

**ESTRATÉGIAS AUTORAIS E CRIAÇÃO DE MUNDOS FICCIONAIS: O PACTO
NARRATIVO DE *BRIDGERTON***

**AUTHORIAL STRATEGIES AND CREATION OF FICTIONAL WORLDS:
BRIDGERTON'S NARRATIVE PACT**

**ESTRATEGIAS AUTORALES Y CREACIÓN DE MUNDOS FICTICIOS: EL PACTO
NARRATIVO DE *BRIDGERTON***

Tatiana Oliveira Siciliano

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio)

ORCID: 0000-0001-6867-195X

Rio de Janeiro, RJ, Brasil

Bruna Aucar

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio)

ORCID: 0000-0002-0166-2124

Rio de Janeiro, RJ, Brasil

Tatiana Helich

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio)

ORCID: 0000-0002-1078-6225

Rio de Janeiro, RJ, Brasil

Recebido: 26/09/25 / Aprovado: 05/04/2026

Como citar: SICILIANO, T. O.; AUCAR, B.; HELICH, T. Estratégias Autorais e Criação de Mundos: o pacto narrativo de Bridgerton. Revista GEMInIS, n. 17, p.140–160, 2026.

Direito autoral: Sob os termos da Licença Creative Commons-Atribuição 3.0 Internacional.

RESUMO

Este artigo discute a criação de mundos ficcionais expandidos, a partir de estratégias autorais de três agentes – a produtora Shondaland, a plataforma de streaming Netflix e a escritora de romances de época Julia Quinn. Mapeamos, assim, o processo de migração do universo *Bridgerton* das páginas dos livros para as telas de televisão e as práticas compartilhadas de autoria. As complexidades do audiovisual e as condições de recepção contemporâneas levam a ficção seriada a outro estágio, que acentua o pacto narrativo entre espectador e obra.

Palavras-chave: Criação de Mundos ficcionais; Autoria; *Bridgerton*.

ABSTRACT

This article discusses the creation of expanded fictional worlds, based on the authorial strategies of three agents – the producer Shondaland, the streaming platform Netflix and the writer of period romances Julia Quinn. We thus map the process of migration of the *Bridgerton* universe from the pages of books to television screens and the shared practices of authorship. The complexities of audiovisual and contemporary reception conditions take serial fiction to another stage, which accentuates the narrative pact between spectator and work.

Keywords: Creation of fictional worlds; Authorship; *Bridgerton*.

RESUMEN

Este artículo analiza la creación de mundos ficticios expandidos, basados en las estrategias autorales de tres agentes: el productor Shondaland, la plataforma de streaming Netflix y la escritora de novelas románticas de época Julia Quinn. De este modo, mapeamos el proceso de migración del universo *Bridgerton* de las páginas de los libros a las pantallas de televisión y las prácticas compartidas de autoría. Las complejidades del audiovisual y de las condiciones de recepción contemporáneas llevan la ficción seriada a otro escenario, lo que acentúa el pacto narrativo entre espectador y obra.

Palabras Clave: Creación de mundos ficticios; Paternidad literaria; *Bridgerton*.

1. INTRODUÇÃO: A CRIAÇÃO COMPARTILHADA

A estreia de *Bridgerton* em 2020 na Netflix inaugurou a parceria entre o serviço de streaming e a produtora Shondaland, fundada em 2005 pela *showrunner*¹ Shonda Rhimes². Inspirada nos *best-sellers* de Julia Quinn sobre os oito irmãos da família Bridgerton, a primeira temporada da série – adaptação do primeiro livro de Quinn, *O Duque e eu*, – foi assistida por 82 milhões de indivíduos ao redor do mundo, nos primeiros 28 dias, integrando a lista das dez séries mais assistidas globalmente, “Top 10” (Netflix, 2021b). Quando migrou da TV aberta para o streaming, Shonda Rhimes, já referência na criação de séries televisuais, acumulava três nomeações para o Emmy³, e no currículo contava com alguns sucessos exibidos na *American Broadcasting Company* (ABC), *Grey’s Anatomy* (2005-até a presente data)⁴, *Scandal* (2012-2018) e *How to get away with murder* (2014-2020).

O objetivo do presente trabalho é discutir os processos criativos compartilhados, a partir da confluência das estratégias autorais de três agentes: a produtora Shondaland, a plataforma de streaming Netflix e a escritora de romances de época Julia Quinn. A empresa de Rhimes partiu de uma história que já contava com uma base de fãs e a adaptou ao seu estilo, imprimindo sua marca autoral multicultural de construir um mundo mais etnicamente igualitário da alta sociedade no período da Regência britânica a partir da ficcionalização do passado⁵; a plataforma de streaming vem investindo em produções próprias que sejam sucessos globais⁶ e que ao mesmo tempo atendam às demandas de inclusão social adotadas pela empresa de mídia, como será discutido adiante; e Julia Quinn, apesar de já ser uma escritora reconhecida no campo, por meio da parceria aumentou a venda de livros⁷, ampliando globalmente a visibilidade da referência literária que originou a série. Dessa forma, o mundo *Bridgerton* materializado nas telas acaba construindo um novo universo ao combinar a adaptação do romance, a estratégia de *casting* multicolor, com selo de produção Netflix, que além

¹ O *showrunner* é responsável pela coesão, coerência e audiência de um programa ou série televisual. Por isso, o trabalho deste profissional abarca diversas funções como as de gestor, autor, editor de roteiro (Kallas, 2016).

² Em 2017, Rhimes assinou contrato de exclusividade com a Netflix.

³ Em 2006, Shonda recebeu duas indicações: Melhor roteiro para série dramática e Melhor série dramática por *Grey’s Anatomy*. Em 2007, recebe outra indicação por *Grey’s Anatomy* na categoria Melhor série dramática. Disponível em: <https://www.emmys.com/bios/shonda-rhimes>. Acesso em: 22 ago. 2023.

⁴ *Grey’s Anatomy* (2005-até a presente data) é um drama médico e está na 20ª temporada. Disponível em: <https://www.hollywoodreporter.com/tv/tv-news/greys-anatomy-renewed-season-20-abc-1235360499/>. Acesso em: 25 fev. 2024.

⁵ Tal estratégia narrativa foi usada em filmes de Quentin Tarantino, como *Bastardos Inglórios* (2009) e *Era uma vez em Hollywood* (2019) e na série *Hollywood* dos criadores Ryan Murphy e Ian Brennan (2020), produção Netflix (Carneiro, 2021).

⁶ A Netflix classifica os “Top 10” de séries com base em um cálculo que considera as visualizações semanais do título e o total de horas visualizadas de cada temporada da série, divididas pelo tempo total de execução. Disponível em: <https://www.netflix.com/tudum/top10/tv>. Acesso em: 22 ago. 2023.

⁷ Após o lançamento da primeira temporada na plataforma em 25 de dezembro de 2020, cinco livros do mundo *Bridgerton* figuraram na lista dos dez mais vendidos no ranking da *Publishnews*, publicado em 22 de janeiro de 2021 (*Folha de S. Paulo*, 2021).

de disponibilizar globalmente o título, permite que a produtora invista em cenários, em locações e em figurinos que ajudam a estabelecer o pacto narrativo entre espectador e obra.

Esse pacto na transposição narrativa, contudo, levanta a questão: *O que é um autor?* A pergunta elaborada por Michel Foucault em sua conferência em 1969 desloca a noção de autoria como origem única de sentido e a coloca como função discursiva que transcende o indivíduo, pois apenas se manifesta na trama do discurso. Dessa forma, para Foucault (1992 [1969]), a função-autor exerce uma posição que organiza, classifica e controla os discursos. Concordando com Foucault (1992) que a função-autor deve ser analisada na ordem do discurso, Roger Chartier, em *O que é um autor? Revisão de uma genealogia* (2012), amplia a perspectiva foucaultiana incluindo a importância de considerar também as formas materiais de circulação dos textos, afinal, para Chartier (2012), a função-autor está vinculada a práticas editoriais, formatos textuais e regimes discursivos, sendo necessário compreender o suporte material dos textos no funcionamento da autoria. Ao pensar em *Bridgerton* a partir de Julia Quinn, qual discurso a autora imprime em sua obra? Ao ser adaptada pela produtora Shondaland para o formato audiovisual, quais camadas são incorporadas às personagens e à trama? Quais as estratégias do serviço de streaming Netflix ao ter a série como Original de seu catálogo?

Umberto Eco (2018, p. 15) mostra que o “romance não é apenas um fenômeno linguístico”, mas “uma questão cosmológica”, pois “para narrar algo, começamos como uma espécie de demiurgo que cria um mundo – um mundo que deve ser tão preciso quanto possível, para que possamos nos movimentar nele com total confiança”. Assim, o mosteiro medieval, que foi palco da descoberta de um monge envenenado por um livro proibido, se configura na imaginação do leitor, mas, ao ganhar adaptação, se materializa na imagem em movimento do audiovisual. Se o romancista “designa um mundo possível” (idem, p. 55), a produção audiovisual – ao integrar roteiro, imagens, direção de arte, figurinos, atuações etc. – oferece uma percepção de concretude ao pacto ficcional. Afinal, a ficção mesmo quando traz histórias de ficção científica ou contos de fadas se baseia em elementos existentes no mundo real (idem). Traz o mundo que conhecemos como “pano de fundo” (Eco, 1994), em que a verossimilhança é a essência do acordo.

Para compreendermos os caminhos que levam aos “bosques ficcionais” (Eco, 1994) do universo *Bridgerton* imaginado por Quinn, Shondaland e Netflix, nos basearemos nos seguintes materiais: i) dados sobre a série e suas criadoras (Shonda Rhimes e Quinn) coligidas de periódicos jornalísticos; ii) informações sobre o mundo *Bridgerton* e estratégias mercadológicas da plataforma de streaming no *site* da Netflix; iii) elementos sobre o mundo *Bridgerton*, como fotos e *teasers* sobre a terceira temporada, informações em texto e vídeo sobre o elenco, produção e entrevistas com

membros da equipe criativa das duas primeiras temporadas e do *spin-off* no *site* da Shondaland; iv) o livro *Os bastidores de Bridgerton: o livro oficial da série* (2023), das produtoras criativas da Shondaland: Shonda Rhimes e Betsy Beers. A obra inclui fotos, relatos e explicações de diretores e cenas que mostram como foi transposto o mundo *Bridgerton* da literatura para as telas; v) entrelaçamento dos materiais empíricos com o referencial teórico com destaque para a discussão sobre autoria e construção de mundos narrativos, principalmente a partir das chaves interpretativas propostas por Foucault (1992) e Umberto Eco (1994). Ao pensar a adaptação da obra e a transposição narrativa, na tradição dos estudos de narrativa, usaremos autores como Linda Hutcheon (2013), Marcio Serelle (2023) e Vera Figueiredo (2010).

Nosso percurso metodológico passa pelo mapeamento e organização dos dados empíricos coletados nos materiais acima com intuito de construir um conjunto de reflexões sobre a construção do universo *Bridgerton* a partir da tríade Julia Quinn, Shondaland e Netflix. Entendendo a Shondaland como elemento central nessa tríade autoral, primeiro discutiremos as estratégias de união da Shondaland com a Netflix para, em seguida, analisar a parceria da produtora audiovisual com a escritora Julia Quinn. A conquista pela posição de uma das autoras mais bem-sucedidas do campo se deve não apenas pela habilidade em contar boas histórias, mas, sobretudo, ao papel do roteirista em ampliar “o grau de controle criativo sobre suas obras” (Alves; Souza, 2021, p. 60). É preciso ter escolhas narrativas que “reiterem temas, mundos ficcionais e personagens que se consagram na imaginação do público” (idem). A partir dessa reflexão, podemos ampliar a discussão também para Julia Quinn e a Netflix, ambas marcas com identidades próprias e reconhecidas pelo público.

Assim, este é um trabalho em progresso e artesanal, como ensina Wright Mills (2009). Para o sociólogo, o mais importante é que o pesquisador use a “imaginação sociológica”, desenvolva um olhar crítico autoral “ao passar de uma perspectiva para outra, e, nesse processo, consolidar uma visão” (idem, p. 41) sobre aspectos da vida social, agrupando elementos que pareciam, a princípio, não combináveis. Tal empreendimento é chamado por Mills (2009) de “artesanato intelectual”. Pressupõe a coleta e a organização de dados como qualquer pesquisa acadêmica, contudo permite maior liberdade na condução do caminho. O método é aqui tratado como uma rota que pode ser alterada em função do próprio aprendizado. Os cenários heterogêneos gerados pela circulação da ficção seriada televisiva contemporânea abrem inúmeros desafios ao pesquisador e, por isso, demandam novos investimentos metodológicos. Dada a problemática do objeto apresentado, nosso percurso é incipiente e, nesse sentido, busca percorrer itinerários múltiplos, deslocar o ponto de observação e formular novas perguntas.

Toda obra ficcional constrói seu mundo a partir de um certo trabalho de modelagem, separando e agrupando elementos presentes em outros mundos. No mapeamento das conexões do mundo *Bridgerton*, parte-se do argumento defendido por Márcio Serelle (2023, p. 22) de que “a ficção seriada audiovisual contemporânea – ou pelo menos parte dela – leva a adaptação a outra circunstância, não mais marcada pela condensação da narrativa, mas pela expansão dela”. A característica complexa e intrincada da narrativa audiovisual contemporânea possibilita uma democratização da população ficcional, com a confluência entre personagens e situações, favorecendo que personagens secundários ganhem seu próprio espaço narrativo, muitas vezes a partir de *spin-offs*. Esse é o caso da *Rainha Charlotte*, cujo produto derivado conta a origem da visão de mundo multirracial proposta por *Bridgerton*, fundamental para o entendimento de todo o universo da série, mas que também permite o aprofundamento de aspectos psicológicos de personagens não protagonistas, como a própria Rainha e as mulheres de sua geração (Lady Danbury e Violet Bridgerton). A trajetória de tais personagens não era explorada na literatura da coleção *Bridgerton*, e foi possível a partir da prática contemporânea de expansão das narrativas, criando novos produtos ficcionais para ampliar seu mercado consumidor, preservando uma identidade de marca que une as peças da franquia.

2. DA TELEVISÃO LINEAR PARA O STREAMING: O ENCONTRO ENTRE SHONDA RHIMES E NETFLIX

Mantendo a liderança em número de assinantes e engajamento especialmente em países de grande tradição audiovisual, como é o caso do Brasil⁸, a Netflix teve o investimento em produções originais como um dos pontos de virada da plataforma na consolidação do pacto com assinantes. A partir do lançamento do drama político *House of Cards*, em 2013, a empresa, antes apenas distribuidora, se transforma em produtora de conteúdo e populariza tanto o consumo de televisão por internet, como o hábito de fazer maratonas, diferenciando-se por disponibilizar de uma só vez todos os episódios de uma mesma série na plataforma.

Com a produção de conteúdos exclusivos e de qualidade, a Netflix consolidou seu posicionamento como provedora completa de streaming de vídeo em nível global. Com o uso da inteligência de dados para traçar perfis de gostos de seus assinantes e de potenciais clientes, a empresa apostou tanto no aumento da eficácia de seu catálogo, como na construção de uma identidade (Jenner, 2018). Desde 2016, quando a empresa avança em seu projeto de expansão transnacional, aposta na

⁸ Segundo relatório da *CompariTech* (empresa de análise de mercado de tecnologia), o Brasil é o terceiro maior mercado da Netflix e detém a maior base de assinantes da plataforma fora dos Estados Unidos. Disponível em: <https://www.comparitech.com/tv-streaming/netflix-subscribers/>. Acesso em: 04 out. 2024.

produção de séries alternativas que investem em temáticas e gêneros locais e utilizam mão de obra de mercados regionais, para se adequar a gostos e públicos distintos. A plataforma também tem procurado reforçar sua comunicação institucional como uma empresa que tem como valor a inclusão⁹, com o objetivo de desenvolver produtos audiovisuais que oportunizam protagonismo a grupos que geralmente não ganham destaque nas telas (Myers, 2023).

A contratação da Shondaland vem ao encontro dessa estratégia de inclusão da Netflix, pois a marca de Shonda Rhimes é contar histórias, criar mundos cujas personagens sejam complexos por suas características e experiências, não por questões étnicas, de gênero e de orientação sexual. Em entrevistas, a *showrunner* destaca a intenção de normalizar a televisão, de escrever um “mundo que se pareça com o mundo em que ela vive”, com atores de todas as cores e etnias e com personagens tridimensionais que se assemelhem a pessoas que “são por vezes mesquinhas, heroicas, cansadas, zangadas, desinteressadas ou interessadas por seu trabalho” (Ali; Shapiro, 2018). Dessa forma, acredita ser possível naturalizar a existência de um negro como cirurgião-chefe em um hospital como em *Grey’s Anatomy* (Fogel, 2005; Warner, 2015) ou, mais ousadamente, mostrar nas telas uma aristocracia negra na Inglaterra oitocentista, como no mundo *Bridgerton*. As ficções criadas na Shondaland, após o contrato com a Netflix, continuam investindo na criação de novos mundos, mantendo a normalização da diversidade nas telas.

Genilson Alves e Maria Carmen Jacob (2021, p. 45) ressaltam que a marca autoral de Shonda Rhimes é reconhecida por diferentes agentes do mercado audiovisual de séries de ficção, consumidores, pares e imprensa, e que essa atribuição está relacionada a uma das marcas estilísticas de Shonda: “a abordagem de temas sociais polêmicos como racismo, machismo, transfobia, intolerância religiosa etc.” (p. 45). Lopes (2023, p. 6) observa que a “valorização midiática da diversidade” é um fenômeno discursivo das empresas de mídia que transcende as fronteiras do ativismo das minorias. A temática da inclusão racial se transforma em uma retórica especialmente adotada pelas plataformas de streaming para se diferenciar da televisão linear e expandir seus modelos de negócios. Como se a nova mídia pudesse abarcar as experiências de negritude até então ignoradas ou sub-representadas pela mídia tradicional.

O paradigma discursivo da representatividade no audiovisual distribuído pela internet está associado à criação de um imaginário pós-racial, elaborado por uma crítica que interpreta tais narrativas como “novos racismos” (Bonilla-Silva, 2006; Collins, 2004). Nesse sentido, *Bridgerton*

⁹ Em janeiro de 2021, publica o primeiro relatório “*Inclusion takes root at Netflix*”, no qual afirma o esforço da companhia em busca de maior inclusão e os resultados positivos. Em 2020, contava com 47,8% de mulheres em posições de liderança (eram 41,1% em 2017) e também registrou um aumento de negros e latinos em seus quadros funcionais, quando comparado a 2017 (Myers, 2021).

investe na neutralidade racial, a partir do elenco multiétnico, mas elabora um mundo em que a raça é tida como discussão ultrapassada. Lopes (2023) conclui que séries dessa natureza são mais aceitas e recebem maior investimento da indústria midiática por sua capacidade ampliada de circular em diferentes espaços e públicos. Ou seja, a visibilidade invisibilizada da cor se torna um importante componente mercadológico que gera tanto publicidade favorável quanto permite processos de distribuição de conteúdos personalizados para audiências diversas.

A mistura racial proposta por uma autora como Shonda Rhimes reforça ainda mais a estratégia da Netflix em atender as pressões sociais por maior inclusão no audiovisual. Rhimes assume a posição de “*outsider within*” (Collins, 2016), termo que designa mulheres negras que ocupam lugar de destaque em um setor com uma trajetória de vida diferente dos demais agentes daquele campo. Tal posição ajuda a enriquecer o discurso sociológico contemporâneo com a incorporação de novas perspectivas que desafiam os estereótipos e os lugares de poder.

Além da marca estilística de Shonda estar atrelada à diversidade, é fundamental destacar o ofício duplo da produtora que assume tanto a posição autoral como também articula não só o ofício de roteirista com a de produtora, detendo maior controle nos processos de produção. A experiência de cerca de 15 anos com a televisão americana ABC permitiu que Shonda aprendesse “as regras do jogo” audiovisual, aprimorasse a arte de negociação e construísse elementos que formaram sua marca autoral. Contudo, enquanto esteve ligada à televisão aberta, Shonda precisava atender às expectativas da emissora, a classificação indicativa e estruturar a narrativa considerando as interrupções dos anúncios publicitários (Alves; Souza, 2021). Ao firmar parceria com a Netflix, a produtora teria conseguido maior autonomia na criação de produtos ficcionais além de maior verba orçamentária e alcance de público no exterior.

Ao mesmo tempo, a Netflix, ao buscar se diferenciar na disponibilização de vários episódios de uma só vez na plataforma, precisa constantemente ter maior produção audiovisual em seu serviço de streaming, o que faz a parceria com Shondaland ser benéfica à plataforma. A maior autonomia aos criadores roteiristas que já detém marca estilística reconhecida no campo bem como capital simbólico e econômico acumulados possibilita que a plataforma de streaming aposte com certo grau de segurança em produções de sucesso. Com seu repositório de arquivos ilimitado, o descolamento da grade fixa de horários e a possibilidade de personalização via algoritmos, o streaming possui as condições favoráveis para distribuir e empreender o discurso de inovação e inclusão no audiovisual.

Shonda Rhimes é a roteirista mais bem paga da televisão e se orgulha do feito, conforme discurso, em 2018, no evento *Women in Hollywood* da revista *ELLE*¹⁰. O valor de sua obra é

¹⁰ Shonda Rhimes, em discurso, no evento “Elle’s Women in Hollywood celebrou o seu sucesso no trabalho”. Em suas

conhecido e reconhecido pelo sucesso de público, o que lhe valeu um contrato exclusivo com a maior plataforma de streaming¹¹, a possibilidade de comprar os direitos autorais de uma escritora de *best-sellers* e produzir em outro continente uma série que demandou um alto investimento financeiro, que conta até então com três temporadas e um *spin-off* disponíveis na Netflix. Shonda e sua produtora são grifes que conferem um valor simbólico à plataforma e ampliam o alcance das obras de Julia Quinn para um universo de telespectadores maior que seus leitores. Daí a felicidade de Quinn ao receber a proposta da compra dos direitos autorais pela Shondaland.

Contudo, o valor de *Bridgerton* não se materializaria na parceria Shondaland-Netflix sem o elo colaborativo de diversos profissionais por trás das câmeras, além do *showrunner*. Atores e atrizes são a face visível da encenação de tal mundo ficcional. Mas, para que o espectador acredite que a história se passa na Inglaterra, no início do século XIX, e narra os amores e modo de vida da alta sociedade, é preciso o trabalho da produção criativa. Tal equipe incorpora roteiro, produção, direção, figurino, cenografia, composição musical, *casting*, preparação de elenco, entre outros (Rhimes; Beers, 2023). Conforme declaração de Rhimes, “fazer séries de televisão é construir um universo do nada (ou, nesse caso, a partir das páginas dos livros de Julia Quinn)”. Se o início do trabalho começa com um bom roteiro, este não é suficiente para garantir a qualidade final do projeto, é apenas uma “planta baixa”, que para ganhar vida vai precisar de uma equipe trabalhando continuamente “ao longo do desenvolvimento, da produção e da pós-produção” (idem, p. 13).

Howard Becker (1977, p. 209) não privilegia a posição do autor, ao assinalar que toda obra artística pressupõe elos colaborativos na cadeia de produção até chegar ao usuário: “o artista, assim, trabalha no centro de uma ampla rede de pessoas em cooperação, cujo resultado é o trabalho final. Onde quer que ele dependa de outros, existe um elo cooperativo”. Dessa forma, para o sociólogo, se há divisão de trabalho, a autoria é compartilhada, pois o produto é feito por um conjunto de pessoas que “fazem coisas juntas”. Pierre Bourdieu (1996) também não credita ao autor à singularidade da sua obra. Compreende o artista como “resultado de um trabalho coletivo que levou à constituição de um campo cultural” (Bourdieu, 1996, p. 290). O artista, então, deve ser pensado a partir das condições de funcionamento de um “jogo” (*illusio*) produzido dentro da estrutura de um espaço social, um campo, no qual vários agentes disputam por posições de prestígio e de visibilidade.

A produção do universo *Bridgerton* conta ainda com a ajuda de uma historiadora Hanna Greig, responsável por fazer com que toda equipe envolvida compreenda a atmosfera social do

palavras: “eu não vou me esconder. Vou orgulhar-me. Sou a showrunner mais bem paga da televisão” (Hall, 2018).

¹¹ Em 2021, com a primeira temporada de *Bridgerton*, Shonda Rhimes já ganhava 30 milhões de dólares anuais para criar conteúdo exclusivo para a plataforma e um bônus de 5 milhões de dólares pelo sucesso alcançado pela série. A primeira temporada foi assistida por 82 milhões de lares (40% da audiência pagante da Netflix) nos primeiros 28 dias (Berg, 2021).

período da Regência Britânica e a visão de mundo da elite, inclusive em relação ao mercado de casamentos (Rhimes; Beers, 2023). Toda ficção, como lembra Umberto Eco, “constrói seu mundo [...] emprestando aspectos do mundo real” (1994, p. 79). Nos bosques possíveis da ficção, quem consome a obra, seja ele leitor, ouvinte ou espectador, “precisa aceitar tacitamente o acordo ficcional, que Coleridge chamou de ‘suspensão da descrença’”. O espectador sabe que a história é uma criação de seus autores, mas “ao aceitarmos o acordo ficcional [...] fingimos que o que é narrado de fato aconteceu” (idem, p. 81). No entanto, a interpretação de quem consome leva em conta o conhecimento do mundo por ela vivido, isto é, toma “o mundo real como pano de fundo”, o que não quer dizer que “[corresponda] às leis e condições de um mundo real” (idem, p. 89).

Então, a partir disso, é possível estabelecer um pacto ficcional com o espectador ao mostrar um grupo da alta classe social na Inglaterra oitocentista cujas personagens possuem origens e etnias diversas; e que, apesar das regras sociais rígidas, especialmente em relação às mulheres, as moças não se comportam como totalmente pudicas e expressam desejo e curiosidade sexual. Não é proposta da Shondaland, e isso é explicitado inclusive no *spin-off* que é baseado em uma pessoa real, a Rainha Charlotte, escrever uma série fiel ao imaginário do espectador sobre o século XIX inglês. Conforme o *showrunner* Chris Van Dusen, o objetivo autoral de uma produção da Shondaland é contar com “um grupo tão diversificado de personagens que [permita] explorar uma variedade de narrativas”. A trama, apesar de ter como pano de fundo a ambiência e os protocolos sociais da Regência britânica, propôs um “olhar contemporâneo” que tornasse as histórias “atemporais e universais” (Rhimes; Beers, 2023, p. 26). Afinal, os personagens “são humanos” (idem, p. 34).

Tal modo Shondaland de criar histórias foi bem-sucedido mesmo ficcionalizando um passado de uma maneira distinta ao que se encontra no gênero “romances de época”. Entendendo a função-autor como posição que organiza, classifica e controla o discurso, Foucault (1992) destaca como o discurso funciona e circula socialmente e como a atribuição de um texto a um autor permite controlar sua interpretação. Ao ter como marca estilística autoral questões de diversidade e inclusão, Shonda Rhimes detém o controle de suas narrativas com mundos construídos seguindo seu entendimento de como a história deveria ser e incorporando ao mercado audiovisual protagonismos antes negligenciados.

O sucesso da primeira temporada de *Bridgerton* na Netflix fez a plataforma confirmar o interesse pela franquia tanto pela expectativa da boa audiência global, como por fomentar a inserção feminina e de outras etnias no setor do entretenimento, “visando aumentar a representatividade no mercado de grupos sub-representados”¹². Ao olhar para as produções da Shondaland, percebe-se o

¹² O acordo entre Netflix e a produtora Shondaland foi ampliado em 2021. Informação no *site* da Netflix, publicada em 08

destaque para o papel da mulher e, principalmente, da mulher negra. Com isso, Shonda Rhimes leva ao público assuntos que demandam atenção coletiva da sociedade, mesmo sem dar foco à problemática racial dentro da narrativa. Ao mesmo tempo, a Netflix incorpora essas questões em sua construção de identidade: “um programa ou o conjunto de programas constroem a imagem da própria emissora de televisão” (Peruzzo, 1998, p. 132).

3. EXPANSÃO DE MUNDOS NA SHONDALAND: UMA NOVA DIMENSÃO PARA A OBRA DE QUINN

Minha mentirosa interior salta e toma conta de minha mente e começa a tecer os romances. Começa simplesmente a... preencher os espaços vazios. A pintar por cima do nada. A completar as lacunas e ligar os pontos. A montar os trilhos do trem (Rhimes, 2016, p. 18).

Ao *pintar por cima do nada, completar as lacunas e ligar os pontos*, o jeito de contar histórias das produções Shondaland vão conformando uma marca. Tal assinatura ocorre em meio a um processo intenso de produção. Shonda Rhimes (2016, p. 19) lembra que fazer televisão é como “montar os trilhos para um trem que se aproxima com velocidade”, “não importa o que aconteça”, o trem da produção não pode parar, nem descarrilhar. Você tem que escrever. Pois, “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” (Rhimes, 2016, p. 12). Seguindo Becker (1977), podemos dizer que um “mundo” se define a partir da totalidade de identidades e organizações que produzem determinadas ações necessárias para a existência de acontecimentos e produtos específicos e próprios de tal “mundo”. Seja qual for o objeto da produção, qualquer universo pode ser demarcado pelo conjunto de agentes sociais que realizam atividades correlacionadas para esta produção aparecer.

Em *Bridgerton*, Shonda Rhimes atuou como *showrunner* para um novo criador: Cris Van Dusen. Ambos conversavam sobre a série, Chris escrevia as ideias discutidas e as levava para sala de roteiristas a fim de serem desenvolvidas. No final, os roteiros eram devolvidos para Shonda que lia e fazia anotações (Rhimes; Beers, 2023, p. 40). Contudo, a ideia-base veio dos livros de Julia Quinn, que ao vender os direitos autorais abriu mão do controle criativo, confiando na capacidade da marca Shondaland em fazer televisão (idem, p.18). A autora dos romances atuou como consultora da série, consciente que a série *Bridgerton*, como toda adaptação, “[recontaria] a mesma história de um ponto de vista diferente”, “com uma interpretação distinta” (Hutcheon, 2013, p. 29). Afinal, a adaptação é

uma prática cultural que recontextualiza obras e textos entre meios e épocas. Em *Teoria da adaptação* (2013), Linda Hutcheon ressalta o papel da adaptação como ato crítico e criativo, que dialoga com o original, mas considera as condições históricas, tecnológicas e culturais do período que a produz. Shonda Rhimes e sua sócia criativa Betsy Beers expandiram os romances de Quinn buscando tanto atender a base de fãs antiga da autora, como atrair um grupo de pessoas novas, tentando quebrar o preconceito contra as narrativas consideradas românticas (Rhimes; Beers, 2023). Tais parcerias criativas permitiram, inclusive, a expansão narrativa para uma prequela da Rainha Charlotte.

Para as *showrunners*, não importava se os dados históricos poderiam de fato confirmar aquela história de uma rainha negra. A Rainha Charlotte delas “existia no universo *Bridgerton*” e, portanto, elas gozavam de liberdade para desenvolverem a trama (idem, p. 30). O papel da Rainha é fundamental nas tramas, uma vez que a personagem traz a explicação para a naturalização da diversidade étnica. É a mulher que muda o curso da sociedade. Ao casar-se com o Rei George III provoca o fim das divisões raciais. A narrativa liga a questão racial a uma noção de progresso, em que se conquista um futuro em que as noções de raça são inertes, o que ajudou a reforçar a crítica pós-racial (Lopes, 2023). A presença exagerada da personagem, visualmente expressa por pesadas e grandiosas perucas, carrega uma complexidade que fascina tanto pela intensidade dramática quanto pelo humor.

Para o pacto com espectador se manter, o investimento no figurino era fundamental. Quinn criou um mundo de luxos e excessos destacados em joias, vestidos, sapatos e acessórios. Uma das primeiras decisões criativas da Shondaland foi incorporar com ostentação esse mapa cenográfico, mesmo sabendo que, no audiovisual, essa seria uma investida bem cara. Inicialmente, a Netflix não concordou com uma aposta tão alta. Só na primeira temporada, foram gastos mais de 80 mil dólares em confecção de roupas (Paz, 2022), com mais de 7.500 peças. Mas, para os criadores, o figurino era o elemento central para compor a unidade do universo *Bridgerton* (Rhimes; Beers, 2023). Conforme a historiadora Hannah Greig relata: “os membros da aristocracia no período da Regência Britânica gastavam grandes somas de dinheiro em seus guarda-roupas” (idem, 2023, p. 154). Tudo isso foi construído dentro de um universo novo, pensado para ser a *Bridgerton* a partir de Julia Quinn para a Netflix. A Shondaland não queria “uma aula de história, mas algo novo” (idem, p. 60). Dessa forma, um visual totalmente radical para a época foi inventado com toneladas de sedas, cetins, jacquards, bordados vindos de vários países. Um luxo aristocrático com vestimenta e cenário da Regência Inglesa, danças, modos de falar mesclados a comportamentos femininos mais ousados, modernos e uma proposta de elenco multirracial e multicultural.

Os livros de Quinn atingiram um outro patamar de vendas após o sucesso da franquia no streaming. As práticas de consumo da cultura das mídias sempre foram marcadas pelo aproveitamento de oportunidades mercadológicas, a partir da aquisição de produtos relacionados à obra audiovisual, tais como livros, discos, camisetas, pôsteres, que tentam prolongar as experiências espectatoriais fora das telas (Figueiredo, 2010). Para isso o uso de ações que resultem em um “consumo de experiência”, conceito aqui entendido, como forte conexão emocional desses espectadores, a partir do reconhecimento dos “significados subjetivamente experimentado[s]”, e correspondentes à “narrativa de origem” que possibilitam a imersão no mundo imaginário previamente construído (Pereira *et al.*, 2015, p. 9-10). O consumo é a face visível, uma forma de reafirmar a fidelidade do espectador e expressar afeto à obra audiovisual. Nesse sentido, ganha destaque a iniciativa pioneira “*Seat at the Table*”, estratégia autoral da Shondaland com a Netflix, em que bens de consumo autênticos são oferecidos aos fãs, com a intenção de reproduzir experiências similares às da série. Parcerias com diferentes profissionais da ficção – como figurinistas, historiadores, cenógrafos – foram firmadas para que eles pudessem recriar os bastidores da narrativa através de produtos originais que sejam representativos de seu trabalho. Aqui, a dimensão da autoria é o diferencial que confere *status* e significação ao produto. É como se o espectador pudesse literalmente ter um *lugar à mesa* da família Bridgerton ou garantir seu convite para o baile oficial da temporada.

Assim, os fãs podem reproduzir um casamento nos moldes da sociedade inglesa oitocentista. A *Bridgerton Wedding* é resultado da parceria entre a figurinista vencedora do Emmy Lyn Paolo e a famosa marca de vestidos de noiva *Allure Bridals*. Uma coleção exclusiva com 15 modelos foi desenvolvida com referências dos estilos gregorianos e da regência. Tal como na série, os vestidos foram pensados para todos os tipos de corpos e idades. Outras parcerias com marcas como *Lacoste*, *Williams-Sonoma*, *Hasbro*, *a Republic of Tea* também foram firmadas. O consumidor pode comprar tanto na página online da Shondaland ou na loja virtual da Netflix (netflix.shop) que direciona para outros agentes de mercado, como Amazon, Walmart, Bookshop, Barnes and noble (Valentini, 2023). Ao ampliar as experiências de consumo através destas estratégias comerciais, a narrativa se transforma em um consumo de experiência que reforça vínculos de sentido entre consumidores e obra (Pereira *et al.*, 2015).

A série *Bridgerton* conta com um entrelaçamento e um diálogo contínuo de “campos de produção” (como literatura e televisão) e “suportes” (múltiplas telas, livro físico, *site* para venda de produtos) para construir e fazer circular elementos de seu mundo. Vera Figueiredo (2010, p. 39) aponta como “o mercado editorial vem apostando no filão das publicações derivadas de filmes”, que se reforçam como “uma memória que não deve ser perdida”. Podemos estender tal fenômeno de

migração para as séries. O *box* com os quatro primeiros livros dos irmãos Bridgerton, escritos por Julia Quinn, são oferecidos no *site* da Shondaland¹³ com *link* de compras para a Amazon dos Estados Unidos¹⁴. O primeiro traz na capa o casal protagonista da primeira temporada da série e todos contam com o selo Netflix (Figura 1). O *spin-off* da série intitulado *Rainha Charlotte* (2023) foi criado por Shonda Rhimes para a plataforma de streaming e, a partir dos roteiros dos seis episódios, invertendo a lógica até então seguida, ganhou sua versão para o romance escrito por Julia Quinn. A *showrunner* e a escritora são coautoras do livro sobre a rainha (Figura 1).

Figura 1: Box de livros da Coleção *Bridgerton*, de Julia Quinn, e capa do livro sobre a rainha Charlotte



Fonte: Imagens retirada do *site* da Amazon.

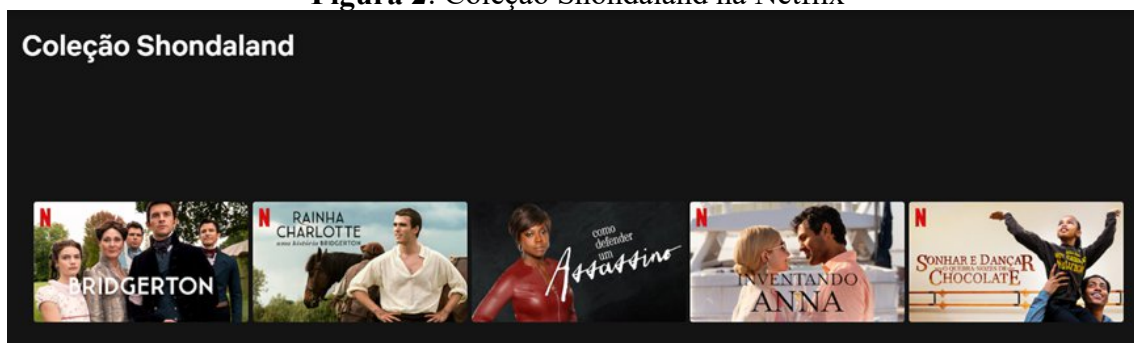
A coleção Shondaland na Netflix (Figura 2) inclui seis títulos originais: *Bridgerton* (três temporadas disponibilizadas, respectivamente em 2020, 2022 e 2024); *Rainha Charlotte* (2023, *spin-off* de *Bridgerton*); *Inventando Anna* (2022, minissérie baseada em história real); *Assassinato na Casa Branca* (2025); e os documentários *Sonhar e dançar: o Quebra-Nozes de Chocolate* (2020, versão do clássico ballet *Quebra-Nozes*) e *A Primeira Barbie Negra* (2024). No entanto, o *site* Shondaland indica o mundo *Bridgerton* como a ficção expandida que recebe mais destaque da produtora, sendo a única a contar com uma seção no menu só para si (Figura 3) e na página principal abrigar vários conteúdos exclusivos (Figura 4) como, por exemplo, sobre o design dos tapetes de

¹³ *Site* da Shondaland: <https://www.shondaland.com/inspire/shondaland-bridgerton-behind-the-scenes/g45826869/shop-the-entire-bridgerton-and-queen-charlotte-holiday-gift-guide/>. Acesso em: 01 mar. 2024.

¹⁴ *Site* da Amazon: <https://www.amazon.com/dp/0349430187?ots=1&linkCode=ogi&tag=sho-links-20&ascsubtag=%5Bartid%7C2134.a.39693232%5Bsrc%7Cwww.shondaland.com%5Bch%7C%5Blt%7C%5Bpid%7Ce18f98-fe7d-4f22-90e7-01ccf42d34a4%5Baxid%7C6e576c24-edac-4f87-be1e-884012d434a2>. Acesso em: 01 mar. 2024. Vale destacar que a Netflix já disponibilizou três temporadas referentes aos livros *O Duque e eu*; *O Visconde que me amava* e *Os segredos de Colin Bridgerton*. A plataforma já confirmou a produção de uma quarta temporada.

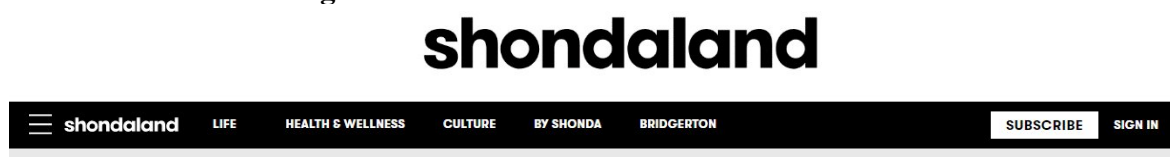
Bridgerton que trazem a atmosfera da Regência Inglesa¹⁵, o anúncio dos casamentos da trama, vídeos sobre o estilo de vida da Regência e os personagens e seus romances na corte inglesa. Na seção *What we're talking about*¹⁶ a notícia sobre cartões apaixonados que o internauta pode adquirir com o tema *Bridgerton*, trazendo o desenho da rainha Charlotte junto com seu marido dentro de corações.

Figura 2: Coleção Shondaland na Netflix



Fonte: Captura de tela da plataforma de streaming Netflix.

Figura 3: Menu da *home site* da Shondaland

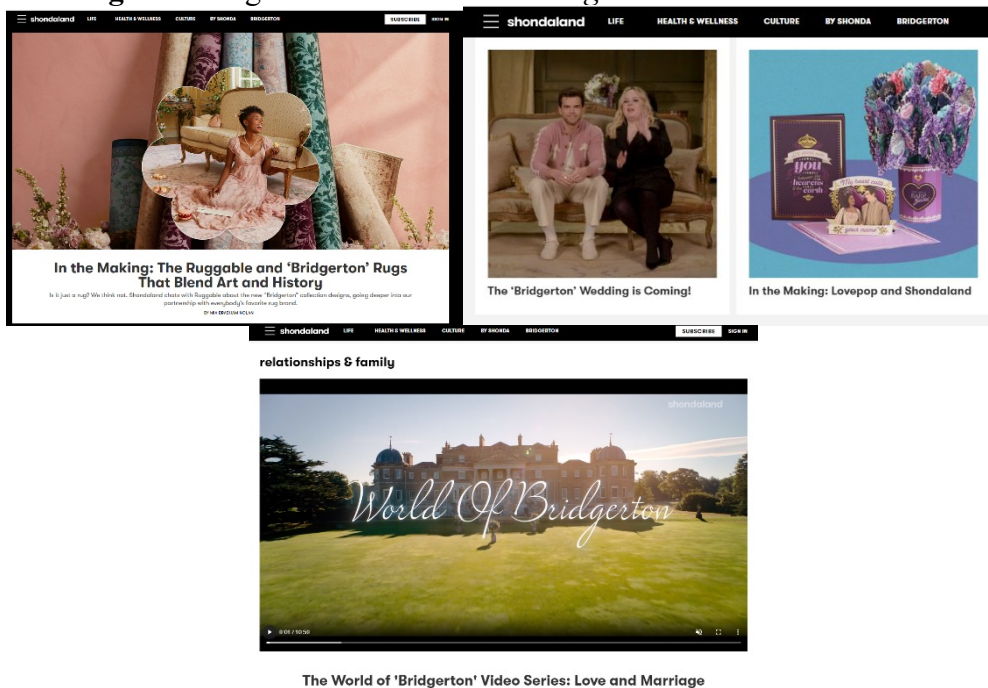


Fonte: Captura de tela do portal da Shondaland.

¹⁵ Quatro tapetes da coleção - que compõe o cenário de *Bridgerton* - são vendidas no *site*. Disponível em: <https://www.shondaland.com/live/home-entertaining/a46994961/ruggable-and-bridgerton-rugs-collection/> Acesso em: 29 fev. 2024.

¹⁶ Ao lado de outras produções recentes da Shondaland, a vigésima temporada de *Grey's Anatomy* e a temporada final de *Station 19*. Disponível em: <https://www.shondaland.com/>. Acesso em: 29 fev. 2024.

Figura 4: Página sobre o universo *Bridgerton* no site Shondaland.



Fonte: Captura de tela do portal da Shondaland.

O mundo *Bridgerton* dialoga e se constrói a partir de outros mundos com os quais se relaciona: o mundo Netflix e seu programa de inclusão; o mundo criado por Julia Quinn, autora dos oito livros que inspiram a série e o mundo da produtora, que embora liderado por Shonda Rhimes não seria possível sem a coautoria de várias pessoas, incluindo Betsy Beers, produtora executiva e sócia criativa da Shondaland. As duas mulheres “[desempenham] papéis importantes de dar vida a *Bridgerton*, da ideia ao produto final” (Rhimes; Beers, 2023, p. 13), mas o showrunner é Cris Van Dusen. Shonda destaca a importância de contar com um profissional de confiança para “construir [o] universo e por em prática a [sua] visão coletiva”, por ser impossível “fazer uma série dessa proporção – passada em outro continente, em outra época - sem muito trabalho em equipe” (idem, p. 24).

Expandido para a franquia Shondaland/Netflix, o mundo *Bridgerton* dos livros imprime seu toque, sua marca autoral, na qual a ousadia e a subversão dos padrões tradicionais fazem parte da estratégia dos novos agentes para galgar posições de maior prestígio no campo e conquistar um lugar de autoridade, como fez Shonda Rhimes. Contudo, como lembram Bourdieu e Desault (2008 [1975]), esse crédito acumulado é produto de um conjunto de pessoas, de uma produção coletiva que abarca espectadores, instâncias críticas da indústria criativa, fãs, crítica especializada publicada em corporações jornalísticas, entre outros. No caso da série ficcional, ainda envolve o acúmulo de capitais dos demais compreendidos na criação compartilhada, a plataforma de streaming e a autora Julia

Quinn que vendeu os originais dos romances. Enfim, engloba todos os agentes, direta ou indiretamente, envolvidos na “produção da crença” (Bourdieu; Desault, 2008) de que aquela marca confere uma distinção criativa em relação a outras.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Michael Foucault em *O que é um autor?* (1992) adverte que a valorização da função do autor proprietário - como o nome que confere identidade e autoridade a uma obra - surgiu de transformações histórico-sociais em um “momento crucial da individualização na história das ideias, dos conhecimentos, das literaturas, e também na história da filosofia e das ciências” (Foucault, 1992, p. 267). Para Foucault, o discurso da autoria se instaura em nossa cultura como um ato sagrado “quando se editoram regras escritas sobre o direito do autor, sobre as relações autores-editores, sobre o direito de reprodução etc. - ou seja no fim do século XVIII e início do século XIX” (idem, p. 275). Podemos inferir que as garantias de propriedade e de autenticidade do autor se estende para o campo do audiovisual contemporâneo, o que ganha é maior complexidade com as adaptações e os deslizamentos para um ambiente tecnológico, com múltiplas plataformas.

Após o fechamento do contrato com a Netflix, em 2017, Shonda Rhimes foi incluída no *Hall da Fama da Television Academy*. Em 2021, foi indicada para o prêmio de melhor série dramática, por *Bridgerton*, e no ano seguinte, foi nomeada para concorrer com a minissérie *Inventando Anna* no Emmy, como melhor série limitada ou antológica. Tais premiações conferem autoridade à marca Shondaland e um poder de distinção a Shonda Rhimes, tornando-a uma grife no campo das séries audiovisuais, a exemplo dos costureiros pesquisados por Bourdieu e Deusalt (2008). Produções da indústria criativa revelam “estratégias tanto estéticas, quanto comerciais” (idem, p. 117). No campo da produção audiovisual, há agentes que vão lutar para “manter intacto o capital acumulado (o renome da qualidade) contra os efeitos da translação do campo” (idem). Outros vão tentar estratégias de subversão visando ocupar as posições mais altas.

Quando iniciou no canal televisivo ABC, Shonda Rhimes ainda não havia construído sua posição de prestígio. Contudo, quando mudou para a Netflix, a produtora já havia se tornado uma grife e, dessa forma, verteu seu capital simbólico em econômico, se tornando a roteirista mais bem paga da indústria e atraindo outros agentes mercadológicos interessados em agregar tais capitais a modelos expandidos de negócios. Com a boa recepção de *Bridgerton* na Netflix, Shonda amplia seu ciclo de consagração ao somar ao seu carisma a visibilidade global da plataforma de streaming e os fãs dos romances *Bridgerton* de Julia Quinn.

Por sua vez, a escritora de romances de época também acumula capitais simbólicos importantes ao se associar a esses atores produtivos – relacionados tanto ao reconhecimento qualitativo de sua obra quanto aos efeitos econômicos alavancados pelas grandes audiências do audiovisual – e desponta como um nome relevante na indústria cultural americana. Em suma, a assinatura Shondaland, cuja marcação simbólica (Bourdieu; Desault, 2008) consiste no elenco multirracial e multicultural e nas histórias com mulheres fortes, elabora assim sua distinção.

REFERÊNCIAS

- ALVES, Genilson; SOUZA, Maria Carmen Jacob. A construção do lugar autoral da roteirista Shonda Rhimes no mercado da ficção seriada televisiva. **Revista Geminis**, v. 12, n. 1, 2021.
- ALI, Ashna; SHAPIRO, Yelizaveta. To be young, gifted and black: sex, power and female subjectivity in Shonda Rhimes' Scandal. **Mai Feminism**, 12 set. 2018.
- BECKER, Howard. Mundos artísticos e tipos sociais. In: VELHO, Gilberto. **Arte e sociedade: ensaios de sociologia da arte**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1977.
- BERG, Madeline. Shonda Rhimes does things the Shondaland way thanks to ground breaking Netflix deal. **Boletim Forbes**, 2 jun. 2021.
- BONILLA-SILVA, Eduardo. **Racism without Racists: Color-Blind Racism and the Persistence of Racial Inequality in the United States**. Maryland: Rowman & Littlefield Publishers, 2006.
- BOURDIEU, Pierre. **As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário**. São Paulo: Cia das Letras, 1996.
- BOURDIEU, Pierre; DESAULT, Yvette. O costureiro e sua grife. Contribuição para uma teoria da magia. In: **A produção da crença: contribuição para uma economia dos bens simbólicos**. Porto Alegre: Ed. Zouk, 2008 [1975].
- CARNEIRO, Raquel. Bridgerton lidera onda da TV que muda o passado para falar do presente. **Veja**, 13 jan. 2021.
- CHARTIER, Roger. **O que é um autor? Revisão de uma genealogia**. São Carlos: EdUFSCar, 2012.
- COLLINS, Patricia. **Black Sexual Politics**. New York: Routledge, 2004.
- COLLINS, Patricia. Aprendendo com a outsider within: a significação sociológica do pensamento feminista negro. **Sociedade e Estado**, v. 31, n. 1, p. 99-127, 2016.
- ECO, Umberto. **Seis passeios no bosque da ficção**. São Paulo: Cia da Letras, 1994.
- ECO, Umberto. **Confissões de um jovem romancista**. Rio de Janeiro: Record, 2018.
- EXAME. **Netflix amplia acordo com Shonda Rhimes**. jul. 2021.

- FIGUEIREDO, Vera Figueiredo. **Narrativas migrantes: literatura, roteiro e cinema**. Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio/7Letras, 2010.
- FOGEL, Matthew. Grey's Anatomy' Goes Colorblind. **New York Times**, 8 mai. 2005.
- FOLHA DE S. PAULO. **Sucesso de 'Bridgerton' alavanca venda de livros de autora que inspirou saga**. 25 jan. 2021.
- FOUCAULT, Michel. **O que é um autor?** Niterói: Editora Vega, 1992 [1969].
- HALL, Chloe. Shonda Rhimes 'Braggs' That She's the 'Highest Paid Showrunner in TV'. Now It's Your Turn. Rhimes was honored with the Luminary Award at ELLE's Women in Hollywood. **Revista Elle**, 16 out. 2018.
- HUTCHEON, Linda. **Uma teoria da adaptação**. Florianópolis: Ed. Da UFSC, 2013.
- JENNER, Mareike. **Netflix & the Re-Invention of Television**. Londres: Palgrave Macmillan, 2018.
- KALLAS, Christina. **Na sala de roteiristas**. Rio de Janeiro: Zahar, 2016.
- LOPES, Bárbara Camirim Almeida. **Um grande dia em Hollywood: discurso pós-racial em disputa nas séries originais Netflix**. Tese de doutorado. Curso de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2023.
- MEDIA NETFLIX. **Ready set binge more than 8 million viewers binge-race their favorite series**, out. 2017.
- MILLS, Wright. **Sobre o artesanato intelectual e outros ensaios**. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.
- MYERS, Vernã. Netflix e inclusão: nosso primeiro relatório. **Netflix**, 13 jan. 2021.
- MYERS, Vernã. Relatório de inclusão da Netflix - Atualização 2022. **Netflix**, 28 abr. 2023.
- NETFLIX. **Ready set binge more than 8 million viewers binge-race their favorite series**, out. 2017.
- NETFLIX. **Netflix estende acordo criativo com Shonda Rhimes**. 8 jul. 2021a.
- NETFLIX. **Para todas as métricas que já amei: a história do novo Top 10 semanal na Netflix**. 16 nov. 2021b.
- NETFLIX. Seguimos avançando: novidades sobre nosso estudo de diversidade em filmes e séries e o Fundo Netflix para Criatividade Inclusiva. **Relatório sobre impacto social**, 2023.
- PAZ, João. Bridgerton gastou mais de R\$ 400 mil só em figurinos na 1ª temporada. **Diário de séries**, 26 out., 2022.
- PEREIRA, Cláudia; SICILIANO, Tatiana; ROCHA, Everardo. Consumo de experiência e experiência de consumo. **LOGOS 43**, Rio de Janeiro, v. 22, n. 2, p. 6-17, jul/dez., 2015.
- PERUZZO, Cicilia. **Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania**. Petrópolis: Vozes, 1998.

RHIMES, Shonda; BEERS, Betsy. **Os bastidores de Bridgerton**: o livro oficial da série. São Paulo: Arqueiro, 2023.

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.

SERELLE, Márcio. A adaptação como ficção expandida na série contemporânea. Revista **Matrizes**, v.17, n. 1, jan./abr. 2023.

VALENTINI, Valentina. Allure Bridals and Shondaland Captivate Fans With the Bridgerton Wedding Collection. **Portal Shondaland**, 14, dez. 2023.

WARNER, Kristen. The Racial Logic of Grey's Anatomy: Shonda Rhimes and Her 'Post-Civil Rights, Post-Feminist' Series. **Television & New Media**, v. 16, p. 631-647, 2015.

Informações sobre o Artigo

Resultado de projeto de pesquisa, de dissertação, tese: Este estudo foi financiado pelo CNPq – Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, Processo 421093/2025-0 e pela FAPERJ - Fundação Carlos Chagas Filho de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro, Processo SEI- 260003/021930/2025 e Processo SEI-260003/000533/2023;

Fontes de financiamento: Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - CNPq. Fundação de Amparo à Pesquisa do Rio de Janeiro – FAPERJ.

Apresentação anterior: Versão inicial deste artigo foi apresentado no 33º Encontro Anual da Compós, em 2024. Contudo, o presente trabalho foi significativamente alterado em função das discussões ocorridas no GT Cultura das Mídias.

Agradecimentos/Contribuições adicionais: Agradecemos aos colegas do GT Cultura das Mídias por suas contribuições para o desenvolvimento final do presente artigo.

Tatiana Oliveira Siciliano

Professora do Departamento e do Programa de Pós-graduação em Comunicação da PUC-Rio. Pós-doutora em Sociologia pelo Instituto de Filosofia e Ciências Sociais – IFCS/UFRJ e doutora em Antropologia Social pelo Museu Nacional – UFRJ. Líder do núcleo de pesquisa Narrativas & Consumo e do Narrativas da Vida Moderna – dos folhetins às séries ficcionais (NarFic). Bolsista FAPERJ – Cientista do Nosso Estado. Coordenadora do Observatório do Melodrama Brasileiro no Streaming e suas transformações, chamada CNPq/MCTI 44/2024, Faixa A. Integrante da Coordenação Colegiada da Rede Obitel Brasil e Co-coordenadora da Equipe Obitel PUC-Rio.

E-mail: tatianasiciliano@puc-rio.br

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6867-195X>

Bruna Aucar

Professora do Departamento e do Programa de Pós-graduação em Comunicação da PUC-Rio. Doutora em Comunicação pelo PPGCOM PUC-Rio. Líder do núcleo de pesquisa Narrativas & Consumo. Bolsista do Programa Jovem Cientista do Nosso Estado, da Faperj. Vice-coordenadora do Observatório do Melodrama Brasileiro no Streaming e suas transformações, chamada CNPq/MCTI 44/2024, Faixa A. Integrante da Coordenação Colegiada da Rede Obitel Brasil e Co-coordenadora da Equipe Obitel PUC-Rio.

E-mail: aucar@puc-rio.br

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0166-2124>

Tatiana Helich

Professora do Departamento de Comunicação da PUC-Rio. Doutora pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação da PUC-Rio. Mestre em Comunicação pela mesma instituição. Integrante do núcleo de pesquisa Narrativas & Consumo e do grupo de pesquisa Narrativas da Vida Moderna – dos folhetins às séries ficcionais (NarFic). Pesquisadora do Observatório do Melodrama Brasileiro no Streaming e suas transformações, chamada CNPq/MCTI 44/2024, Faixa A. Pesquisadora do Obitel PUC-Rio na Rede Obitel Brasil.

E-mail: tatihelich@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1078-6225>