

It's a beautiful day to ruin lives: a representação de Shonda Rhimes através de memes criados por fãs de Grey's Anatomy¹

Daniel Rios²

Universidade Federal Fluminense, RJ

Resumo

O presente trabalho se concentra na circulação de memes no contexto da cultura de fãs de ficção seriada televisiva a fim de investigar, através dessas peças, a relação entre esses indivíduos e a figura do *showrunner* – profissional responsável pela visão criativa de um programa. Para isso, serão analisadas duas páginas no site de rede social *Facebook* administradas por fãs brasileiros da série *Grey's Anatomy*, criada por Shonda Rhimes. Partimos da hipótese de que esses memes serviriam como um tipo de produção cultural de fãs criadas coletivamente e, portanto, os que fazem referência à Rhimes seriam uma forma utilizada pelos fãs para criarem representações de como eles a enxergam.

Palavras-chave: Shonda Rhimes; *Grey's Anatomy*; produção de fãs; memes; *showrunner*

Introdução

Grey's Anatomy (2005 - presente) é um drama médico que mostra a vida de pessoas que precisam lidar diariamente com situações de vida ou morte. Por isso, o neurocirurgião Derek Shepherd possuía um mantra para se preparar psicologicamente antes de começar qualquer cirurgia. Sempre que entrava na sala de operações, o personagem olhava para sua equipe e dizia: “*É um belo dia para se salvar vidas*”.

Acontece que, na série, é recorrente a utilização de recursos melodramáticos para criar reviravoltas e momentos de tensão na trama, tanto no que diz respeito a questões

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Cultura Digital do XVII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando em Comunicação no Programa de Pós-Graduação da Universidade Federal Fluminense. Pesquisador do Laboratório de Comunicação, Culturas Políticas e Economia da Colaboração (coLAB/UFF). E-mail: danrios302@hotmail.com.

profissionais quanto a conflitos pessoais. Médicos morrem, casais se separam, acidentes acontecem. Assim, os fãs começaram a produzir e compartilhar imagens de *Shonda Rhimes*, *showrunner* da série, com a legenda “*É um belo dia para se arruinar vidas*”. Dessa forma, esse meme é acionado sempre algum personagem enfrenta uma situação de perigo de vida e serve como uma maneira de expor o relacionamento que esse público possui com a criadora da série.

Criado no seio da sociobiologia e posteriormente explorado por outras áreas como unidades de reprodução de ideias e comportamentos (DAWKINS, 1976; BLACKMORE, 2000), o conceito de meme adquire uma outra perspectiva para Limor Shifman (2014). Ao se focar nos memes de internet, a autora propõe pensar o fenômeno pela ótica da comunicação, os definindo como um grupo de itens digitais que compartilham características em comum e são difundidos através de processos de imitação e edição. Assim, essas peças não podem ser analisadas isoladamente, apenas quando as observamos em conjunto e percebemos suas semelhanças é que elas começam a fazer sentido (SHIFMAN, 2014; CHAGAS, 2015).

Concentrando-se na circulação de memes circunscritos no contexto da cultura de fãs de séries, este artigo pretende observar através dessas peças como se dá a relação entre esse público e a figura do *showrunner*, tendo em vista a posição desse profissional enquanto portador da visão criativa nas séries televisivas, em especial as produzidas nos Estados Unidos (PERREN, SCHATZ, 2015; VIRINO, 2016). Seria Shonda Rhimes um meme? Os fãs a reconhecem enquanto responsável pela série? Tendo em vista que assistir aos episódios é apenas o começo do consumo deste produto midiático (FISKE, 1992), investigamos o conteúdo publicado durante o período de exibição da 13ª temporada de *Grey's Anatomy* em duas páginas no site de rede social Facebook administradas por fãs brasileiros da série: *BR Grey's Anatomy*³ e *Grey's MiiL gRaU*⁴.

Partimos da hipótese de que esses memes serviriam como uma forma de produção cultural de fãs criadas coletivamente, atuando como maneiras de discutir e explorar tanto o universo narrativo da série quanto os profissionais envolvidos nas etapas de confecção desses produtos midiáticos. Mesmo que muitas vezes sejam

³ Disponível em: <https://www.facebook.com/brgreysanatomy1>. Acesso em: 15/07/2017.

⁴ Disponível em: <https://www.facebook.com/GreysMiiLGrau>. Acesso em: 15/07/2017.

pautados por traços de humor, memes que fazem referência à *Shonda Rhimes* seriam uma forma utilizada pelos fãs para criarem representações de como eles enxergam a produtora.

A sala de operações de Shonda Rhimes

O número crescente da produção de ficção seriada televisiva nas últimas décadas, especialmente as dos Estados Unidos, somada às mudanças nas formas de circulação e do público que as consomem, têm levado as emissoras a buscarem estratégias para criar conteúdos que atraiam e fidelizem sua audiência (SILVA, 2014; MITTEL, 2014). Ao se debruçar nesse contexto, Albuquerque e Meimaridis (2016) argumentam que as séries atuais estariam optando seguir ou pela lógica da distinção ou pela lógica da repetição. Na primeira, seria focada a “originalidade” destas narrativas; já na segunda, haveria a manutenção de estruturas e gêneros narrativos que já fazem sucesso com o público.

É neste último que poderíamos enquadrar *Grey’s Anatomy*. A série estreou em 2005 no canal norte-americano ABC. No Brasil, ela é transmitida em canais de tv paga, mas também pode ser consumida através de DVDs, serviços de streaming e, é claro, downloads ilegais. A narrativa gira em torno da vida conturbada dos médicos do Hospital Seattle Grace, que precisam cumprir com as exigências da profissão ao mesmo tempo em administram os conflitos de suas vidas pessoais. De fato, dramas médicos operam através da confluência do mundo extraordinário com o mundo comum, expressas nessas séries respectivamente pelos aspectos da profissão, como o domínio da técnica médica dos códigos de ética, e pelos elementos da chave do melodrama, traduzidos nas relações afetivas desses personagens (ALBUQUERQUE, MEIMARIDIS, 2016). Logo na primeira temporada, acompanhamos a vida de Meredith Grey em seu primeiro ano de residência no Seattle Grace. Por ser filha de uma médica renomada, os demais médicos do hospital esperam de Meredith nada menos que a perfeição em seu trabalho, o que é colocado à prova quando ela inicia um relacionamento com um de seus superiores, Derek Shepherd.

Alavancado pelo sucesso do programa, que atualmente acumula mais de dez anos ao ar, Shonda Rhimes conseguiu expandir o número de séries sob o selo de sua produtora, a *ShondaLand*. Dentro de suas criações se encontram *Private Practice* (2007 – 2013), série derivada do mesmo universo narrativo de *Grey's Anatomy*, e *Scandal* (2012 – presente), drama político baseado na vida de uma ex-funcionária da Casa Branca que decide trabalhar como gestora de crises. Além disso, embora não assine como criadora, Rhimes também participa da produção executiva de *How to Get Away With Murder* (2014 – presente), *The Catch* (2016 – 2017) e *Still Star-Crossed* (2017 – presente).

Shonda Rhimes é uma interessante personalidade para analisar a posição do *showrunner* e a relação que esse cargo possui com a noção de autoria no cenário televisivo contemporâneo. O termo, usado pela primeira vez no início da década de 1990, abarca tanto conotações profissionais quanto críticas. Além da perspectiva industrial, que diz respeito a questões logísticas, o *showrunner* também é responsável pelo controle criativo de sua produção, imprimindo nela sua visão traços de sua identidade, se assemelhando ao status que a figura do diretor possui no cinema (VIRINO, 2016).

Esses traços de identidade não passam despercebidos pelos fãs de *Grey's Anatomy*. Dentre os mais comuns, se destacam as reviravoltas da trama, os momentos de tensão e a falta de apego que a produtora teria ao matar personagens centrais para a série. Claro, nenhum desses elementos foi inventado por Shonda, mas o uso recorrente desses recursos melodramáticos durante os anos faz com que o público da série espere por esses momentos, procurando-os não apenas nas outras séries criadas por Rhimes, como também nas demais produções da *ShondaLand*.

Memes e produções culturais amadoras

No contexto televisivo atual, a relação com a audiência se torna um dos alicerces para manutenção de uma série (SILVA, 2014). Uma vez que esses programas são pensados na expectativa de durarem vários anos, é essencial que se busque uma fidelização de seu público, o que exige que a equipe criativa tenha a habilidade de

produzir uma narrativa que continue sendo atrativa para seus fãs. Esses fãs são indivíduos que não se restringem a apenas consumir seu objeto de desejo. Para eles, “assistir a série é o começo, e não o final, do processo de consumo midiático.” (JENKINS, 1992, p. 288).

O fã de série busca diferentes formas de produzir e circular conteúdos que extrapolam o universo narrativo daquilo que consome (FISKE, 1992; JENKINS, 1992; CURI, 2010). Esses conteúdos são feitos de fãs para fãs, que se utilizam dos materiais e técnicas que possuem à disposição como recursos para gerarem novos significados. Vale ressaltar, entretanto, que cada um deles se relaciona com o texto original de formas distintas. Há fãs que se empenham em produzir releituras do produto original através de diferentes formatos, como em *fan fictions*, *fan arts* e *fan films*⁵; como também há aqueles se limitam a apenas procurarem conteúdos e discutirem sobre sua série com outros fãs.

Aqui, defendemos que os memes que nascem a partir de narrativas seriadas televisivas seriam um tipo específico de produção de fã. Entretanto, antes precisamos delimitar o que entendemos como memes e as diferenças que o conceito possui para o senso comum e para a academia. Popularmente vistos como textos, imagens ou outro tipo de peça cultural que se espalha rapidamente pela internet (KNOBEL & LANKSHEAR, 2007, p. 202), o fenômeno dos memes é analisado na academia de maneiras distintas.

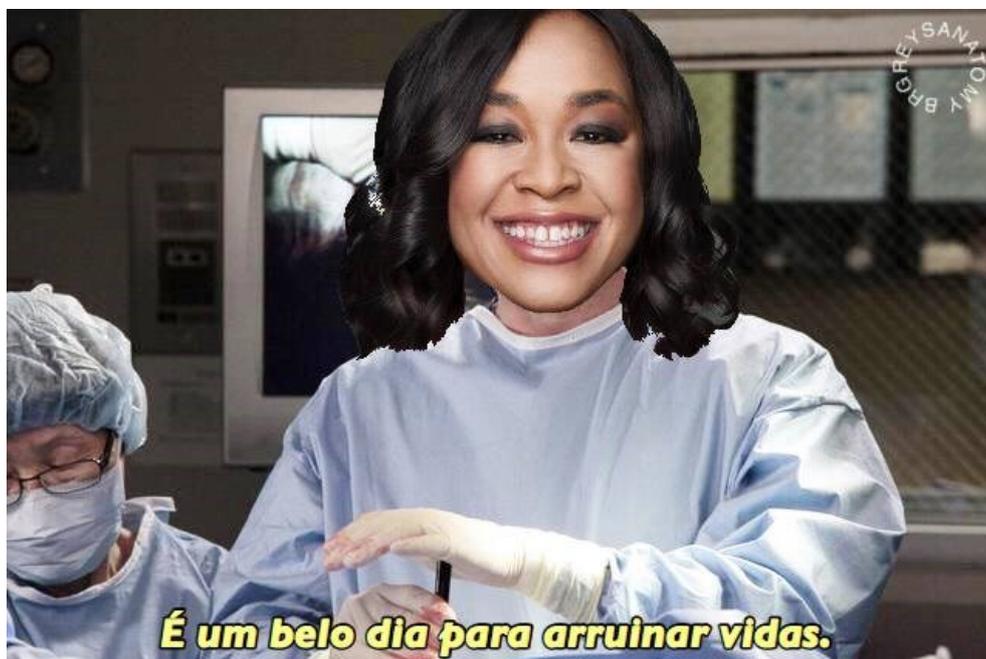
Viktor Chagas (2015) argumenta que as linhas de estudo se dividem em duas abordagens. Na primeira, memes são enxergados como unidades de reprodução. Concebido na sociobiologia, eles teriam o seu “sucesso” avaliado pela sua longevidade, fidelidade e fecundidade, através de uma abordagem determinista (DAWKINS, 1976; BLACKMORE, 2000). Já na segunda, memes seriam o coletivo formado por peças que compartilham características, de conteúdo, formato ou situação, e que são reapropriadas através de processos de imitação e edição.

⁵ *Fan fictions* são histórias textuais feitas a partir de um produto cultural. *Fan arts* são ilustrações feitas por fãs e podem ser físicas ou digitais. Já *Fan films* são filmes gravados por fãs de um objeto, com cenários, atores e roteiros próprios.

Ao defender memes de internet não como unidades singulares de propagação, mas como um grupo de itens com características similares, nós podemos estudar memes como um reflexo da cultura e determinados coletivos sociais, assim como as vozes individuais que os constituem (SHIFMAN, 2014, p 171).

Dessa forma, memes só podem ser compreendidos quando analisadas em conjunto. Visto isoladamente, quando um fã publica uma foto de Shonda Rhimes com a legenda “É um belo dia para se arruinar uma vida”, ela é apenas uma imagem. Só se torna parte de um meme quando percebemos que um conjunto de indivíduos circulam peças que compartilham dos mesmos aspectos – a imagem de Rhimes e a legenda. Dessa forma, esses memes podem ser vistos como uma forma de produção de fãs criada coletivamente, por meio de indivíduos que se apropriam dos elementos tanto da narrativa, como personagens, tramas e situações, quanto do circuito ao entorno da produção, como atores, *showrunners* e emissoras.

Figura 01 – Meme “É um belo dia para se arruinar vidas”.



Fonte: < <https://www.facebook.com/1381983168796334/posts/1681284082199573>>. Acesso em: 15 jul. 2017.

Metodologia e resultados

Com o desenvolvimento da internet e os avanços das tecnologias da comunicação, as comunidades de fãs adotaram o ambiente virtual como espaço para se organizarem e compartilharem esses produtos culturais amadores, em circuitos criados por eles mesmos ou por empresas (ANDREJEVIC, 2008; PEARSON, 2010). Essas comunidades de fãs podem possuir práticas distintas entre si, incluindo aquelas voltadas para um mesmo produto midiático, variando tanto de acordo com o as dinâmicas das plataformas utilizadas e do tipo de conteúdo circulado, como também devido ao contexto cultural e histórico em que ele está localizado. (HILLS, 2002; SANDVOSS, 2005). Em sites de redes sociais como o *Facebook*, é comum encontrarmos páginas administradas por fãs de séries que produzem conteúdo específicos que atuam como espaço de divulgação relacionadas aos programas de seu interesse (FLORITO, 2014).

Para esta pesquisa, selecionamos *BR Grey's Anatomy* e *Grey's MiiL gRaU*, páginas no *Facebook* criadas por fãs da série. Respectivamente com 292.901 e 214.612 seguidores, essas comunidades atuam como um espaço para divulgação de notícias, piadas, promoções e venda de produtos referentes ao programa. Em termos concretos, a pesquisa ocorreu entre os meses de maio e julho de 2017. Nesse período, observamos ambas as páginas e, com ajuda do software de extração de dados *Netvizz*, coletamos as publicações referentes ao período em que a 13ª temporada de *Grey's Anatomy* estava sendo lançada, entre 22 de setembro de 2016 e 18 de maio de 2017. Assim, buscamos gerar uma combinação de dados quantitativos junto com uma análise qualitativa dos dados coletados nessas comunidades.

Com o objetivo de investigar como é feita a representação de Shonda Rhimes através das publicações, procuramos identificar publicações que mencionassem diretamente a produtora, imagética ou textualmente, a fim de encontrar semelhanças no conteúdo circulado. No total, foram recolhidos 477 publicações da *BR Grey's Anatomy* e 283 da *Grey's MiiL gRaU*. Na primeira página, 34 postagens faziam referência à *showrunner*, enquanto a segunda possuía 20 publicações.

Tabela 1 – Publicações que mencionavam Shonda Rhimes

BR Grey's Anatomy	34
Grey's MiiL gRaU	20
Fonte: O autor	

Embora pequena em relação ao total recolhido, o conteúdo das peças compartilhadas nos chama a atenção. Em geral, ambas as páginas utilizam de recursos intertextuais com intuito de gerar humor, combinando a leitura que fazem da série com outros produtos culturais, muitas vezes se apropriando de códigos já utilizados por outros memes mais conhecidos. Por exemplo, na *Figura 1*, temos uma referência ao meme “*Tu tá metida com droga?*”, derivado de uma cena da novela *Salve Jorge*. Já na *Figura 2*, temos uma conexão com o meme “*Deus criando*”, tirinha que mostra a criação de Shonda Rhimes sem nenhuma piedade.

Figura 2 – Meme “Tu ta metida com séries da Shonda?”



Fonte: <

<https://www.facebook.com/1381983168796334/posts/1751243335203647>>. Acesso em: 15 jul. 2017.

Figura 3 – Meme “Deus Criando Shonda Rhimes”



Fonte: <

<https://www.facebook.com/441756485884953/posts/1176337345760193>>. Acesso em: 15 jul. 2017.

Em ambas as imagens, e em diversas outras analisadas, é possível notar uma semelhança: Shonda Rhimes é retratada como uma mulher poderosa, mas também como alguém que não se importa e até gosta de fazer os fãs sofrerem (ver Figuras 5 e 6). Para completar, durante a pesquisa, descobrimos que Rhimes possui um apelido dentro do fandom: *Shondanás*. Reproduzido por ambas as páginas e também presente nos comentários dos seguidores, o termo é empregado como uma grande piada compartilhada por esses fãs. Ao mesmo tempo em que denota a relação afetiva que eles possuem para com a produtora, também serve de um constante lembrete do tipo de *showrunner* que Shonda é, comandando um show onde a morte é uma convidada recorrente.

Figura 4 - Meme de Shonda



Fonte: < <https://www.facebook.com/1381983168796334/posts/1695182787476369>>. Acesso em: 15 jul. 2017.

Figura 5 – Mensagem de Natal de Shonda Rhimes



Fonte: < <https://www.facebook.com/441756485884953/posts/1221698361224091>>. Acesso em: 15 jul. 2017.

Considerações finais

A indústria da ficção seriada televisiva vive uma mudança gradual nas formas de produção, distribuição e consumo (SILVA, 2014; ALBUQUERQUE, MEIMARIDIS, 2016). Junto com essas mudanças, também houve uma alteração no prestígio de alguns cargos envolvidos na confecção desses produtos midiáticos, em especial a figura do *showrunner* (VIRINO, 2016).

Nesse contexto, Shonda Rhimes trilhou um caminho e conseguiu consolidar com *Grey's Anatomy* uma sólida base de fãs, inclusive no Brasil. Ela assina como criadora de *Grey's Anatomy* e, de fato, a produção de conteúdo feita pelos fãs reforça esse status. Todavia, em uma indústria como a televisiva, no qual exige a participação de diversos profissionais em etapas de produção diferentes (VIRINO, 2016), a situação pode se complexificar. Como analisar a relação entre fã e *showrunner*, por exemplo, nas outras sem séries adaptadas da literatura, como *Game of Thrones* (2011 – presente), cuja narrativa já se desprende dos livros, ou como *American Gods* (2017 – presente), em que tanto o escritor da obra original quanto o produtor da série já possuem uma base de fãs consolidada?

Esses fãs se organizam em comunidades e produzem conteúdos. *BR Grey's Anatomy* e *Grey's MiiL gRaU* são bons estudos de casos para analisarmos a circulação de memes de séries. Podemos apontar esses memes como um instrumento utilizado

como forma de construir sentidos de forma coletiva, que só podem ser compreendidos quando observados em conjunto. Dessa forma, os memes que mencionam Shonda Rhimes ajudam a entender a dinâmica dessas comunidades, como eles lêem o texto original e o circuito de produção, além das apropriações intertextuais utilizadas.

Referências bibliográficas

ANDREJEVIC, M. Watching television without pity: The productivity of online fans. **Television & New Media**, v. 9, n. 1, p. 24-46, 2008.

ALBUQUERQUE, A; MEIMARIDIS, M. Dissecando fórmulas narrativas: drama profissional e melodrama nas séries médicas. **Fronteiras-estudos midiáticos**, v. 18, n. 2, p. 158-169, 2016.

BLACKMORE, S. The power of memes. In: **Scientific american**, 283(4), 2000.

VIRINO, CC. El ascenso de los showrunners: creación y prestigio crítico en la televisión contemporánea. **index. comunicación**, v. 6, n. 2, p. 23-40, 2016.

CHAGAS, V. Entre criadores e criaturas: uma análise sobre a relação entre memes de internet e propriedade intelectual. Trabalho apresentado no GP Cibercultura do XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2005.

CURI, P. FAN FILMS: da produção caseira a um cinema especializado. Niterói, RJ, 2010. Mestrado. Dissertação de mestrado em Comunicação - Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal Fluminense, 2014.

DAWKINS, R. **The selfish gene**. Oxford: OUP, 1976.

FISKE, J. The Cultural Economy of Fandom. In: **The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media**, edited by Lisa A. Lewis. 30-49. New York: Routledge, 1992.

FLORITO, M. “Don’t tell me what I can’t do”: A Ascensão dos Mediadores de Ficção Seriada Televisiva. Niterói, RJ, 2014. Mestrado. Dissertação de mestrado em Comunicação - Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal Fluminense, 2014.

HILLS, Matt. **Fan Cultures**. Nova Iorque: Routledge, 2002.

JENKINS, H. **Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture**. New York: Routledge, 1992.

KNOBEL, M.; LANKSHEAR, C. Online memes, affinities, and cultural production. In: **A new literacies sampler**. Nova Iorque: Peter Lang, 2007.

MITTELL, J. Narrative Complexity in Contemporary American Television. **The Velvet Light Trap** - Number 58, pp. 29-40. ISSN 15424251, Fall 2006.

PEARSON, Roberta. Fandom in the digital era. **Popular Communication**, v. 8, n. 1, p. 84-95, 2010.

PERREN, A; SCHATZ, T. Theorizing Television's Writer-Producer: Re-viewing The Producer's Medium. **Television & New Media**, v. 16, n. 1, p. 86-93, 2015.

SILVA, MVB. Cultura das séries: forma, contexto e consumo de ficção seriada na contemporaneidade. **Galaxia**, n. 27, 2014.

SHIFMAN, L.. **Memes in digital culture**. Cambridge: MIT Press, 2014.