seriado de ficção para televisão e internet, tem se destacado a análise das especialidades dos agentes envolvidos, tendo sido enfatizada a posição autoral daqueles que articulam o ofício do roteirista com o do produtor (THOMPSON, 2003; MITTELL, 2015; PICADO; SOUZA, 2018).

O que se pretende neste artigo, portanto, é adensar esse debate mostrando os resultados da investigação sobre a trajetória de Rhimes no campo da ficção seriada estadunidense (ALVES, 2019) que indicam a importância da roteirista autora e produtora na gestão de marcas estilísticas associadas às suas histórias e aos produtos culturais e artísticos confeccionadas pela produtora Shondaland, reconhecidas pela ávida audiência fidelizada por ela e pela sua equipe.

A investigação da autoria de um produto cultural e artístico implica, sobretudo, uma atenção aos indicadores do grau de autonomia da qual os agentes responsáveis dispõem para conceber e administrar esses produtos (BOURDIEU, 1996; SOUZA, 2014; PICADO; SOUZA, 2018). Para tanto, é preciso identificar e compreender quais são as forças capazes de interferir nas condições das tomadas de decisões desses agentes e de que modo essas condições interferiram no grau de autonomia dessas escolhas. Duas vertentes relacionadas emergem na análise: a primeira se volta para as condições de feitura do produto, o microcosmo da criação, produção, distribuição e consumo; a segunda se dedica ao exame das ações dos agentes responsáveis pela confecção da obra, uma abordagem historicizada dos problemas estilísticos com os quais se depararam e dos processos geradores das soluções observadas no produto objeto de fruição do público.

No caso das séries de ficção produzidas pelos canais de televisão e pelos serviços de *streaming*, a noção de campo de Bourdieu auxilia a compreensão dos microcosmos ou espaços

específicos de atuação dos responsáveis pelos produtos seriados de ficção examinados, das posições dos agentes reconhecidos e legitimados como autores e dos modos de gestão desse lugar autoral, que conta com estratégias implementadas pelas empresas e pelos agentes responsáveis pelos produtos. O campo de produção das séries de ficção no mercado estadunidense recente, elaborado por Bianchini (2018), foi uma das referências basilares da análise aqui apresentada sobre a posição autoral de Shonda Rhimes.

Concomitantemente, há que se relacionar a compreensão da posição autoral de Rhimes com o exame do seu manejo dos graus de autonomia no controle dos processos de feitura das séries que confeccionou. Nessa circunstância, duas dimensões precisam estar interligadas: a que recupera a história das posições dos agentes autores em seus campos de atuação e a que articula as posições com as situações específicas de confecção de determinado produto seriado. Essa segunda dimensão permite ao analista inferir aspectos sobre os principais problemas que os autores manejaram no processo de elaboração da série e quais deles teriam guiado as escolhas e decisões tomadas. Qual era a percepção que Rhimes tinha, por exemplo, do “espaço das obras” (BOURDIEU, 1996, p. 280) ou das séries de referência estilística presentes naquela circunstância? Quais teriam sido os caminhos trilhados por ela segundo a compreensão do “espaço de possíveis” (BOURDIEU, 1996, p. 266) presentes no campo das séries para poder escolher quais daqueles recursos estilísticos imprimir em seu produto, segundo seus interesses e seus projetos artísticos e culturais no momento de feitura de determinada série?

O exame da poética da série entendida como solução encontrada para os problemas estilísticos dos autores ou agentes responsáveis pelo seu resultado final é aqui imprescindível. Essa abordagem presume que o estilo seja encarado como chave analítica e a obra, como dispositivo textual que expressa o programa de efeitos presumidos e projetados pelos agentes responsáveis e realizáveis na ambiência da fruição e apreciação (PICADO; SOUZA, 2018; GOMES, 2004). Essas premissas da análise poética importam porque buscam compreender as relações entre os usos dos materiais e das técnicas nas estratégias estilísticas de composição dos programas de efeitos previstos nas obras e as intenções objetivas dos agentes ao empregarem determinados recursos e técnicas nessa composição (BORDWELL; THOMPSON, 2013).

Inspirados nessas proposições, indagamos sobre a questão das marcas estilísticas dos autores das séries de ficção no campo das séries estadunidense. Quais são os ofícios reconhecidos e legitimados como autores, como o ofício do roteirista autor se coloca nesse cenário e qual é a importância das empresas produtoras e distribuidoras na posição autoral do roteirista?

As questões de estilo e autoria de produtos seriados ficcionais midiáticos remetem, como já sinalizado neste artigo, ao exame da gestão empresarial da autoria, das situações em que o grau de autonomia do controle criativo foi exercido e disputado principalmente pelos roteiristas autores produtores. Compete, assim, que encaremos esses agentes “como entes dotados do poder de decisão em processos criativos que envolvem escolhas estilísticas, ou seja: os modos pelos quais a autoria (individual, compartilhada, negociada) imprime suas marcas na arquitetura estilística dos formatos seriados audiovisuais mediáticos” (PICADO; SOUZA, 2018, p. 63).

Diante da impossibilidade de, neste artigo, dar conta simultaneamente das duas dimensões analíticas já mencionadas e da existência de outros trabalhos que se dedicaram ao exame poético detalhado de *Grey's Anatomy* (MEIMARIDIS, 2017; ALBUQUERQUE; MEIMARIDIS, 2016; LEVINE 2013), optamos por priorizar a dimensão da análise extratextual, ou seja, aquela preocupada com as questões externas e contextuais da obra. Essa decisão se dá principalmente pelo foco do estudo ser a investigação das tomadas de decisão de Shonda Rhimes e as disputas travadas pela roteirista com os demais agentes envolvidos em suas obras, de modo a garantir um certo grau de autonomia que lhe permitisse imprimir e consolidar um lugar autoral no campo da ficção seriada televisiva estadunidense.

Nessa perspectiva, concentramos esforços em adensar esse debate mostrando os resultados de uma investigação sobre a trajetória de Rhimes no campo de produção da ficção seriada televisiva estadunidense (ALVES, 2019), que indicam a importância da roteirista autora e produtora na gestão de marcas estilísticas associadas às suas histórias e, conseqüentemente, o papel de *Grey's Anatomy* na construção e na consolidação da sua posição autoral.

O caso de Rhimes mostra que a roteirista autora e produtora conseguiu construir para si uma posição autoral tão privilegiada no mercado de séries que lhe permitiu alcançar feitos pouco comuns, como ocupar a principal faixa da programação de uma das maiores emissoras de TV dos EUA nas noites de quinta-feira, a mais concorrida da TV aberta estadunidense. Durante esse período, as séries criadas ou produzidas por meio da Shondaland e exibidas pela ABC figuraram como os dramas novos ou recorrentes de maior audiência dentro da principal faixa de público — composta por norte-americanos entre 18 e 49 anos de idade —, aquele considerado economicamente ativo e, portanto, o mais cobiçado pelos anunciantes.

Ao longo dos seus 17 anos de atuação, a produtora lançou dez séries ficcionais televisivas, sendo nove delas em parceria com a ABC e uma com a Netflix. Apesar de ter criado ou ter se envolvido diretamente no roteiro de apenas três desses dez produtos, Rhimes é reconhecida como a autora/criadora de todas essas obras. Convém ressaltar que essa autoria é reconhecida por diferentes

agentes do mercado de séries de ficção: consumidores (fãs ou não), pares e até mesmo a imprensa estadunidense, que compreende como esse mercado funciona. Essa atribuição de autoria está atrelada a uma das principais marcas estilísticas de Rhimes: a abordagem de temas sociais polêmicos como racismo, machismo, transfobia, intolerância religiosa etc. Dessa maneira, o presente artigo se debruça justamente sobre a capacidade de leitura do mercado feita por Rhimes e as estratégias lançadas por ela para conquistar uma posição autoral de destaque, principalmente àquela que consiste em formar roteiristas aptos a reproduzirem seu estilo de contar histórias na TV.

2. ESTRATÉGIAS DE VIABILIZAÇÃO DE PROJETOS ARTÍSTICOS

Embora Shonda Rhimes seja reconhecida por contar histórias de sucesso na TV que abordam questões sociais e polêmicas, é coerente afirmar que parte significativa dessa destreza advém da intensa paixão pelo ofício de contadora de histórias: sua relação profissional com a escrita se deu primeiro em um bacharelado em Literatura Inglesa e Escrita Criativa na Universidade de Dartmouth, nos anos 1990. Nesse período, Rhimes manteve contato com a ficção de diversas formas, principalmente dirigindo e atuando em peças teatrais, mas essas experiências não foram suficientes para que a roteirista se encontrasse profissionalmente no mercado das séries ficcionais televisivas. A grande virada de sua carreira ocorreu quando decidiu entrar para a antiga Escola de Cinema e Televisão da Universidade do Sul da Califórnia (USC) – atual Escola de Artes Cinematográficas –, onde cursou um mestrado em Belas Artes e descobriu um modo completamente novo de contar histórias (RHIMES, 2016).

Faz-se necessário destacar também que foi após a passagem pela Escola de Cinema e Televisão da USC que Rhimes iniciou sua carreira na indústria criativa hollywoodiana, onde colaborou e foi responsável pelo roteiro de alguns longas comerciais para a TV e para o cinema, como *Introducing Dorothy Dandridge* (HBO, 1999), *Crossroads* (Paramount Pictures, 2002) e *The Princess Diaries 2: Royal Engagement* (Walt Disney Studios Motion Picture, 2004). Os bons resultados dessas produções, que foram sucesso de público ou alcançaram grande repercussão, permitiram a Shonda expandir sua expertise para além do cinema e estabelecer uma parceria de mais de 14 anos com executivos de estúdios e emissoras de TV como a ABC.

2.1 O cenário pré-*Grey's Anatomy* e a gestão da encomenda da ABC

O pontapé inicial para a relação com a ABC foi a negativa da emissora para seu projeto de série televisiva sobre mulheres correspondentes de guerra e a posterior encomenda de *Grey's Anatomy*, primeiro seriado desenvolvido por Rhimes, que, apesar de ter estreado na *midseason* de

2005, começou a ser discutido em 2004, quando recebeu sinal verde da ABC Signature – à época, Touchstone Television – para produzir o piloto do drama médico. Essa negociação é um importante capítulo da trajetória de Rhimes porque demonstra que a roteirista aprendeu uma das lições mais importantes sobre a dinâmica de produção das séries de TV estadunidense, que consiste principalmente em entender que, para atuar nesse mercado, saber negociar e aceitar algumas derrotas é tão importante quanto contar boas histórias.

Nessa conjuntura, diante da negativa de seu projeto de correspondentes, Rhimes sondou o executivo Robert Iger, da ABC, para saber em que tipo de programa a emissora estava interessada e foi informada que o canal desejava exibir um drama médico, considerado por ele um produto consagrado da TV americana. Provavelmente, o executivo estava de olho na audiência de *ER* (NBC, 1994 – 2009), que, a essa altura, já havia passado a marca de dez temporadas. Nesse momento, a ABC atravessava uma grave crise de audiência que a levou a ocupar o terceiro lugar dentre as três maiores redes de TV aberta dos EUA, a saber: ABC, NBC e CBS. Essa situação delicada era decorrente da baixa oferta de narrativas ficcionais em sua programação, que contava com *reality shows* e transmissões de eventos esportivos. Concomitantemente, a NBC e a CBS obtinham excelentes resultados com suas séries ficcionais figurando entre as maiores audiências da TV aberta americana na temporada 2003/2004. No ranking dos 30 programas mais vistos da temporada, a emissora do grupo Disney só conseguiu emplacar dois e em posições pouco relevantes (ALVES, 2019).

Nesse contexto produtivo, a executiva Susan Lyne, responsável pela divisão de entretenimento da ABC, buscava uma série que conseguisse capturar o público de *Sex and the City* (HBO, 1998 – 2004), que havia acabado de encerrar sua sexta temporada na HBO. A busca de Lyne evidencia que a ABC já estava de olho no público feminino, e a emissora pôs fim a essa busca com *Desperate Housewives* (ABC, 2004 – 2012) e se apressou em produzir a série de modo que pudesse estreá-la ainda na abertura da temporada 2004/2005, juntamente com *Lost* (ABC, 2004 – 2010). A estratégia da ABC deu certo, e as séries se tornaram verdadeiros fenômenos de audiência e repercussão, o que, segundo Rhimes, permitiu que ela e sua equipe trabalhassem no roteiro de *Grey's Anatomy* sem muitas interferências da empresa.

Nesse espírito, a roteirista optou por traduzir e transportar as mulheres de sua história sobre correspondentes de guerra para o hospital que serviu de cenário para o drama médico da ABC, já que sua pesquisa sobre a residência cirúrgica nos EUA a convenceu de que este também poderia ser um ambiente de muita competitividade, que demandaria ainda muita dedicação das profissionais envolvidas e no qual as personagens teriam de lidar a todo momento com a morte e com as perdas

que um erro delas poderia causar. Não é de se estranhar que, nas palavras da roteirista, *Grey's Anatomy* tenha sido desenvolvida nos termos em que conhecemos porque ela (Rhimes) “também estava realmente querendo assistir a uma série em que as mulheres se comportassem como as mulheres que eu conhecia, como se elas não fossem [naturalmente] boas e ninguém fosse [somente] a esposa ou a namorada de alguém. Elas eram o personagem principal. Era realmente sobre essa questão que toda a discussão se tratava.” (HUVER, 2017).

Essa representação feminina pouco comum para o que havia na TV no momento preocupou um dos executivos da ABC que viu o piloto. Ele desaprovou o comportamento de Meredith ao transar com um desconhecido na véspera do começo do seu novo trabalho, o que acarretaria o atraso dela. Ele categorizou o comportamento da personagem como irresponsável. No entanto, se Rhimes parecia determinada em interpretar as diretrizes de sua encomenda de modo a não sacrificar seus propósitos, sua parceira Betsy Beers também se mostrou empenhada em defender o modo como as mulheres eram representadas na obra para uma audiência composta por executivos da emissora. Com efeito, a produtora-executiva se colocou na linha de frente do programa: quando o mesmo executivo que chamou Meredith de irresponsável perguntou que tipo de mulher tomaria uma atitude semelhante à da cirurgiã, Beers levantou a mão e afirmou que ela seria essa pessoa (PRESS, 2018).

Assim como Shonda, Beers fez um movimento arriscado em 2002 ao apostar que a TV estava se tornando um mercado mais auspicioso para o desenvolvimento de novos projetos do que o cinema. Nesse momento, Beers fazia a transição do cinema para a TV atuando como produtora na Mark Gordon Company – empresa de Mark Gordon, produtor responsável por sucessos como *Grey's Anatomy* e *Criminal Minds* (CBS, 2005 – 2020) –, onde analisava roteiros de séries e dava o aval para sua produção. Ao mesmo tempo, Rhimes buscava se inserir no mercado de TV escrevendo roteiros e procurava um produtor que a ajudasse a fazer com que suas histórias ganhassem vida. Em 2009, a parceria das duas, já consolidada com o sucesso do drama médico da ABC, atingiu um novo patamar com Beers se tornando o braço direito de Rhimes na Shondaland e desempenhando o importante papel de desenvolver e produzir séries que não foram criadas por Shonda.

2.2 A compreensão das regras do jogo como estratégia de demarcação de posição

Tomando de saída o fato de *Grey's Anatomy* ser a primeira série lançada pela produtora de Shonda, a estrutura da empresa na época correspondia basicamente às demandas do drama médico, ou seja, contava com profissionais ligados à produção de roteiros para a série, que teve 13 episódios encomendados para sua primeira temporada. No mesmo espírito, muitos desses profissionais estavam em sua primeira experiência com ficções seriadas para a TV e foram aprendendo o próprio ofício

(roteiristas, editores de texto e pesquisadores) ao passo que realizavam seu trabalho e recebiam orientação de profissionais mais experientes.

Ao longo dos mais de 16 anos em que vem atuando no mercado norte-americano, a Shondaland teve a expansão de seu catálogo de produtos como prioridade, mas, segundo Beers, a empresa não esteve interessada em uma expansão atropelada e a qualquer custo. Em vez de um crescimento desenfreado, a produtora buscou seguir avançando com qualidade ao continuar atraindo talento tanto de dentro quanto de fora da sua equipe. Assim, o crescimento qualitativo se traduziu na construção de um sólido quadro de séries de drama que buscou ser coerente com a imagem que a companhia vinha construindo para si mesma, onde afirmava o respeito aos anseios dos profissionais responsáveis pela criação dos programas. Nesse ponto, Beers defende que roteiristas promissores não devem escrever o que lhes dizem para escrever. Em vez disso, a produtora propõe que eles

Escrevam o que realmente importa. Escreva o que você quer dizer, porque essa é a experiência que sempre é considerada genuína na página. Sua estrutura e formato [do roteiro] podem não ser perfeitos e você pode não ter escolhido a franquia perfeita, mas se eu pegar um roteiro e os personagens forem reais, inteiros, complicados e vierem de um lugar em que alguém realmente sinta tudo isso, é disso que as pessoas se lembram. [...] Elas se lembrarão desse personagem. Então, lembre-se sempre: a TV começa do personagem, e o elemento que você tem que trazer para o personagem é a sua própria voz, sua própria originalidade e o que faz de você especial. (GOLDBERG, 2014).

Apesar de estar fortemente presente no discurso institucional da Shondaland, o respeito ao trabalho dos roteiristas é mais que uma estratégia de marketing para a construção da imagem pública da empresa. Para Peter Nowalk, criador e *showrunner* de *How to Get Away with Murder* (ABC, 2014 – 2020), a produtora “é um lugar onde você pode ser você mesmo” (GOLDBERG, 2014), onde você é incentivado a se ouvir mais como escritor, a acolher suas próprias ideias, a seguir seus instintos e a ter mais confiança para defender o que acredita e as estratégias estéticas que considera boas. Nowalk confessou também que provavelmente não teria sido capaz de fazer tudo isso em outro lugar, pois foi na Shondaland que ele se tornou um profissional mais seguro.

Se antes Rhimes e Beers precisavam buscar pessoas e empresas que apostassem nas histórias que elas gostariam de contar na TV, hoje, com a Shondaland, elas podem decidir quais histórias merecem ser contadas ou não na TV. Embora a escrita não seja sua maior expertise, Beers é o primeiro filtro pelo qual todos os novos projetos e profissionais têm de passar ao chegar na produtora. Nesse sentido, é ela quem primeiro avalia os materiais e define o que merece chegar às mãos de Rhimes, como aconteceu com Peter Nowalk e o projeto de *How to Get Away with Murder* e com a concepção de *Scandal* (ABC, 2012 – 2018), que se deu após Beers identificar a história e o trabalho de Judy

Smith como uma potencial narrativa a ser contada por Rhimes. Dessa maneira, não espanta que ela ocupe o posto de Executiva-Chefe de Conteúdo da empresa.

Como vimos, a Shondaland e suas principais lideranças – Rhimes e Beers – passaram por um processo de amadurecimento profissional estimulado pela dinâmica do seu trabalho. Nota-se, no caso de Rhimes, que o expediente na televisão a transformou em uma profissional muito mais voltada para os negócios e para a gestão de rotinas e pessoas, habilidade essa desenvolvida como um mecanismo de sobrevivência no mercado das séries de TV. Com efeito, a Shondaland se transformou em uma fábrica de histórias diante do crescimento do número de programas lançados pela produtora. Foi nesse sentido que a empresa passou por uma reestruturação em 2018 que envolveu, inclusive, uma mudança de marca e a entrada no mercado digital por meio de uma plataforma – seu site – onde temas sociais importantes são pautados pelos funcionários pela ótica do crescimento pessoal, que, por sua vez, tem sido a imagem que vem sendo construída para a empresa. Após essa reestruturação, a Shondaland passou a contar com seis grandes departamentos, todos eles liderados por mulheres.

Após esse longo percurso, em agosto de 2017, Rhimes saiu da sua zona de conforto e escreveu um novo e significativo capítulo de sua história ao estabelecer uma nova parceria criativa e de negócios com a Netflix, assinando um contrato de exclusividade com a empresa em uma tentativa de ampliar as possibilidades criativas de trabalho, já que – mesmo tendo expressivos capital simbólico e poder de barganha dentro da ABC – ela e seus colegas e funcionários da sua produtora tiveram alguns projetos recusados pela emissora. Somaram-se a isso as queixas cada vez mais frequentes de interferências do canal nas séries.

A opção da Netflix por Shonda para contribuir com a estratégia de expansão de seu catálogo é coerente com o desempenho das séries assinadas por ela e distribuídas pela empresa, que figuram entre os programas mais assistidos na plataforma de *streaming*¹. Do ponto de vista de Rhimes, o acordo com a Netflix foi, sobretudo, um passo para ampliar o grau de autonomia para a criação de novos produtos ficcionais. Nas palavras da roteirista, o contrato com a empresa representou “a oportunidade de construir um novo e vibrante ambiente de criação de histórias para escritores [no qual poderão contar] com a incomparável liberdade criativa e o alcance global instantâneo proporcionados pela singular busca por inovação da Netflix” (KOBBLIN, 2017).

¹ De acordo com uma declaração dada por Ben Sherwood — co-presidente do Disney Media Networks e presidente da Disney/ABC Television Group — The Wrap News, 2,4 milhões de pessoas por ano descobrem *Grey's Anatomy* por meio da Netflix e 200 mil usam a plataforma de *streaming* para assistir ao piloto da série todo mês. Disponível em: <https://www.thewrap.com/netflix-ratings-leak-200000-start-greys-anatomy-episode-one-month-says-abc-chief/>. Acesso em: 7 maio 2021.

Embora a natureza do contrato² firmado pelas empresas não tenha sido revelada, a expectativa de Shonda por mais liberdade e autonomia para criar, prometidas pela Netflix, parece ter sido um grande ativo das negociações. Em muitas entrevistas sobre o acordo, a roteirista afirmou que, com a nova parceria, o público conheceria outras formas de contar histórias da Shondaland, pois a faceta da produtora que as pessoas conheciam até então foi aquela encomendada pela ABC.

Além de dispor de maiores orçamentos e não ter de atender às mesmas expectativas impostas pela ABC, as séries desenvolvidas para Netflix não precisariam lidar com imposições próprias da exibição na TV aberta, como a censura criada pela classificação indicativa e as interrupções da narrativa estabelecidas para a apresentação dos anúncios publicitários. Em suma, o interesse da Netflix pelo aumento do volume de produtos seriados ficcionais originais convergiu com a posição autoral de destaque ocupada por Rhimes no campo de produção de séries ficcionais televisivas estadunidenses e com o interesse da roteirista de ocupar um lugar que parece se aplicar melhor ao desejo de maior autonomia criativa das gestoras da Shondaland.

Essa convergência de interesses de Rhimes e da Netflix, liderada pelo co-CEO e executivo-chefe de conteúdo Ted Sarandos, reflete movimentos e aspectos internos e externos do atual momento do campo de produção das séries televisivas estadunidenses, que se caracteriza cada vez mais pela importância dos autores roteiristas na criação e na condução dos produtos seriados ficcionais. Bianchini (2018, p. 45) esclarece esse aspecto ao mostrar que “o grau de autonomia dos criadores roteiristas autores de séries [como é o caso de Rhimes] depende tanto da história de autonomização do campo, do capital simbólico e econômico acumulado pelos criadores, quanto dos graus de autonomia que eles e as empresas detêm neste microcosmo social”.

Em 2021, Rhimes fez outro importante movimento na empresa ao nomear o ator e diretor Tom Verica — com quem ela trabalha desde a terceira temporada de *Grey's Anatomy* — como Chefe de Produção Criativa da Shondaland, com a missão de traduzir a visão da roteirista autora e produtora para os novos projetos em parceria com a Netflix. De acordo com Rhimes, a promoção de Verica tem como objetivo ensinar novos *showrunners* a imprimir o estilo dela de contar histórias nas obras deles, em uma clara tentativa de consolidar e ampliar a associação entre as marcas estilísticas dos produtos da Shondaland e as marcas da roteirista autora. Essa estratégia de consolidação já apresentou alguns resultados no lançamento de *Bridgerton*, em 25 de dezembro de 2020.

² De acordo com Shonda e com o The New York Times, o contrato previa uma relação de exclusividade da roteirista com a Netflix. Além disso, o acordo que girou em torno de 150 milhões de dólares parecia prever orçamentos maiores que os ofertados pela ABC e maior autonomia para a concepção dos projetos. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2018/07/20/business/media/shonda-rhimes-netflix-series.html>. Acesso em: 07 maio 2021.

A série foi extensivamente divulgada pela gigante do *streaming* como “uma produção Shondaland, a produtora de *Grey’s Anatomy* e *Como Defender um Assassino*³”, com poucas menções a Julia Quinn, autora da saga de livros que inspirou a série de TV. Embora não saibamos se as outras produções originais resultantes da parceria Netflix – Shondaland receberão o mesmo tratamento privilegiado de *Bridgerton*, parece-nos claro que a plataforma de *streaming* encara a Shondaland como uma grife, buscando extrair dela prestígio e usando-a como isca para seus novos produtos originais.

Esse novo capítulo da trajetória da posição autoral de Rhimes no campo da ficção seriada televisiva estadunidense só endossa a ideia de que, nesse campo, tão ou mais importante que contar histórias para um público massivo é compreender as lógicas próprias desse mercado e saber implementar nesse ambiente os seus projetos criativos reconhecidos como autorais. Nesse sentido, a parceria com a produtora-executiva Beers se mostrou essencial para elevar a capacidade de produção de séries com o “DNA” de Rhimes. Assim, parece correto afirmar que toda essa expansão experimentada pela Shondaland está diretamente relacionada ao esforço de Rhimes para ampliar a percepção dos modos de funcionamento desse mercado para promover uma dinâmica própria de criação da ficção seriada que garanta a manutenção e o reconhecimento do seu estilo em obras conduzidas por ela e pela equipe de roteiristas e demais profissionais que trabalham sob sua supervisão.

3. GREY’S ANATOMY E A CONSOLIDAÇÃO DO LUGAR AUTORAL COMO SHOWRUNNER

As séries criadas por Rhimes, em especial *Grey’s Anatomy*, assemelham-se às telenovelas brasileiras no que tange aos recursos e às estratégias narrativas e formais que imprimem um regime de serialidade marcado pelo alto grau de continuidade, em uma ambiência de criação da narrativa regulada pela empresa produtora e liderada pela roteirista autora e sua equipe. Essa semelhança leva à aproximação com o exame da autoria nas telenovelas imprimido por Souza (2014, p. 14) que esclarece que “os escritores autores estarão associados às redes de televisão onde trabalham ou por onde passaram” de modo a ter “suas marcas associadas às empresas que os convocam”. Essa sinergia entre autores e empresas tende a ser estrategicamente orquestrada para impregnar “o imaginário do telespectador na experiência da recepção” (SOUZA, 2014, p. 14). Um dos resultados dessa estratégia

³ Trecho extraído do trailer oficial legendado em português e veiculado pelo canal oficial da Netflix Brasil no YouTube. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=pyi8QAIHR8>. Acesso em: 10 mar. 2020. O trailer oficial dirigido ao mercado americano e internacional menciona *Scandal* em vez de *How to Get Away with Murder* e está disponível em: https://youtu.be/gpv7ayf_tyE. Acesso em: 07 maio 2021.

é a configuração de um modo de reconhecimento da autoria por parte do público consumidor, de seus pares, da crítica especializada e das instâncias de consagração, a qual tende a ser atribuída conjuntamente ao roteirista autor e à empresa que o acolhe. Outro resultado que merece destaque é a importância dessa associação positiva do roteirista autor com a marca da empresa para ampliar o controle das decisões criativas desse agente em seus produtos.

Nesse espírito, o exame da posição autoral de Rhimes requer o cuidado de compreender a sinergia destes interesses: o das empresas que precisam de produtos bem aceitos no mercado e dos roteiristas autores que desejam ampliar o poder criativo de suas produções. Sendo assim, a análise do modo de Rhimes contar histórias precisa estar relacionada, de algum modo, com a interpretação que Rhimes tem tido das demandas ou encargos das empresas onde atuou. Por esse motivo, iniciamos aqui uma reflexão sobre o momento da trajetória de Rhimes que mostra a necessidade que teve de criar a produtora Shondaland para lidar com os seus interesses e as expectativas da ABC.

Uma vez cientes do modo como o campo de produção de séries ficcionais televisivas estadunidenses foi se configurando ao longo de um processo histórico dissecado em detalhes em Bianchini (2011, 2018), há que se destacar uma singularidade que difere esse modelo do padrão forjado na experiência brasileira de produção de telenovelas, a saber: a natureza da relação contratual e comercial dos agentes criadores com as emissoras que exibem os produtos. Na experiência brasileira, temos uma dinâmica na qual os agentes criadores reconhecidos como roteiristas-titulares atuam como funcionários das emissoras de TV, que são, quase sempre, a um só tempo as produtoras e as distribuidoras das obras. Ainda no que tange a essa vivência, a TV Globo figura como principal expoente, e seu *modus operandi* é observado por outras empresas da mesma espécie que lidam com o mesmo tipo de produto.

Na contramão desse modelo, o mercado de produção de séries ficcionais televisivas dos EUA concebeu uma dinâmica na qual, em linhas gerais, os roteiristas não possuem vínculo empregatício com as emissoras de TV que, nesta experiência, são distribuidoras do conteúdo produzido por estúdios de TV – que podem ou não pertencer a essas emissoras – em parceria com produtoras que pertencem a ou empregam os criadores, como a Shondaland. Nesse sentido, essas produtoras comumente são as responsáveis por fazer o primeiro filtro do produto ao endossarem um projeto e tentarem vendê-lo para algum estúdio. No caso de Shonda e de *Grey's Anatomy*, por exemplo, a roteirista recém-chegada no campo de produção de séries televisivas ainda não estava vinculada a qualquer produtora, tampouco sabia como funcionavam as etapas de concepção e de venda do projeto, como o *pitching*. Em uma das aulas de seu curso de roteiro para séries de TV, Rhimes admite que, quando participou do *pitching* do drama médico, mal sabia como essa

apresentação funcionava e que não entende como conseguiu convencer os executivos da ABC (estúdio e emissora) a apostarem na sua ideia.

As noções de campo e trajetória social cunhadas por Bourdieu nos ajudam a entender esse processo, já que podemos interpretar essa mudança do cinema para a TV como uma transferência de um agente social de um campo para outro, procedimento no qual o agente tem de aprender as regras que regem este novo campo, bem como novas estratégias e disposições que lhe ajudem a adquirir as habilidades e os capitais necessários para viabilizar seus interesses específicos e ocupar as posições almeçadas (BOURDIEU, 1996). Nesse espírito, podemos notar que, apesar de estarmos tratando do propósito e da função do roteirista de contar histórias e de existirem homologias entre o campo do cinema e o da produção de séries televisivas, há que se reconhecer que as particularidades deste implicam mudanças no ofício do roteirista responsável pela criação e pela condução da narrativa que precisa agregar a habilidade de produtor-roteirista, associação de ofícios conhecida como *showrunner*, a quem se costuma atribuir a autoria de uma série ficcional televisiva, seja pela **responsabilidade** das decisões finais em relação ao que se vê na obra, seja pelo **gerenciamento** do trabalho criativo, independentemente de sua participação nas decisões daquilo que se vê no produto (MITTEL, 2015).

Tendo esclarecido a natureza da relação entre os criadores das séries de TV – posição ocupada por Shonda – e as empresas responsáveis pela sua produção, exibição e distribuição – posição ocupada pela ABC Signature e pela ABC Network –, partimos então para a construção da trajetória dessas duas instituições a fim de demonstrar em que momento elas se encontram e de que modo uma interfere na posição que a outra ocupa dentro do campo de produção de séries televisivas, bem como de que maneira esse encontro criou condições para que Rhimes conformasse sua marca autoral.

O relato desse encontro da roteirista com a ABC nos é essencial por entendermos que é por meio dessa relação que conseguimos examinar a importante função dos produtores-roteiristas/*showrunners* que respondem tanto às pressões internas – muitas vezes autoimpostas – por qualidade estética, tanto às pressões externas pelo bom desempenho comercial dos produtos. Nesse sentido, além de desenvolverem habilidades relacionadas ao seu ofício de roteirista, que garantam o bom andamento da narrativa mensurado a partir dos índices de audiência (CAMPOS apud SOUZA, 2014), esses agentes precisam aprender e reunir competências de outros ofícios como o de produtor, já que na experiência norte-americana este é um profissional essencial para a administração das rotinas produtivas. Em face dessa realidade,

Os roteiristas, preocupados com o controle da interpretação e com o manejo da transformação do texto/estória em imagens e sons, foram assumindo múltiplas funções. O roteirista consagrado tenderá a assumir as funções do produtor e, muitas vezes, vai dirigir e até atuar. O que se deseja ressaltar é que, para o controle do processo, foi preciso que o roteirista-autor, o criador da série, fosse exímio conhecedor das outras áreas centrais da realização audiovisual: a área que financia, controla e supervisiona o processo, ou seja, a esfera da produção e a área que cria e viabiliza o mundo das imagens e sons — os diretores e os demais especialistas dessa área. (SOUZA, 2014, p. 32)

Cientes do papel que um produtor/roteirista representa para o campo da produção de séries televisivas, bem como das atribuições que dele são esperadas por parte das emissoras e dos estúdios de TV que compram as obras criadas por eles, podemos inferir que a consciência de Rhimes acerca dessas expectativas e de suas responsabilidades foi primordial para a construção e a manutenção da sua bem-sucedida relação com a ABC. Essa consciência fica evidente em um de seus relatos registrados no livro *O ano em que disse sim*, quando Rhimes reconhece que

Grey's Anatomy foi meu primeiro trabalho de verdade na televisão. Ter um programa como meu primeiro trabalho de verdade na TV significava que eu não sabia nada sobre trabalhar na TV. Perguntei a todos os escritores de TV com quem esbarrei como era o emprego, como era estar no comando da temporada de uma série em uma emissora de televisão. Recebi uma porção de bons conselhos, e a maioria deles deixou claro que cada programa é uma experiência muito diferente, muito específica. Com uma exceção: todos os escritores que conheci comparavam escrever para a televisão a montar os trilhos para um trem que se aproxima com velocidade. A trama é o trilho, e você precisa continuar montando, por causa do trem. O trem é a produção. Não importa o que aconteça, você continua escrevendo, continua montando os trilhos, porque o trem de uma produção está vindo em sua direção — não importa o que aconteça. A cada oito dias, a equipe precisa começar a preparar um novo episódio — encontrar locais, construir sets, desenhar figurinos, encontrar acessórios, planejar tomadas. E, a cada oito dias depois disso, a equipe precisa filmar um novo episódio. A cada oito dias. Oito dias para preparar. Oito dias para filmar. [...] Significa que a cada oito dias a equipe precisa de um roteiro novinho. E meu trabalho é fornecer um a ela, oras. A. Cada. Oito. Dias. Aquele trem da produção está vindo. A cada oito dias, é bom que a equipe naquele set tenha algo para filmar. Porque a pior coisa que se pode fazer é interromper ou descarrilar a produção e custar ao estúdio centenas de milhares de dólares enquanto todos a aguardam. É assim que se passa de um escritor de TV para um escritor de TV fracassado. (RHIMES, 2016, s.p).

Para além disso, a roteirista defende que um *showrunner* precisa enxergar o estúdio que produz sua série como um parceiro, estabelecendo uma boa comunicação com ele e fazendo com que ele participe de decisões criativas importantes da série. Na perspectiva de Rhimes, o estúdio tende a comprar as ideias do produtor-roteirista quando o diálogo entre ambos é positivo, estabelecendo assim uma boa relação de negócios. Nesse ponto, percebe-se que Rhimes vê a associação da função de produtora com a função de roteirista autora como essencial para o controle criativo da série onde atua. Dessa maneira, o criador roteirista de uma série não necessariamente precisa ser seu *showrunner* se não quiser, mas, ao abrir mão deste papel, o profissional deve estar ciente de que também renuncia

ao controle da história, do rumo que ela toma e do modo como ela é contada, porque outra pessoa tomará as decisões no seu lugar, já que esta pessoa assumirá o controle.

Como já afirmamos, *Grey's Anatomy* foi a primeira experiência de Rhimes com a produção de narrativas seriadas para a TV, e ela foi aprimorando seu ofício à medida que o desempenhava, mas, até que o dominasse, contou com pessoas experientes que lhe assistiram, como o produtor-executivo James Parriot, que atuou como *showrunner* do drama médico em suas duas primeiras temporadas. Segundo a roteirista, foi acompanhando de perto o trabalho de Parriot que ela aprendeu como comandar uma série de TV, e talvez este seja um dos motivos que a tenha levado a se preocupar tanto com a formação/mentoria de sua equipe.

Nesse contexto, Beers desempenhou papel essencial para o fortalecimento dos projetos de Rhimes. Apesar de não ser uma escritora e de não ter muita experiência na produção de séries de TV, Beers conseguiu dar conta das negociações e lidar com as questões logísticas intrínsecas à produção de uma narrativa seriada televisiva, permitindo assim que Rhimes pudesse se concentrar na sua tarefa de criar e desenvolver uma história voltada para mulheres, que fosse protagonizada por mulheres com comportamentos pouco comuns e que tivesse a rotina médica como pano de fundo. Assim, ainda que não veja essa questão como uma regra, Rhimes acredita que é estratégico para um escritor de TV ter um parceiro que, como Beers, trabalha na produção e não escreve. Para a roteirista, é graças a essa parceria que a Shondaland tem conseguido produzir tantas séries simultaneamente.

Diante do que foi exposto, apostamos que a consciência de Rhimes sobre suas atribuições e responsabilidades e sua parceria com Beers foram os fatores que mais contribuíram para a aprovação do piloto de *Grey's Anatomy* em 2004 e para a longevidade da série. Do mesmo modo, acreditamos que os bons resultados do drama médico permitiram que Shonda lançasse outros produtos como *Private Practice* (ABC, 2007 – 2013), *Scandal*, *Off The Map* (ABC, 2011), *How to Get Away with Murder*, *The Catch* (ABC, 2016 – 2017), *Still Star-Crossed* (ABC, 2017), *Station 19* (ABC, 2018 – presente) e *For The People* (ABC, 2018 – 2019).

Além de permitir a ampliação do catálogo de séries da Shondaland, a competência da dupla Rhimes – Beers na condução da parceria com a ABC e a maleabilidade nas negociações com a emissora e o estúdio permitiram ainda que temas sociais de sua predileção pudessem ser tratados com um tom cada vez mais crítico nas obras. Como demonstrado por Alves (2019), à medida que *Grey's Anatomy* se consolida com o passar dos anos, a abordagem do machismo e o combate a ele ganha um tom mais político e crítico no drama médico. Outros temas concernentes à questão racial e à comunidade LGBTQIA+ também ganham, gradativamente, contornos mais nítidos e ocupam posições centrais nas obras.

4. GESTÃO DA EQUIPE COMO ESTRATÉGIA DA MARCA AUTORAL DO ROTEIRISTA

A expansão do catálogo de séries criadas pela Shondaland e exibidas pela ABC foi um movimento natural para uma empresa que atua em um mercado tão competitivo como o de séries ficcionais televisivas, afinal, expandir passa a ser uma questão de sobrevivência. Aqui, por outro lado, interessa-nos investigar as estratégias de expansão lançadas por Rhimes, em especial a de ampliação da equipe de roteiristas promovida na empresa. Como demonstrado por Alves (2019), Shonda fez de *Grey's Anatomy* um laboratório de marcas autorais e um espaço de formação de roteiristas, no qual eles aprenderam não só a contar histórias na e para TV, mas, sobretudo, onde foram ensinados a assimilar e reproduzir – mesmo na ausência de Rhimes – as marcas estilísticas desenvolvidas por ela. Não raro, a autoria de séries criadas pelos roteiristas de sua equipe é atribuída equivocadamente a Shonda, tanto por parte da audiência quanto pela imprensa, como demonstra uma nota acrescentada a uma reportagem do *The New York Times* sobre o acerto da roteirista com a Netflix. A errata diz

Correção: 14 de agosto de 2017

Uma versão anterior desta matéria creditou erroneamente o criador de *How to Get Away with Murder*. [o criador] É Peter Nowalk, não Shonda Rhimes. Rhimes é um dos produtores-executivos do programa. (KOBLEN, 2017).

A centralidade da formação e da gestão de roteiristas enquanto estratégia de construção da posição autoral de Rhimes se revelou pouco tempo depois da estreia de *Grey's Anatomy*, entre 2006 e 2007, quando a roteirista decidiu criar *Private Practice*. Nesse momento, *Grey's* estava em sua terceira temporada e gozava de uma situação confortável em termos de audiência, já que figurava entre os programas mais consumidos da TV, razão pela qual a ABC transferiu sua exibição das noites de domingo para as noites de quinta-feira, onde a série passou a enfrentar diretamente alguns campeões de audiência da época, como *CSI* (CBS, 2000 – 2015). Como vimos, James Parriot deixou o posto de *showrunner* após a segunda temporada da série, quando Rhimes assumiu o cargo para, em seguida, compartilhá-lo com Krista Vernoff⁴ para que pudesse se dedicar ao *spin-off* liderado por Kate Walsh. Em 2011, Rhimes provou novamente sua expertise como *showrunner* quando desenvolveu *Scandal*, sua primeira narrativa fora do gênero drama médico, movimento que

⁴ Krista Vernoff é uma produtora e roteirista norte-americana que integra a equipe de *Grey's Anatomy* desde o começo da série, quando atuou como *supervising producer*. Em 2007, assumiu a liderança da equipe de roteiristas como roteirista-chefe e *showrunner* a convite de Rhimes, que passou a se dedicar ao desenvolvimento de *Private Practice*. Em 2011, deixou a equipe de *Grey's* para atuar como roteirista e produtora-executiva de *Shameless* (Showtime, 2011 – 2021). Em 2017, retornou à equipe do programa a pedido de Shonda como co-*showrunner* para liderar a equipe criativa ao lado de William Harper.

representou um grande risco para a roteirista e para a emissora, que acreditava que sua habilidade residia na construção de histórias pautadas em romances e triângulos amorosos.

Nesse espírito, compete ressaltar que Rhimes envolveu roteiristas da equipe de *Grey's* em ambas as empreitadas, estratégia seguida por aqueles que conseguiram lançar seus próprios projetos, como Peter Nowalk, com *How to Get Away with Murder*, e Stacy McKee, com *Station 19*. McKee, a propósito, é um caso exemplar da progressão de carreira dentro da Shondaland, uma vez que começou a trabalhar na empresa como assistente de produção de *Grey's Anatomy*, passou a atuar como roteirista e depois como roteirista-chefe e co-*showrunner* ao lado de William Harper na décima segunda e décima terceira temporadas do programa. Por seu turno, Harper também teve seu trabalho moldado pela roteirista, já que o drama médico foi sua primeira experiência com séries de TV.

Acreditamos, portanto, que esse expediente de formação e ampliação da equipe de roteiristas é um dos fatores que contribuem para o crescimento no volume de produtos assinados por Rhimes e pela manutenção das marcas estilísticas estabelecidas por ela e por meio das quais a autoria dessas obras é atribuída à roteirista e à empresa que gerencia.

Como afirmamos, *Grey's Anatomy* foi a série mais usada como laboratório para a expansão de novas atribuições como diretores, produtores ou atores pelos membros da Shondaland (ALVES, 2019). Isso acontece dentre outras razões pela solidez e relevância do drama médico, que tem proporcionado estabilidade à produtora, viabilizando assim a investida em novos projetos, nos quais as lições aprendidas com *Grey's* vêm sendo aplicadas. Concomitantemente, apostamos que a longevidade da série resulta não só do modo como Rhimes constrói personagens femininas tridimensionais pautadas principalmente pela vulnerabilidade e pela resiliência (ALVES, 2019), mas também pela constante e equilibrada renovação do elenco e da equipe criativa, bem como pelo modo como a série lida com os regimes de serialidade convencionados para as séries ficcionais televisivas de longa duração, discutidos amplamente no campo de estudos da TV e de outros produtos culturais, a exemplo dos trabalhos de Teixeira (2020), Teixeira e Souza (2019), Calabrese (1999) e Eco (1989).

Outrossim, apostamos que além de desenvolver um modo próprio de contar histórias a partir da habilidade para lidar com os regimes de serialidade narrativa com alto grau de continuidade, Rhimes ainda criou ferramentas e métodos de trabalho que tornam esse modo particular de narrar replicável por outros roteiristas. Desse modo, o arquétipo que a roteirista chama de “*story bible*” seria uma dessas ferramentas, já que oferece uma estrutura por meio da qual as histórias devem ser concebidas. O documento consiste em uma espécie de guia ou manual com o qual a roteirista desenvolve um projeto de série ficcional para a TV. No caso de *Grey's Anatomy*, o material aponta alguns elementos, como: tema do episódio, trecho da narração em *voiceover*, indicação de quando as

discussões sobre os casos médicos acontecem, falas que ilustram o tom da abordagem do tema, bem como um resumo das ações dos personagens principais e dos pacientes.

Enfim, acreditamos que essa fórmula viabilizou um modelo equilibrado no qual as jornadas das personagens são trabalhadas ao longo dos episódios e das temporadas para nos manter conectados à narrativa, ao passo que os casos dos pacientes ajudam a estender as tramas principais, diluindo-as gradativamente entre os fragmentos da história, reforçando assim a sensação de novidade. Esse modelo híbrido que mescla os regimes de maior e menor grau de continuidade viabiliza a constante mudança no comando da equipe criativa e o afastamento de Rhimes para avaliar e desenvolver novos projetos (TEIXEIRA, 2020).

Um caso exemplar dessa atualização periódica da série é a volta da produtora e roteirista Krista Vernoff não só à equipe de roteiristas, mas ao posto de *co-showrunner*, por meio do qual exerce o controle criativo da série. O retorno de Vernoff merece nossa atenção porque ela é uma das profissionais que integrou a equipe da primeira temporada da série, isto é, que participou da concepção do produto e da construção do estilo *Grey's Anatomy* de contar histórias como o conhecemos hoje. Uma das marcas da série que Vernoff ajudou a construir é o humor, que aparece a partir de situações cômicas ou da adoção de um tom cômico em expressões corriqueiras como “*seriously*”, que se tornaram bordões.

Nesse sentido, as marcas de Rhimes na série não estão associadas à genialidade de um agente individual, que teria todo o controle sobre o processo criativo, mas, em vez disso, resultam de sua percepção da lógica de funcionamento do campo e da necessidade de agentes como ela terem seus trabalhos reconhecidos pelos pares, pelo público consumidor e pela crítica. Assim, encaramos as marcas autorais de Shonda como resultado de uma engenhosa gestão criativa do seu lugar de autora, que resguardou para si a autonomia necessária para o controle criativo da poética da série que, por sua vez, envolve diversos profissionais guiados por parâmetros narrativos, cênicos, visuais, sonoros e plásticos já estabelecidos segundo o sistema de reconhecimento compartilhado pelo público.

Acreditamos que as marcas estilísticas da roteirista pressupõem a gestão criativa com alto grau de autonomia dos esquemas narrativos da série que não estão dissociados dos estilos ou dos modos de cada profissional implicado no processo coletivo de criação, que envolve, por sua vez, diversos ofícios. Haveria assim um estilo da série (ESQUENAZI, 2011) e estilos possíveis de profissionais que porventura se destaquem. Portanto, Rhimes estabeleceu o estilo da série associado ao seu estilo particular de contar as histórias e ao de outros roteiristas e demais profissionais envolvidos, como diretores, intérpretes (atores e atrizes) etc., que dominam o conceito da série e têm conseguido imprimir o reconhecimento de suas marcas no produto.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A investigação e as discussões apresentadas neste trabalho nos levam a crer que no mercado de séries ficcionais televisivas contar boas histórias não garante ao roteirista uma posição autoral privilegiada. Para além de conduzir narrativas que engajem e mantenham o interesse do público, o roteirista precisa que essas histórias sejam reconhecidas como suas, ou seja, como de sua autoria, e essa conquista dificilmente se dará sem que o roteirista compreenda e domine as regras e as dinâmicas desse mercado que, por sua vez, demandam um conjunto de habilidades relacionadas à gestão de processos e pessoas. A análise da trajetória de Rhimes, de recém-chegada ao campo das séries ficcionais televisivas ao posto de uma das autoras mais bem-sucedidas do mercado, permite-nos inferir que ela não só soube fazer a leitura do campo, como também lançou mão de várias estratégias para adquirir e desenvolver as habilidades necessárias para se destacar e conquistar a posição privilegiada de que goza hoje.

Nesse movimento de construção do lugar autoral, percebe-se, pois, que o roteirista precisa ampliar as condições que expandem o grau de controle criativo sobre suas obras. Duas estratégias complementares foram destacadas no artigo. A primeira se traduz na composição de determinados estilos das séries demarcados pela regularidade nas escolhas narrativas que reiteram temas, mundos ficcionais e personagens que se consagram na imaginação do público. A segunda refere-se aos modos de conduzir a gestão da produtora, a gestão da equipe criativa, em especial, os roteiristas e a gestão do relacionamento com as grandes corporações.

O que se buscou salientar na análise aqui empreendida foi que a construção da posição autoral do roteirista também perpassa dimensões externas às obras, como a capacidade de fazer a leitura correta das lógicas do mercado, adquirir habilidades necessárias para atuar nele conforme seus interesses, ter a ousadia de apostar e arriscar e, dentre outras ações, traçar estratégias que permitam negociar e ampliar o controle sobre as decisões artísticas das séries que cria e produz, favorecendo assim a recorrência de marcas estilísticas reconhecidas como de sua autoria.

Como desconfiávamos, a trajetória social de Rhimes pode ser lida como um dos casos exemplares que levam a crer que o exame do lugar autoral no mercado da produção de séries ficcionais televisivas prescinde de estudos que explorem abordagens teórico-metodológicas que relacionem as dimensões externas do processo de criação com as dimensões internas observadas na composição poética e estilística das obras. Esperamos ter contribuído nesse debate.

REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE, Afonso de; MEIMARIDIS, Melina. Dissecando fórmulas narrativas: drama profissional e melodrama nas séries médicas. **Revista Fronteiras – Estudos Midiáticos**, v. 18, n. 2, p. 158-169, 2016.
- ALVES, Genilson. **Change is everything: o mundo ficcional de Grey's Anatomy como laboratório autoral de Shonda Rhimes**. 2019. 132f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, BA, 2019.
- BIANCHINI, Maíra dos Santos. **‘Não é TV’ – Estratégias comunicacionais da HBO no contexto das redes digitais**. 2011. 151f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Midiática) — Faculdade de Comunicação Social, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS, 2011.
- BIANCHINI, Maíra. **A Netflix no campo de produção de séries televisivas e a construção narrativa de Arrested Development**. 2018. 220f. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, BA, 2018.
- BORDWELL, David. **Figuras traçadas na luz: a encenação no cinema**. Campinas: Papirus, 2008.
- BORDWELL, David; THOMPSON, Kristin. **A arte do cinema: uma introdução**. Campinas, SP: Editora da Unicamp; São Paulo, SP: Editora da USP, 2013.
- BOURDIEU, Pierre. **As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário**. São Paulo: Cia das Letras, 1996.
- CALABRESE, Omar. **A idade neobarroca**. Lisboa: Edições 70, 1999.
- ECO, Umberto. A inovação no seriado. In: ECO, Umberto. **Sobre os espelhos e outros ensaios**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1989. p. 120–139.
- EM 2019, EUA produziu mais de 500 séries pela 1ª vez na história. **UOL**, São Paulo, 09 jan. 2020. Disponível em: <https://entretenimento.uol.com.br/noticias/redacao/2020/01/09/em-2019-eua-produziu-mais-de-500-series-pela-1-vez-na-historia.htm>. Acesso em: 07 maio 2021.
- ESQUENAZI, Jean-Pierre. **As séries televisivas**. Lisboa: Texto & Grafia, 2011.
- GOLDBERG, Lesley. How to get a job in Shondaland. **The Hollywood Reporter**, Los Angeles, 22 dez. 2014. Disponível em: <https://www.hollywoodreporter.com/live-feed/how-get-a-job-shondaland-753483>. Acesso em: 07 maio 2021.
- GOMES, Wilson. Princípios de poética (com ênfase na poética do cinema). In: PEREIRA, Miguel; GOMES, Renato Cordeiro; FIGUEIREDO, Vera Lúcia Follain (org.). **Comunicação, representação e práticas sociais**. Rio de Janeiro: Editora PUC, 2004. p. 93-125.
- HUVER, Scott. Grey's Anatomy team reflects on show's legacy as it hits 300 episodes. **Variety**, Nova York, 09 nov. 2017. Disponível em: <https://variety.com/2017/tv/features/greys-anatomy-at-300-shonda-rhimes-krista-vernoff-oral-history-1202608378/>. Acesso em: 07 maio 2021.

KOBLIN, John. Netflix signs Shonda Rhimes in counterpunch to ABC and Disney. **The New York Times**, Nova York, 14 ago. 2017. Disponível em:

<https://www.nytimes.com/2017/08/14/business/media/shonda-rhimes-netflix-deal.html>. Acesso em: 07 maio 2021.

LEVINE, Elana. *Grey's Anatomy: Feminism*. In: MITTELL, Jason; THOMPSON, Ethan (ed.). **How to watch television**. New York: New York University Press, 2013. p. 139-147.

MEIMARIDIS, Melina. **Dissecando a estrutura narrativa dos seriados médicos americanos**. 2017. 163f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) — Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ, 2017.

MITTELL, Jason. **Complex TV: the poetics of contemporary television storytelling**. New York: New York University Press, 2015.

PICADO, Benjamim; SOUZA, Maria Carmem Jacob de. Dimensões da autoria e do estilo na ficção seriada televisiva. **MATRIZES**, v. 12, n. 2, p. 53-77, maio/ago, 2018.

PRESS, Joy. **Stealing the show: how women are revolutionizing television**. Londres: Faber & Faber, 2018.

RHIMES, Shonda. **O ano em que disse sim: como dançar, ficar ao sol e ser a sua própria pessoa**. Rio de Janeiro: Best Seller, 2016.

SHONDA Rhimes teaches writing for television. **MasterClass**. [S.l.], c2021. Disponível em: <https://www.masterclass.com/classes/shonda-rhimes-teaches-writing-for-television/>. Acesso em 08 de setembro de 2018.

SOUZA, Maria Carmem Jacob de. O papel das redes de televisão na construção do lugar do autor nas telenovelas. In: SOUZA, Maria Carmem Jacob de; BARRETO, Rodrigo Ribeiro (org.). **Bourdieu e os estudos de mídia: campo, trajetória e autoria**. Salvador: Edufba, 2014. p. 13-40.

TEIXEIRA, João Senna. **Regimes de serialidade**. Salvador: Benditas, 2020.

TEIXEIRA, João Senna; SOUZA, Maria Carmem Jacob de. Princípios e recursos da continuidade narrativa na serialidade dos comics de super-heróis. **Revista Fronteiras – Estudos Midiáticos**, v. 21, n. 3, p. 130-141, 2019.

THOMPSON, Kristin. **Storytelling in film and television**. Cambridge e Londres: Harvard University Press, 2003.

Informações sobre o Artigo

Resultado de projeto de pesquisa, de dissertação, tese: sim, resultado de dissertação.

Fontes de financiamento: o pesquisador teve a pesquisa desenvolvida no mestrado financiada pela Capes.

Apresentação anterior: não se aplica.

Agradecimentos/Contribuições adicionais: não se aplica

Genilson Alves

Doutorando e mestre em Comunicação e Cultura Contemporâneas (PÓSCOM/UFBA), Mestre em Comunicação e Cultura Contemporâneas (PÓSCOM/UFBA).

E-mail: genilson.falves@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9991-6187>

Maria Carmen Jacob Souza

Professora Titular da Faculdade de Comunicação da UFBA e do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da UFBA (PÓSCOM/UFBA); Doutora em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.

E-mail: mcjacobsg@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5519-8040>