

Ciências da Comunicação 2

Vanessa Cristina de Abreu Torres Hrenechen
(Organizadora)



Atena
Editora

Ano 2019

Vanessa Cristina de Abreu Torres Hrenechen
(Organizadora)

Ciências da Comunicação 2

Atena Editora
2019

2019 by Atena Editora

Copyright © da Atena Editora

Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Diagramação e Edição de Arte: Natália Sandrini e Lorena Prestes

Revisão: Os autores

Conselho Editorial

- Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista
Profª Drª Deusilene Souza Vieira Dall’Acqua – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie di Maria Ausiliatrice
Profª Drª Juliane Sant’Ana Bento – Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)

C569 Ciências da comunicação 2 [recurso eletrônico] / Organizadora
Vanessa Cristina de Abreu Torres Hrenechen. – Ponta Grossa
(PR): Atena Editora, 2019. – (Ciências da Comunicação; v. 2)

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-85-7247-205-0

DOI 10.22533/at.ed.050192503

1. Comunicação – Aspectos políticos. 2. Comunicação de massa.
3. Internet. 4. Jornalismo. I. Hrenechen, Vanessa Cristina de Abreu
Torres. II. Série.

CDD 302.2

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de
responsabilidade exclusiva dos autores.

2019

Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos
autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

www.atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

O segundo volume da obra “Ciências da Comunicação” é composto por 30 artigos divididos em dois núcleos temáticos. O primeiro núcleo apresenta a história da publicidade e traz apontamentos sobre a origem da profissão, o seu desenvolvimento e as transformações que ocorreram em diferentes contextos. Os autores dos artigos refletem sobre o uso do imaginário em produtos publicitários e a influência destes sobre o consumo e os modos de vida do público.

Os estudos também retratam a fotografia a partir da publicidade e trazem reflexões sobre o regime estético da arte e as relações entre a imagem, o texto, a montagem e o político. Alguns autores analisam como as grandes marcas conseguem chamar a atenção dos clientes, já que o processo estratégico de comunicação se intensificou com a internet e as mídias sociais, e como se constituem as dinâmicas entre consumidores e as empresas em âmbito digital.

Outros artigos apontam para a influência de vídeos nos hábitos de consumo e trazem a aplicação de metodologias para a análise de produtos e serviços. O segundo conjunto temático apresenta pesquisas sobre o papel das obras audiovisuais na construção dos indivíduos, com análises das narrativas e representações existentes em seriados e filmes. Por fim, são apresentados os desafios da imagem vertical a partir dos padrões da produção audiovisual vigente.

Vanessa Cristina de Abreu Torres Hrenechen

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
APONTAMENTOS SOBRE A HISTÓRIA DA PUBLICIDADE MUNDIAL	
Mario Cesar Pereira Oliveira	
DOI 10.22533/at.ed.0501925031	
CAPÍTULO 2	14
DISCURSO PUBLICITÁRIO NO JANTAR EM FAMÍLIA DE <i>DOWNTON ABBEY</i> : O CONSUMO DOS PRODUTOS E DOS MODOS DE VIDA DO INÍCIO DO SÉCULO XX	
Lye Renata Prando	
DOI 10.22533/at.ed.0501925032	
CAPÍTULO 3	26
PASSADO REINVENTADO – A PUBLICIDADE DE O BOTICÁRIO NA NOVELA DEUS SALVE O REI	
Beatriz Braga Bezerra	
Dora Carvalho	
DOI 10.22533/at.ed.0501925033	
CAPÍTULO 4	39
BORBOLETAS, IMAGENS E IMAGINÁRIO NA PUBLICIDADE INFANTIL	
Maria Soberana de Paiva	
Karlla Christine Araújo Souza	
DOI 10.22533/at.ed.0501925034	
CAPÍTULO 5	50
A PERCEPÇÃO DO APELO SAUDÁVEL NA PROPAGANDA DE PÃES: UM ESTUDO COMPARATIVO COM O USO DO <i>EYE TRACKER</i>	
Fernando de Magalhães Contato	
Gabriela Fantauzzi Poiani	
Gabrielly Oliveira Silva	
Giuliam Yukio Y. Uchima	
Gustavo Pedrotti Perossi	
Letícia Fujikawa Tokunaga	
Diogo Rógora Kawano	
Leandro Leonardo Batista	
DOI 10.22533/at.ed.0501925035	
CAPÍTULO 6	64
A PRESENÇA DA ESTÉTICA SURREALISTA NA PUBLICIDADE: UMA ESTRATÉGIA ABORDADA NAS PEÇAS PUBLICITÁRIAS DA HEINEKEN	
Francine Rocha Lasevitch	
DOI 10.22533/at.ed.0501925036	
CAPÍTULO 7	77
OS GIFS COMO ESTRATÉGIA DE BUSCA PELA EXPERIÊNCIA MULTI-LÍQUIDA NO CONTEXTO CONTEMPORÂNEO DA FOTOGRAFIA PUBLICITÁRIA	
Melissa Santos Gameleira	
Erich Lima Pinto dos Santos	
Sarah Letícia Silva da Silva	
Mariana de Jesus Alvim da Silva	
Matheus Francisco de Barros	
Lucas Veiga Trindade	
Andreza de Araújo dos Santos	
Flaviano Silva Quaresma	
DOI 10.22533/at.ed.0501925037	

CAPÍTULO 8	87
<i>MONSANTO® A PHOTOGRAPHIC INVESTIGATION: ENTRE JUSTIÇA E JUSTEZA</i>	
Marina Feldhues	
DOI 10.22533/at.ed.0501925038	
CAPÍTULO 9	101
A CIDADE INSCRITA EM SEUS CORPOS: UMA ANÁLISE DO PROJETO “RIO EU TATUO”	
Gabriel Chavarry Neiva	
Gabriel Gutierrez Mendes	
DOI 10.22533/at.ed.0501925039	
CAPÍTULO 10	114
AS ESTRATÉGIAS DE MARKETING DE CONTEÚDO NA EXPERIÊNCIA DA MARCA RESERVA	
Tadeu Carvão Ribeiro	
DOI 10.22533/at.ed.05019250310	
CAPÍTULO 11	125
O INFLUENCIADOR DIGITAL E SEU ESTABELECIMENTO COMO MARCA E DISPOSITIVO	
Nanachara Carolina Sperb	
Kati Caetano	
DOI 10.22533/at.ed.05019250311	
CAPÍTULO 12	141
UNBOXING NO CIBERESPAÇO: INFLUENCIA DOS VÍDEOS LOL SURPRISE DOLLS NOS HÁBITOS DE CONSUMO INFANTIL	
Jullie Tenório Ed Din Sammur	
Pedro Afonso Cortez	
João Paulo Araújo Lessa	
Ana Carolina Cortez	
Marcus Vinícius Rodrigues de Souza	
Maíra Lopes Almeida	
DOI 10.22533/at.ed.05019250312	
CAPÍTULO 13	149
O <i>MULTICAM</i> DE “TRUE LOVE WAITS” E OS CAMINHOS MODERNOS DA AURA	
Letícia Farias Hayashi	
José Augusto Mendes Lobato	
DOI 10.22533/at.ed.05019250313	
CAPÍTULO 14	159
A MÚSICA NOS GAMES E O CASO SHADOWS OF THE COLOSSUS	
Cadmíel Castro de Souza Junior	
DOI 10.22533/at.ed.05019250314	
CAPÍTULO 15	168
JUEGOS EN LÍNEA, INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN	
Nadya González-Romero	
Harold Castañeda-Peña	
Adriana Salazar-Sierra	
Luis Ignacio Sierra-Gutiérrez	
Alfredo Luis Menéndez-Echavarría	
DOI 10.22533/at.ed.05019250315	

CAPÍTULO 16	181
CARNAVAL, SUBLIME ILUSÃO: ANÁLISE SOBRE A EXECUÇÃO CRIATIVA E LUCRATIVA NOS DESFILES DE CARNAVAL	
Bianca Villani de Brito	
DOI 10.22533/at.ed.05019250316	
CAPÍTULO 17	191
APLICAÇÃO DO MODELO DE ARQUITETURA DE PLANEJAMENTO DA BBDO DE NOVA IORQUE AO CENÁRIO BRASILEIRO	
Guaracy Carlos da Silveira	
Fernando Augusto Carvalho Dineli da Costa	
DOI 10.22533/at.ed.05019250317	
CAPÍTULO 18	204
CÁLCULO DE METAS DE COMPRAS EM PROGRAMAS DE FIDELIZAÇÃO COMERCIAL NO AGRONEGÓCIO UTILIZANDO MÉTODOS NUMÉRICOS DE INTERPOLAÇÃO	
Suzana Lima de Campos Castro	
Marcelo Carlos Falcão Meneghetti	
DOI 10.22533/at.ed.05019250318	
CAPÍTULO 19	210
PRODUTOS MIDIÁTICOS: UMA ABORDAGEM SOBRE A INTERFERÊNCIA DE OBRAS AUDIOVISUAIS NA CONSTRUÇÃO DOS INDIVÍDUOS	
Valdemir Soares dos Santos Neto	
Damaris Strassburger	
DOI 10.22533/at.ed.05019250319	
CAPÍTULO 20	221
NETFLIX E SUAS SÉRIES: ROMPENDO COM A INDÚSTRIA CULTURAL?	
Tatiana Frago Galdino da Silva	
DOI 10.22533/at.ed.05019250320	
CAPÍTULO 21	232
O PAPEL DA TELEVISÃO NO <i>STREAMING</i> : UM ESTUDO SOBRE A EVOLUÇÃO DAS SÉRIES DA PRODUTORA SHONDALAND E SUA CONTRATAÇÃO PELA NETFLIX	
Rhayller Peixoto da Costa Souza	
DOI 10.22533/at.ed.05019250321	
CAPÍTULO 22	242
UMA DISCUSSÃO SOBRE A MATERIALIDADE A PARTIR DA SÉRIE “O MECANISMO”: CORRUPÇÃO POLÍTICA COMO OBJETO EM NARRATIVA FICCIONAL	
Valmir Moratelli Cassaro	
DOI 10.22533/at.ed.05019250322	
CAPÍTULO 23	254
ANÁLISE SEMIÓTICA DO COMPORTAMENTO DE BARNEY STINSON, PERSONAGEM DO SERIADO <i>HOW I MET YOUR MOTHER</i> SEGUNDO A SEMIÓTICA DO HUMOR	
Leidiane Sousa da Cunha	
Iury Mateus Oliveira Silveira	
Diego Frank Marques Cavalcante	
DOI 10.22533/at.ed.05019250323	

CAPÍTULO 24	261
O QUE A NARRATIVA ACADÊMICA TEM A NOS CONTAR SOBRE O SERIADO <i>MAD MEN</i> ? EXPERIMENTANDO FORMATOS DE REVISÃO DE LITERATURA	
Benjamin Vanderlei dos Santos Jesana Batista Pereira	
DOI 10.22533/at.ed.05019250324	
CAPÍTULO 25	277
CINEMA E (TRANS)MOVIMENTO GERACIONAL: ANCORAGEM E AFEIÇÃO NOS FILMES INFANTIS	
Rafael Iwamoto Tosi	
DOI 10.22533/at.ed.05019250325	
CAPÍTULO 26	290
CINEMA E REPRESENTAÇÃO DO SURDO: UM ESTUDO DO FILME <i>A GANGUE</i> (2014)	
Tatiane Monteiro da Cruz	
DOI 10.22533/at.ed.05019250326	
CAPÍTULO 27	305
UM CHAMADO À VIOLÊNCIA: UMA ANÁLISE DA JORNADA DO HERÓI NO FILME <i>TAXI DRIVER</i>	
Romério Novais de Jesus Débora Wagner Pinto Ray da Silva Santos	
DOI 10.22533/at.ed.05019250327	
CAPÍTULO 28	315
WALTER BENJAMIN E JEAN BAUDRILLARD EM CÓPIA FIEL, DE ABBAS Kiarostami	
Maria Paula Lucatelli	
DOI 10.22533/at.ed.05019250328	
CAPÍTULO 29	326
OS FORMATOS DE TELA E OS DESAFIOS DA IMAGEM VERTICAL	
Luis Fernando Severo	
DOI 10.22533/at.ed.05019250329	
CAPÍTULO 30	337
PENSAR DIFERENTE NA MESMA CAIXA: UMA REFLEXÃO SOBRE A PRÁTICA PEDAGÓGICA A PARTIR DA EXPERIÊNCIA DE APRENDIZAGEM SITUADA NO PROJETO TOGETHER	
Christiane Rocha e Silva Lamounier Lucas Pereira Júnior	
DOI 10.22533/at.ed.05019250330	
SOBRE A ORGANIZADORA	350

O PAPEL DA TELEVISÃO NO *STREAMING*: UM ESTUDO SOBRE A EVOLUÇÃO DAS SÉRIES DA PRODUTORA SHONDALAND E SUA CONTRATAÇÃO PELA NETFLIX

Rhayller Peixoto da Costa Souza

Graduando de Comunicação Social - Jornalismo
Universidade Federal de Alagoas, UFAL, Maceió,
AL

RESUMO: O presente artigo busca levantar dados sobre as principais séries da produtora *Shondaland* e apontar a evolução de suas histórias para um modelo de representatividade, diferente de como eram contadas em seus primeiros anos. Ao longo das temporadas dos seriados da produtora, o modo de conduzir os personagens se alinhou a uma demanda de conscientização coletiva, se aproximando do empoderamento feminino e da discussão étnico-racial. A transformação das narrativas dialogam com o público de modo didático e se projetam para além da televisão, resultando na adesão de elementos televisivos pelo serviço de *streaming* Netflix, como parte das estratégias para firmar suas relações com o consumidor da tevê que quer ver esses debates incorporados nos produtos que assiste.

PALAVRAS-CHAVE: Grey's Anatomy ; Netflix ; televisão ; personagem

ABSTRACT: The present article aims to gather data on the main series of the producer *Shondaland* and to point the evolution of their histories to a representative model, different

from how they were told in their first years. Throughout the seasons of the shows, the way of conducting the characters has aligned itself with a demand for collective awareness, discussing female empowerment and ethnic-racial relations. The transformation of the narratives dialogues with the public in a didactic way and projected beyond the television, resulting in the adhesion of television elements by Netflix, as part of the strategies to establish relations with the consumer of the TV that wants to watch this themes on shows.

KEYWORDS: Grey's Anatomy ; Netflix ; television ; character

1 | INTRODUÇÃO

No ano de 2015 a Revista Exame destacou a consolidação da Netflix como distribuidor de audiovisual via *streaming* como um dos grandes acontecimentos da era digital. O modo operacional da empresa, que disponibiliza seu conteúdo *on demand* é atrativo ao consumidor, criando uma relação em que a vontade do usuário prevalece sobre o que é consumido, uma rotina bem diferente da apresentada pela televisão desde sua popularização, na segunda metade do século passado. A chegada do serviço de *streaming* criou, além da excitação pela novidade, uma ideia de quebra de vínculo

do telespectador com a tevê devido à sua praticidade. O ano de 2017 afirmou no entanto que a relação telespectador e televisão precisa ser discutida com mais profundidade. Uma pesquisa da empresa *7Park Data* constatou que a série mais assistida da plataforma foi *Grey's Anatomy* (2005-presente, ABC), veterana da televisão estadunidense e referência no amadurecimento de suas tramas para adequar-se às demandas do consumidor.

O artigo busca alinhar os enredos das séries da produtora *Shondaland* com o público, indicando as transformações no modo de conduzir seus personagens como ponto de partida para explicar o êxito de *Grey's Anatomy*, seu principal produto, no *streaming*. Para isso, o trabalho utiliza o conceito apresentado por Michael Wolff em sua obra “Televisão é a nova televisão”, que mostra os êxitos da velha mídia ao exportar seus formatos, gêneros e categorias para uma nova plataforma. Para Wolff, a importância da tv no processo de popularização do *streaming* é inegável, fazendo com que as plataformas incorporem elementos televisivos e dialoguem cada vez mais com os responsáveis pelo sucesso de seus formatos. O modelo de aproximação com o público adotado pelas plataformas *on demand* não é resultante de uma estratégia inédita, mas do sucesso na importação de produtos da tv.

Investigar os motivos que fazem com que o público prefira uma série veterana às novidades apresentadas pela Netflix é um passo importante para compreender se há de fato um processo de desvinculação do consumidor com a televisão. Cicilia Peruzzo destaca o diálogo da grande mídia com as demandas populares de protagonismo, onde o povo quer se ver nos veículos de comunicação. A ideia da autora, complementar ao pensamento de Lívio Sansone acerca da quebra de paradigma nos espaços de convivência de negros, mostra um método eficaz na retratação de classes populares e suas demandas, que vem recebendo atenção pelas plataformas de *streaming*. No entanto, José Aronchi de Souza evidencia que esse é um dos mecanismos que a televisão usa para atrair seu público. O trabalho busca uma convergência entre o pensamento dos autores com o de Michael Wolff acerca do *streaming*, usando como objeto a produtora *Shondaland* e sua eficácia na televisão, que ocasionou a sua ida para a plataforma Netflix.

2 | O SUCESSO GREY'S ANATOMY

Para isso é preciso entender o que é o fenômeno *Grey's Anatomy*. Drama médico criado por Shonda Rhimes, estreou em 27 de março de 2005 pela rede americana ABC e nos nove episódios de sua primeira temporada mostrou-se um sucesso de audiência, com a *season finale* alcançando 22 milhões de telespectadores sintonizados. A proposta da série em mostrar cinco médicos recém formados que são aprovados no internato do *Seattle Grace Hospital*, um dos mais conceituados dos Estados Unidos, caiu no gosto popular. Diferente da seriedade com que a profissão era tratada por *ER*

(1994-2009, NBC) série do mesmo gênero, a novata apostava em atores e tramas mais jovens, com uma dose de humor característico e diferenciando-se de sua concorrente na composição de seus personagens.

Uma das marcas do drama médico da ABC foi a retratação de negros. Em sua temporada de estreia, que se passava nos primeiros meses de internato dos protagonistas no *Seattle Grace Hospital*, todos os personagens negros ocupavam cargos de chefia, com tramas importantes para o andamento da série. Miranda Bailey, Preston Burke e Richard Webber se diferenciavam bastante da retratação de afro americanos comum aos padrões da época. A trajetória de sucesso dos três personagens imprimia uma das características do seriado: a diversidade. Shonda Rhimes, criadora e produtora executiva da série, mostrava questões raciais de modo tímido durante as primeiras temporadas. No entanto o fato de Bailey, Burke e Webber aparecerem em tela demonstrando sucesso profissional, direcionava a produção para o modo com que seus outros personagens seriam conduzidos nos próximos anos. Em “Negritude sem Etnicidade”, Lívio Sansone explica o tratamento racista que os fluxos de comunicação nos Estados Unidos definem o que é designado às pessoas negras. É essa lógica de espaços, postos de trabalho e relações interpessoais que *Grey’s Anatomy* quebra ao inserir três negros bem sucedidos profissionalmente e responsáveis pela formação de estudantes de medicina:

Nos fluxos culturais da globalização, as imagens do multiculturalismo sofrem forte influência do pensamento desenvolvido nos Estados Unidos e, em menor grau, em outros países de língua inglesa, como a Austrália e o Canadá. A imagem exagerada dos Estados Unidos, (re)produzida através da corrente dominante dos meios de comunicação globais representa o conceito norte americano de etnicidade e da diversidade cultural como algo no qual se pressupõe que as diversidades étnicas são cada vez mais nitidamente definidas e que a negritude é inescapável, porque existe uma tensão intrínseca do que é “branco” e do que é “negro”. (SANSONE, 2004, p.19)

3 | A CONSTRUÇÃO DO EMPODERAMENTO FEMININO NA SHONDALAND

Se *Grey’s Anatomy* via na ascensão de personagens negros uma forma de discutir o racismo, o empoderamento feminino, bandeira social que hoje é a marca da série - e dos demais shows desenvolvidos pela produtora de sua criadora, a *Shondaland*, não foi um ponto forte em seus primeiros anos. A protagonista Meredith Grey (Ellen Pompeo) se envolve com seu chefe sem saber que ele está em processo de separação. A chegada da esposa no hospital, assim como as tramas que sucederam a história do casal principal da série baseavam-se numa disputa clichê sobre quem terminaria com o galã. Apesar de tocar em assuntos como sexismo, empoderamento feminino e competência de mulheres no ambiente de trabalho, o romance da protagonista ainda era conduzido por uma ideia retrógrada em comparação ao avanço da narrativa em outros núcleos. A disputa por Derek Shepherd (Patrick Dempsey) chega ao fim de vez

com a saída da atriz que interpretava sua ex-mulher, Kate Walsh, no fim da terceira temporada. Addison, interpretada por Walsh, passa a estrelar uma série derivada chamada *Private Practice* (2007-2013, ABC), onde sua personagem busca dar um novo sentido à vida trabalhando ao lado de amigos em uma clínica particular em Santa Monica.

4 | PRIVATE PRACTICE E A MUDANÇA DA NARRATIVA DE PERSONAGENS FEMININAS

Private Practice estreou em 2007, recebendo críticas negativas em seu primeiro episódio, escrito por Rhimes. Addison, que havia acabado de chegar em Santa Monica passa a conviver com uma médica e uma psicóloga, ambas com histórias que giram em torno do fim de seus casamentos. Enquanto uma tem um transtorno alimentar, a outra escuta a última mensagem deixada pelo ex-marido no correio de voz do telefone todas as noites antes de dormir. O *The New York Times* publicou um artigo referindo-se à série como o produto midiático que mostrou as mulheres mais depreciativas desde a publicação do romance “*The Bell Jar*”, escrito por Sylvia Plat, livro semi autobiográfico em que seus protagonistas sofrem de transtornos mentais. O texto do jornal classifica as representações das médicas e pacientes do primeiro episódio de *Private Practice* como frágeis e carentes. A série durou seis temporadas e ao longo dos anos apresentou uma constante evolução de suas personagens femininas. O ponto alto de sua transformação - processo pelo qual *Grey’s Anatomy* passaria anos mais tarde - foi o episódio 4x07 “*Did you hear what happened to Charlotte King?*”, que mostrou os desdobramentos do estupro sofrido por uma das personagens principais do seriado. Escrito em parceria com o RAINN (*Rape, Abuse & Incest National Network*), o episódio recebeu críticas positivas que destacaram a responsabilidade social do show na abordagem do tema. Após sua exibição o RAINN teve um aumento de quinhentos por cento nas ligações para denunciar abusos cometidos.

5 | GREY’S ANATOMY E O ABANDONO DA FIGURA DO GALÃ

Paralelo a esse momento, *Grey’s Anatomy* passava por mudanças no elenco e chegada de novos personagens. A escrita de Shonda Rhimes se adapta conforme a maturidade da protagonista e a necessidade de discutir assuntos de cunho social na televisão. Essa característica do formato telessérie não era nova, ganhando em *Grey’s Anatomy* um desenvolvimento didático levando em consideração que os Estados Unidos dominam o gênero como nenhum outro país (SOUZA, 2015, p.141). A partir da nona temporada, época em que a série passa por uma outra reformulação com a saída de atores importantes, Meredith Grey assume uma postura diferente da conhecida pelos telespectadores. A maternidade e a responsabilidade de conciliar a chegada

de sua primeira filha com o sucesso profissional amadurecem a protagonista. Nessa altura, Meredith é responsável por formar novos médicos e sua história não gira em torno de seu marido. Na trama do casal a mulher reivindica paridade nas atribuições familiares com esposo, ao sentir que na relação a carreira dele sempre foi prioridade. No fim da décima temporada a série se despedia de uma de suas personagens mais importantes, Cristina Yang (Sandra Oh). Em suas últimas cenas ela pede a Meredith que não deixe que a carreira de seu marido tome a frente de seus planos. “Ele não é o sol, você é” é a frase que marca o início de um novo momento em *Grey’s Anatomy*, em que o protagonismo feminino passa a sustentar a série.

A saída do ator Patrick Dempsey na décima primeira temporada indicou os novos rumos que a série tomaria a partir dali. Sem mais se apoiar no protagonismo masculino e na ideia do galã, a narrativa de Shonda Rhimes passou a aprofundar questões sobre a vivência profissional e pessoal de mulheres. Abordando a criação de filhos por mães solteiras e o companheirismo feminino, a décima segunda temporada do drama médico trouxe o slogan “*Let the sun shine*” (Deixe o sol brilhar), em referência ao posto que Meredith passou a ocupar na história e à frase que Cristina Yang havia lhe dito quando foi embora. Com todos os setores do hospital comandados por mulheres a série pode levar o telespectador a conhecer um outro lado das personagens. .

Durante o episódio 12x09 intitulado “*The sound of silence*”, Meredith é vítima de espancamento por um paciente tomado por um surto psicótico. A cenas em que a personagem recebe atendimento médico buscaram demonstrar a força de mulheres ao passarem por abuso físico. A atuação de Ellen Pompeo recebeu críticas positivas dos principais meios de comunicação. Nas palavras do *TV Line* “Se uma imagem realmente fala mais que mil palavras essa resenha é superficial. Qualquer foto que publicarmos de Ellen Pompeo com o rosto machucado no episódio desta semana de *Grey’s Anatomy* lhe dirá o que você precisa saber sobre ela”. A perspectiva feminina diante do abuso rendeu um dos momentos mais aclamados da história de sua protagonista, confirmando a relevância das novas abordagens do feminino na obra.

6 | A INSERÇÃO DA PROTAGONISTA NEGRA NO HORÁRIO NOBRE

Enquanto *Grey’s Anatomy* dava os primeiros passos para seu novo momento na representação das mulheres, a ABC estreava a primeira série do horário nobre americano protagonizada por uma mulher negra em quase 40 anos. *Scandal* (2012-2018, ABC) trazia Olivia Pope, ex-assessora de imprensa da Casa Branca que comandava uma empresa especializada em resolver problemas dos ricos e poderosos de Washington. Com uma audiência tímida em seu início, a série abriu portas para outra produção de sucesso, desta vez com Rhimes como produtora executiva. Em setembro de 2014 estreava *How to get Away With Murder* (2014-presente, ABC) criada pelo *showrunner* Peter Nowalk e estrelada pela atriz Viola Davis. Na trama a advogada

Annalise Keating (Davis) escolhe cinco alunos promissores para acompanhá-la no exercício de sua profissão na Middleton University, Philadelphia. A série foi responsável por dar a Viola Davis o primeiro *Emmy* de melhor atriz de série dramática a uma mulher negra na história da premiação e por consolidar as protagonistas da *Shondaland* como personagens fortes, complexas, inteligentes e contraditórias que se distanciam da fragilidade, objetificação e do patriarcado presente nos programas das décadas de 1970 e 1980 (SIGILIANO; CAVALCANTI; BORGES, 2017, p.4).

A trajetória na construção de personagens de Shonda Rhimes na televisão assim como seu sucesso evidenciam a tendência da representação de minorias que fujam de estereótipos recorrentes. A fragilidade feminina, a objetificação da mulher negra e a dificuldade da população afro em abandonar o estigma da clandestinidade são deixados de lado pela escritora, que prefere distanciar-se desses estigmas.

7 | NETFLIX E TELEVISÃO: UMA APROXIMAÇÃO POSSIBILITADA PELO SUCESSO DA VELHA MÍDIA

A ascensão da Netflix serve de ponto de partida para a reflexão sobre o comportamento de um consumidor que vê na praticidade do serviço uma vantagem. No entanto, a televisão não pode ser descartada do processo de formação do usuário de *streaming*. McLuhan diz que o conteúdo de um veículo é o veículo anterior (MCLUHAN, 1964, apud SOUZA, 2015, p.51). A ideia de uma plataforma independente da tevê e que rompe com os hábitos desta velha mídia perde força ano após ano ao fazer o caminho inverso daquilo que se propunha no início. A Netflix tenta incorporar a televisão a si ao perceber que é ela o segredo de seu sucesso. Este passa então a ser seu maior desafio: adotar um modelo mais televisivo (WOLFF, 2015, p.94). A comprovação disso é a contratação, pela empresa, dos responsáveis pelo produto de maior audiência da plataforma: *Grey's Anatomy*.

O ano de 2017 mostrou-se revelador para Netflix. No estudo já citado, feito pela *7ParkData*, das dez séries mais assistidas do serviço nos Estados Unidos, seu maior mercado, apenas duas: *Orange is the New Black* (2013-presente, Netflix) e *Stranger Things* (2016-presente, Netflix) são produtos originais, sendo as oito restantes produções licenciadas da tv. No pódio, *Grey's Anatomy* indicava os próximos passos para uma série de decisões que mostrariam o porquê a televisão continua sendo referência para o *streaming*. Henry Jenkins em “Cultura da Convergência” apontava para uma resistência dos meios de comunicação antigos ao se depararem com as novidades do meio digital. Cultura da convergência é o comportamento onde o fluxo de conteúdos é distribuído em diversas plataformas de mídia (JENKINS, 2008). Sua análise indica uma crise identitária dos antigos meios, sem excluir sua importância no processo de adaptação do consumidor às novidades oferecidas pela era digital. O êxito de *Grey's Anatomy* como campeão de audiência numa plataforma posterior à

televisão indica que a convergência digital acabou se concretizando não ao levar a computação para a televisão, mas ao levar mais televisão para sua televisão (WOLFF, 2015, p.101). Com isso o novo modo de assistir audiovisual via *streaming* se apropria desses elementos televisivos que já são parte do cotidiano do consumidor.

Mas o que explica o sucesso de *Grey's Anatomy*? Decerto o caminho traçado para tornar o show algo mais próximo dos temas discutidos pelas pessoas que o assistem. A televisão enquanto mídia de massa busca um diálogo entre os interesses mercadológicos e a comunicação popular, refletindo isso na abordagem de assuntos que suscitam o debate de alguma questão social pertinente à época. Segundo Cicília Peruzzo:

Os dois são complementares e não excludentes. Os grandes veículos, por um lado, fazem-se necessários e importantes no campo do divertimento e da informação, por exemplo, mas não conseguem suprir todas as necessidades em nível de comunidade e de movimentos sociais organizados. Além disso, o fenômeno perpassa todo o seu processo, o que colabora para incorporá-los no cotidiano e para que agreguem valores do povo em sua programação. Afinal o próprio povo já é partícipe na formação de uma cultura de massas hegemônica pela burguesia. (PERUZZO, 1998, p.130)

O pensamento de Peruzzo reconhece o grande poder da mídia, assim como sua contribuição em divulgar campanhas educativas e programas de elevado interesse da população. Ao destacar negritude e feminismo, *Grey's Anatomy* leva ao público da televisão assuntos de demanda coletiva e que tomaram grandes proporções desde os anos 2000 (SIGILIANO; CAVALCANTI; BORGES, 2017, p.4).

O bom desempenho do drama médico na tevê e no *streaming* demonstra o quanto a televisão se adapta às mudanças do cotidiano, perpassando plataformas e não limitando-se ao aparelho convencional.

A contratação de Shonda Rhimes e sua produtora, *Shondaland*, pela Netflix é um avanço importante nas mudanças que a empresa descobriu que precisa aprender com a televisão. Após os fracassos na tentativa de emplacar *Marco Polo* (2014-2016, Netflix), série histórica que visava tornar-se a *Game of Thrones* (2011-presente, HBO) da plataforma e *The Get Down* (2016-2017, Netflix) que ambientava a Nova Iorque no mundo do hip hop dos anos 70 e teve um investimento de 120 milhões de dólares, a Netflix recuou e passou a mirar na televisão. No caso de *The Get Down*, cancelada em sua primeira temporada - que foi dividida em duas partes pelo alto custo da produção - o serviço buscava um diálogo com o a população negra, especialidade de Rhimes. No século 21, em que o grande público busca cada vez mais shows que tratem o povo como protagonista (PERUZZO, 1998, p.127) e abordam questões sociais - algo que a televisão já fazia com maestria - uma escritora negra, feminista e que tenha em seu currículo personagens como Meredith Grey, Olivia Pope e Annalise Keating dão ao serviço mecanismos para dialogar e deixar sua marca com o cliente, uma rotina não diferente da adotada por canais de televisão:

Além dos fatores ligados à audiência e ao público alvo, outra razão importante para

a programação de uma rede é a de que um programa ou o conjunto de programas constrói a imagem da própria emissora de televisão. O aumento do número de programas de determinado gênero na mesma emissora promove uma imagem que torna a rede conhecida pelo público quando este escolhe seus programas favoritos. (SOUZA, 2015, p. 56)

8 | OLIVIA POPE E ANNALISE KEATING: A DISCUSSÃO RACIAL EM *SCANDAL*

Os últimos anos de Shonda Rhimes na ABC também foram importantes para determinar a transformação de seus shows na emissora. Ainda na quarta temporada de *Scandal*, a protagonista Olivia Pope se depara com um caso de violência policial contra um jovem negro. O episódio 4x13 “*The Lawn Chair*”, apresentou as desigualdades sociais que negros da periferia de Washington enfrentam. Numa referência clara ao caso Michael Brown, jovem afro americano de 18 anos assassinado por um agente da polícia na cidade de Ferguson, a série discutiu pela primeira vez o tema e foi aclamada por isso. No episódio, um jovem negro é baleado e sua morte ocasiona vários protestos pela cidade, chamando a atenção da imprensa. Pope, convocada para resolver a situação, acaba refletindo sobre o incidente e passa a enxergar a condição de negros e negras periféricos de outra forma. Olivia, parcialmente inspirada em Judy Smith, uma ex-gerenciadora de crises da Casa Branca é uma mulher negra, mas que cresceu com condições de vida diferentes da maioria da população de cor estadunidense. A partir da quarta temporada da série as tramas passaram a aproximar mais a personagem da comunidade, ainda que esse não seja seu foco.

Em sua última temporada *Scandal* promoveu o encontro das duas protagonistas negras da *Shondaland*. O episódio 4x12 “*Allow me to reintroduce myself*” em *crossover* com *How to get Away With Murder* fez mais do que unir as duas séries, ao mostrar a diferença das duas personagens. Em um curto período de tempo, 2 anos entre uma série e outra, a produtora imprimiu sua marca nas novas narrativas que abordam pessoas negras. Annalise Keating ao contrário de Olivia carrega os elementos necessários da mulher negra não objetificada, dona de si e que usa do banditismo social para fazer justiça a favor dos oprimidos. Em um confronto entre elas a personagem de Viola Davis diz que por mais que Olivia se esforce criando um ambiente favorável à aproximação, elas nunca seriam iguais. Mais uma vez a série traz o choque cultural para sua protagonista. O encontro de Olivia e Annalise identifica as mudanças adotadas pela produtora com o passar dos anos, transformações que fazem sucesso na televisão e são a porta de entrada do *streaming* na conquista por audiência.

9 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

Grey's Anatomy tem o estilo de produção que combina visão mercadológica e a

comunicação popular: trata de questões sociais pertinentes a esta época, discute de forma didática o papel da mulher no mercado de trabalho e levanta discussões que se destacam na mídia especializada em tv ao adotar a conscientização, pautando uma crítica da realidade e um anseio de emancipação na luta por uma sociedade justa (PERUZZO 1998,p.125) bem evidente no destaque a mulheres e negros na trama.

O avanço da Netflix mostra sua força como fornecedora de audiovisual na era digital. A praticidade combinada com um catálogo atrativo possuem forte apelo com o público e proporcionam um novo modo de assistir televisão. O equívoco é limitar a atuação da tevê ao aparelho, excluindo da análise o fato de que seus produtos conseguem ser líderes de audiência também em plataformas digitais, o que explica a popularidade desses novos meios de comunicação. Michael Wolff aponta para uma má leitura no discurso de “tentativa de sobrevivência da tv”, já que são seus elementos que propiciam o sucesso das novas mídias:

Isso é estranhamente tido como negativo, como um declínio, ou pelo menos como uma tentativa de sobrevivência, em vez da definição de um negócio em crescimento em uma indústria capaz de se reinventar. ‘O advento da internet e do streaming trouxe novos concorrentes’, continua Auletta, pulando quase vinte anos de crescimento da televisão (WOLFF, 2015, p. 91)

A reinvenção não se limita ao consumo mais prático, mas também ao novo modo dos shows televisivos de lidar com seu telespectador. Se a televisão estivesse realmente em declínio como afirma a Netflix (WOLFF, 2015, p.93), esta não precisaria recorrer à principal desenvolvedora de projetos do maior canal de televisão do mundo, a ABC. Incluir em sua programação a marca de Shonda é atestar da forma a relevância da televisão na plataforma de *streaming*, responsável pelos produtos de maior audiência da Netflix. .

REFERÊNCIAS

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Ed. Aleph, 2008

PERUZZO, Cicília. **Comunicação nos movimentos populares** - a participação na construção da cidadania. Petrópolis: Ed. Vozes, 1998

SANSONE, Lívio. **Negritude sem etnicidade: o local e o global nas relações raciais, cultura e identidade negra no Brasil**. Salvador/Rio de Janeiro: Ed. UFBA, 2004

SIGILIANO, D.; CAVALCANTI, G.; BORGES, C. **Feminismo e TV Social: A Repercussão dos Telespectadores Interagentes sobre o Empoderamento de Dana Scully em The X-Files**. 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Anais Intercom. Curitiba, 2017

SOUZA José Carlos Aronchi de. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Ed. Summus Editorial, 2015.

WOLFF, Michael. **Televisão é a nova televisão: o triunfo da velha mídia na era digital**. São Paulo: Ed. Globo, 2015

As 10 séries mais assistidas da Netflix. **Revista Galileu**, [S.I.], 19 jun. 2017. Disponível em: <<https://revistagalileu.globo.com/Cultura/noticia/2017/06/10-series-mais-assistidas-da-netflix.html>> Acesso em 02 de julho de 2018

BARNEY, Chuck. Private Practice becomes latest tv show to take on dark subject of rape. **The Mercury Times**, [S.I.], 02 nov. 2010. Disponível em: <<https://www.mercurynews.com/2010/11/02/private-practice-becomes-latest-tv-show-to-take-on-dark-subject-of-rape/>>> Acesso em 01 de julho de 2018.

BRANDÃO, Liv. Scandal, fenômeno da tv americana chega à sétima e última temporada. **O Globo**, [S.I.], 02 mai. 2018. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/cultura/revista-da-tv/scandal-fenomeno-da-tv-americana-chega-setima-ultima-temporada-22643969> /> Acesso em 01 de julho. de 2018

COLETTI, Caio. The Get Down é um fracasso para a Netflix, diz pesquisa de audiência. **Observatório do cinema**, [S.I.], 16 set. 2016. Disponível em: <<https://observatoriodocinema.bol.uol.com.br/series-e-tv/2016/09/the-get-down-e-um-fracasso-para-a-netflix-diz-pesquisa-de-audiencia>> Acesso em 02 de julho de 2018

FERGUSON, LaToya. **Scandal police brutality episode was TV fulfillment writ large. The Guardian**, [S.I.], 06 mar. 2015. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2015/mar/06/scandal-police-brutality-episode-lawn-chair-shonda-rhimes-wish-fulfillment>> Acesso em 02 de julho de 2018

JR, Sérgio Teixeira. Quem tem medo do Netflix?. **Revista Exame**. [S.I.], 27 abr. 2015 Disponível em: <<http://cargocollective.com/mariliatg/Quem-tem-medo-do-Netflix>> Acesso em 01 de julho de 2018

Netflix gasta U\$ 8 bi em conteúdo, mas público prefere Friends e Grey's Anatomy. **Notícias da Tv**, [S.I.], 16 abr. 2018. Disponível em: :<<http://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/series/netflix-gasta-us-8-bi-em-conteudo-mas-publico-prefere-friends-e-greys-anatomy--19965>> Acesso em 01 de julho. de 2018

Performer of the week: Ellen Pompeo. **Tv Line**, [S.I.], 13 fev. 2016. Disponível em: <<https://tvline.com/2016/02/13/ellen-pompeo-performance-greys-anatomy-the-sound-of-silence-season-12/>> Acesso em 02 de julho de 2018.

SANTOS, Rafaela. Shonda Rhimes assina contrato com a Netflix. **Blog Patrícia Kogut**, 14 ago. 2017. Disponível em: <<https://kogut.oglobo.globo.com/noticias-da-tv/series/noticia/2017/08/shonda-rhimes-assina-contrato-com-netflix.html>> Acesso em 01 de julho de 2018

SILVA, Bruno. Marco Polo é cancelado após duas temporadas. **Omelete**, [S.I.] 13 dez. 2016. Disponível em: <<https://omelete.com.br/series-tv/noticia/marco-polo-e-cancelada-apos-duas-temporadas/>> Acesso em 02 de julho de 2018

STANLEY, Alessandra. New Series: Women test, mettle and metal. **The New York Times**. [S.I.], 26 set. 2007. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2007/09/26/arts/television/26priv.html>> Acesso em 01 de julho de 2018

Viola Davis é a primeira negra a vencer Emmy de melhor atriz dramática. **Folha de São Paulo**, [S.I.], 21 set. 2015. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2015/09/1684279-viola-davis-e-primeira-negra-a-vencer-emmy-de-melhor-atriz-dramatica.shtml>> Acesso em 02 de julho. de 2018

Weekly Program Ratings. **Web archive**. [S.I.], 24 mai. 2005. Disponível em: https://web.archive.org/web/20090516042311/http://www.abcmedianet.com/web/dnr/dispDNR.aspx?id=052405_04 > Acesso em 10 de julho de 2018

Agência Brasileira do ISBN

ISBN 978-85-7247-205-0



9 788572 472050