

# Gestos Nostálgicos na Televisão Brasileira

A representação dos programas infantis em Samatha! e Verão 90



Larissa Oliveira



# Gestos Nostálgicos na Televisão Brasileira

A representação dos programas infantis em Samatha! e Verão 90



Larissa Oliveira



Marca de Fantasia  
Parahyba, 2022

## GESTOS NOSTÁLGICOS NA TELEVISÃO BRASILEIRA:

A representação dos programas infantis em *Samantha!* e *Verão 90*

Larissa Oliveira

Série Veredas, 55. 2022. 207p.



### MARCA DE FANTASIA

Rua João Bosco dos Santos, 50, apto. 903A  
João Pessoa (Parahyba), PB. Brasil. 58046-033  
marcadefantasia@gmail.com  
<https://www.marcadefantasia.com>

A editora Marca de Fantasia é uma atividade da Associação Marca de Fantasia, CNPJ 09193756/0001-79 e um projeto de extensão do NAMID - Núcleo de Artes e Mídias Digitais, do Departamento de Mídias Digitais da UFPB

Editor/designer: Henrique Magalhães

Capa: Isabella Oliveira

### Conselho editorial

Adriana Amaral - Unisinos, RS	Marcelo Bolshaw - UFRN
Adriano de León - UFPB	Marcos Nicolau - UFPB
Alberto Pessoa - UFPB	Marina Magalhães - UFAM
Edgar Franco - UFG	Nílton Milanez - UESB
Edgard Guimarães - ITA/SP	Paulo Ramos - UNIFESP
Gazy Andraus - FAV-UFG	Paulo Vieira - UFPB
Heraldo Aparecido Silva - UFPI	Roberto Elísio dos Santos - USCS/SP
José Domingos - UEPB	Waldomiro Vergueiro - USP

Texto baseado na dissertação de Larissa Nascimento Lopes de Oliveira com título “Gestos nostálgicos na televisão brasileira: a representação dos programas infantis dos anos 1980 em *Samantha!* e *Verão 90*” apresentada em 2020 ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do grau de Mestre em Comunicação, sob orientação do Prof. Dr. Marcel Vieira Barreto Silva.

Imagens usadas exclusivamente para estudo de acordo com o artigo 46 da lei 9610, sendo garantida a propriedade das mesmas a seus criadores ou detentores de direitos autorais.

---

ISBN 978-65-86031-78-2

Ao meu pai Henrique Perez,  
que não nostalgiza mais,  
pois agora contempla face a face.

# Sumário

<b>Introdução</b>	6
<b>1. Por que nostalgias?</b>	15
1.1 Modernidade contemporânea	15
1.2 Utopias	23
1.3 História	27
1.4 Perspectivas contemporâneas	34
1.5 Entre memória, passado, presente e porvir	41
<b>2. Mídia e nostalgias</b>	52
2.1 Nostalgias e televisão	62
2.2 Nostalgias de quem para quem? Uma discussão sobre tevê e as identidades no Brasil	69
2.3 Programas infantis televisivos da década de 1980	79
<b>3. Metodologia</b>	100
3.1 Construção das protagonistas	106
3.2 Composição cênica	119
<b>4. Análise: <i>Samantha!</i> e <i>Verão 90</i></b>	124
4.1 Construção das protagonistas	140
4.2 Composição cênica	164
<b>Considerações finais</b>	189
<b>Referências</b>	194



## Introdução

Ao longo do trabalho, proponho entender como os produtos audiovisuais brasileiros, em suas produções de sentido<sup>1</sup>, representam os programas infantis dos anos 1980 a partir da instrumentalização das nostalgias<sup>2-3</sup>. Para tal, elenquei como objetos empíricos duas ficções seriadas contemporâneas que trabalham com sentimentos nostálgicos no enredo, são elas: a série *Samantha!* (Netflix, 2018-2020) e a telenovela *Verão 90* (Rede Globo, 2019). Trabalho com a televisão brasileira referenciando a televisão brasileira, há muito a entender sobre nossos questionamentos, anseios e história a partir da tevê, e no caso desta pesquisa, através da representação dos programas infantis televisivos da década de 1980, que estão sendo evocados em produtos contemporâneos por um motivo empírico que não foge do óbvio: estes *shows* fazem parte de um massivo imaginário midiático nacional, até porque foi a partir de 1980 que os televisores ocuparam 55% dos lares brasileiros e na mesma década temos o final da Ditadura Civil Militar (1964-1985) no país, isto é, quando a tevê se torna um dos meios

---

1. Entendo por produção de sentido uma “[...] prática social, essencialmente dialógica, que frequentemente implica o uso de conceitos expressos em linguagem (verbal, icônica ou gestual)” (SPINK, 1996, p. 39). Este tipo de produção é construído a partir das práticas discursivas dos indivíduos, isto é, como eles produzem realidades sociais, somado aos repertórios coletivos de um determinado grupo.

2. Utilizo o termo com “s” ao final porque remete a perspectiva de várias “formas, expressões e significados” (NIEMEYER, 2018, p. 29) da nostalgia, isto é, a nostalgia como um sentimento que envolve passado, mas também futuro, ou, sendo gestos nostálgicos, no sentido de ações, satíricos ou românticos, etc. Na seção *Perspectivas Contemporâneas* falo mais sobre o assunto.

3. Segundo Castellano e Meimaridis (2017), a instrumentalização das nostalgias é uma forma dos produtores de mídia realizarem uma retomada de audiência para manutenção de espectadores.

responsáveis pela emissão de conteúdos sobre nosso processo de redemocratização. A intenção em pesquisar o *corpus* parte de um fenômeno, neste caso comunicacional, porém, também sociológico, que tem recebido destaque na última década: existe um crescente movimento mercadológico em que empresas lançam produtos e serviços com o apelo do retorno ao passado (SANTA CRUZ, 2017). O texto se concentra no campo de pesquisa *Nostalgias e Estudos Televisivos*, partindo de uma premissa: toda narrativa possui implícitos e impõe significados e valores.

*Retrô, vintage, old school*, entre outros, são termos utilizados como apelos mercantis, tanto pela mídia massiva, quanto pela alternativa. São exemplos: o canal do YouTube *Nostalgia*, que inicialmente propunha discutir sobre séries e filmes antigos e possui 12,800 milhões de inscritos<sup>4</sup>; *blogs* de conteúdo na internet, como o *De Volta ao Retrô* e *Meu Sonho Vintage*<sup>5</sup>; embalagens *vintage* em cosméticos, como as da *Lola Cosmetics*<sup>6</sup> e *Retrô Cosméticos*<sup>7</sup>; no cenário fonográfico, a volta de fabricação e venda de vinis, e até a duplicação de fitas *cassetes*<sup>8</sup>; na indústria alimentícia, o regresso de chocolates famosos na década de 1980, como o *Lollo* da Nestlé<sup>9</sup>; na fotografia, o retorno da câmera instantânea Polaroid em 2017<sup>10</sup>; na esfera automobilística, o lançamento do Gol *Vintage* em 2010<sup>11</sup>. Ou seja, as nostalgias estão

---

4. Disponível em: <[https://www.youtube.com/channel/UCH2VZQBLFTOP61\\_qgnBJCuQ](https://www.youtube.com/channel/UCH2VZQBLFTOP61_qgnBJCuQ)>. Acesso em: 19 mar. 2020.

5. Disponível em: <<http://www.meusonhovintage.com.br/>>. Acesso em: 19 mar. 2020.

6. Disponível em: <<https://lolacosmetics.com.br/>>. Acesso em 19 mar. 2020.

7. Disponível em: <<https://www.retrocosmeticos.com.br/>>. Acesso em 19 mar. 2020.

8. Disponível em: <<http://polysom.com.br/site/a-fabrica/>>. Acesso em 19 mar. 2020.

9. Disponível em: <<http://bit.ly/nestlerelancalollo>>. Acesso em 19 mar. 2020.

10. Disponível em: <<http://bit.ly/retornodapolaroid>>. Acesso em 19 mar. 2020.

11. Disponível em: <<http://www.vwbr.com.br/ImprensaVW/Release.aspx?id=60ba4c5b-dc39-44f4-aac2-df28ef76f51d>>. Acesso em 19 mar. 2020.

se materializando em várias esferas do consumo, e não seria diferente no audiovisual, em que o fenômeno também se manifesta de maneira influente. Em âmbito internacional, podemos apontar a ficção seriada *Stranger Things* (Netflix, 2016-Presente) em que a trama se passa na década de 1980, *The Get Down* (Netflix, 2016-2017) também sobre a mesma época, a aclamada *Mad Men* (AMC, 2007-2015) com itens nostálgicos em relação à década 1960, o drama *Hindsight* (Vh1, 2015), situado nos anos 1990 ou o longa-metragem *End of The World* (Netflix, 2019) que narra uma história contemporânea com elementos estilísticos pertencentes à década de 1980. As empresas também têm utilizado estratégias para alcançar seu público, como a criação de *remakes*, *reboots* e *revivals*<sup>12</sup>, a Netflix e a Walt Disney Productions se destacam nesse aspecto. Vale o apontamento de Angela Prysthon (2014, p. 14) para sintetizar o pensamento: “Relíquias, vestígios, *souvenirs*, rastros, mementos, arquivos... A cultura contemporânea está marcada indelevelmente por sua relação com o passado, com a memória e de muitos modos diferentes com a nostalgia”.

Com a emergência de tal fenômeno, chama a atenção o comportamento das produções audiovisuais brasileiras na instrumentalização das nostalgias. Apesar de ser uma questão já abordada em ficções de outros países, acredito que um recorte nacional seja necessário para entender sobre o contexto de produção neste cenário específico. Portanto, a partir do *corpus* empírico da pesquisa, optei pelo recorte dos programas infantis na televisão brasileira nos anos 1980, que estão sendo evocados conjuntamente, de maneira lógica, não ontológica. Importante

---

12. Para alinhar conceitos, é relevante apontar que por *remake*, entendemos uma nova versão de uma ficção que permanece fiel à trama original, por *reboot* compreendemos uma releitura com significativas mudanças no enredo, e, por fim, o *revival* exibe o regresso de programas anteriormente encerrados (DOWD, T., et al, 2015, citado por MAYKA, C., MEIMARIDS, M., 2017).



ênfatizar que a ideia inicial é que essas ficções, ainda que operacionalizem várias formas de nostalgias em seu enredo, não a têm como premissa (que é a dificuldade de lidar com o fracasso e o sucesso), as nostalgias aparecem como gestos dramáticos. É menos sobre o prazer de desvendar referências, que existe, mas não é o foco, e mais sobre tencionar anseios entre passado, presente e futuro. Inicialmente a pesquisa possuía um *corpus* formado por três ficções: *Samantha!*, *Verão 90* e o longa-metragem *Bingo: O Rei Das Manhãs* (Daniel Rezende, 2017), mas optei em ficar no campo das ficções seriadas, debruçando-me sobre a tevê referenciando a própria tevê, detendo-me, assim, aos os dois primeiros objetos. Vou expor sobre cada objeto individualmente.

*Samantha!*, criada por Felipe Braga na produtora Los Bragas, estreou em julho de 2018 e é a primeira série de comédia brasileira assinada pela Netflix. Estilisticamente, opta por câmera única, planos fechados e pouca mobilidade de câmera. Os conflitos estão centrados no ambiente familiar, remetendo ao clássico do drama burguês, e a história é contada em 2018, utilizando o recurso de volta no tempo para abordar os programas infantis da década de 1980, em que a protagonista, Samantha, era uma estrela mirim e liderava um trio musical, a Turminha Plimplom, também nome do programa de tevê. O enredo desenrola-se a partir dos traumas e anseios da personagem em busca da fama e como isto influencia as pessoas de seu cotidiano. Quando aborda os programas da década de 1980, a trama utiliza o elemento sátira para expor a moralidade apresentada nos programas de televisão: sexualização do corpo feminino, sobretudo o corpo negro, propagandas ideologicamente duvidosas, como uma criança persuadindo outras a conversar com os pais para comprar cerveja, mascotes com nomes que remetem a algum mal – Praga ou Dengue (na série, Zé Cigarrinho), o imaginário cultural que um disco de músicas infantis ao contrário possui uma mensagem satânica ou existia

um punhal dentro das bonecas, além de alusões aos programas *Bozo* (Rede Record [1980-1981]; TVS/SBT [1981-1991/2013]), *Turma do Balão Mágico* (Rede Globo, 1983-1986), *Xou da Xuxa* (Rede Globo, 1986-1992), *Clube da Criança* (Rede Manchete, 1983-1998) e *Show Maravilha* (SBT, 1987-1998). *Samantha!* se aproxima da estrutura dramática de *Verão 90* por utilizar o recurso de volta no tempo, ou seja, a trama diegeticamente<sup>13</sup> acontece em uma data, mas faz menções aos programas de outrora, além das duas, em gênero, serem comédias românticas.

*Verão 90* é uma telenovela de 2019, produzida e veiculada pela Rede Globo, isto é, um canal de tevê aberta de amplo alcance no país, e atualmente encontra-se disponível no canal de *streaming* da emissora, o GloboPlay. A ficção foi escrita pelas roteiristas Izabel de Oliveira e Paula Amaral, sob direção de Ana Paula Guimarães, Diego Morais e Bia Coelho, além de direção geral de Marcelo Zambelli e Jorge Fernando, sendo este último também responsável pela direção artística. Apesar de ser intitulada *Verão 90*, o tempo diegético da trama se passa nas décadas de 1980 e 1990, além de expor cenas da década de 1970 e apontar para os anos 2000. O enredo conta a história de uma ex-estrela mirim, Manuzita, que aos nove anos protagonizava seu próprio programa de televisão ao lado da mascote Jofre Cachorrão. Por uma queda na audiência, é realizado um campeonato para escolher mais dois integrantes para o programa, assim surge o grupo de música infantil Patotinha Mágica, formado por Manuzita, Jofre Cachorrão e os irmãos Guerreiro (João e Jerônimo). João e Manuzita nutrem uma relação carinhosa e ficam conhecidos na mídia por ser o “casal patotinha”, causando ciúmes em Jerônimo. Após um escândalo em relação à saúde de João, que desmaia em

---

13. A diegese remete ao universo fictício da obra, o que está interno ao filme. Gera o adjetivo “diegético”, exemplos: tempo diegético ou lugar digético. Será usado várias vezes durante o texto.

um *show* ao vivo, o programa e o grupo musical chegam ao fim. A partir deste ponto de virada, a trama passa a se desenrolar dez anos depois, em 1990, quando Manuzita encontra-se como sub-celebridade em busca de fama, João como um locutor de rádio amado pelo público e Jerônimo como um personagem mau-caráter que tenta passar por cima de todos que estão a sua volta para conseguir destaque midiático. As referências feitas na telenovela são ao grupo musical Trem da Alegria (1984–1992; 2002–2005), aos programas de televisão *TV Colosso* (Rede Globo, 1993-1997) e aos outros supracitados, principalmente *Turma do Balão Mágico* e *Xou da Xuxa*. O enredo juvenil se aproxima do seriado brasileiro *Confissões de Adolescente* (TV Cultura, 1994-1995) e tem influências estilísticas de dois filmes da época: *Caçadores de Emoção* (20th Century Fox, 1991) e *As Patricinhas de Beverly Hills* (Paramount Pictures, 1995). Outras alusões: a proximidade de Jofre Cachorrão com o personagem Fofão, que desempenhava o papel de mascote na *Turma do Balão Mágico*, além da semelhança aos cachorros da *TV Colosso*, o carro Brasília amarela dirigida pelo personagem João em homenagem à música *Pelados em Santos* do Mamonas Assassinas, a abertura de uma emissora de televisão focada em videoclipes dos Estados Unidos e Europa – lembrando a chegada da MTV no Brasil, entre outras. Em suma, são dois objetos audiovisuais brasileiros de matrizes estruturais diferentes, uma série produzida para *streaming* e uma telenovela diária, mas com o mesmo fenômeno as atravessando, a instrumentalização das nostalgias, ou, a referencialidade aos programas infantis da década de 1980 e como os produtos midiáticos trabalham tais operacionalizações.

Na construção do argumento teórico, sugiro uma revisão dos estudos sobre nostalgias e suas conexões com o comportamento da sociedade contemporânea, para tal, o texto discute questões sobre modernidade, utopias, memória, televisão e identi-

dades brasileiras. Neste quesito, busquei entender a emergência do retorno ao passado em nosso corpo social, que em primeira instância, acontece por inadequação, cansaço, aceleração do tempo, desejo por continuidade em tempos de dúvidas e transformações ou até um anseio utópico (seja retrospectivo ou prospectivo); autores como Jameson (1991), Boym (2001), Berman (2007), Huyssen (2011), Davis (2011), Prysthon (2014), Bauman (2017), Halbwachs (2006), Bergson (2006), Candau (2018), entre outros, são fundamentais para abordar o assunto. Pertinente destacar que o chamado para pensar as nostalgias aproveita um potencial artístico profundo, desta forma, o texto recorre às artes em alguns momentos, nas palavras de Boym (2001, p. 37-38), “o nostálgico dirige seu olhar não apenas para trás, mas de lado, e se expressa em poemas elegíacos e fragmentos irônicos, não em tratados filosóficos ou científicos”<sup>14</sup>; nem sempre o texto científico cartesiano consegue abordar todas as nuances do fenômeno, mas há um empenho para que em relação aos produtos audiovisuais brasileiros isso seja feito em íntegra. Após esta discussão, o texto explora as pesquisas que envolvem as nostalgias e a ligação com a mídia, mais especificamente, com o audiovisual, expondo sobre ações ou gestos nostalgizantes (NIEMEYER, 2014; LEAL, BORGES e LAGE, 2018; VIEIRA e LOPES, 2020), nostalgia ativa (FERRAZ, 2017), nostalgia induzida pela mídia (WULF et al., 2018), estilo cultural nostálgico (GRAINGE, 2000), nostalgias a partir de identidades coletivas (DAVIS, 2011), além de outros textos basilares do campo *Mídia e Nostalgias*. Só então, busco entender a relação da tevê com as identidades brasileiras, a partir das perspectivas de Ortiz (2012) e Lopes (2014) e suas conexões com os programas infantis.

---

14. Original em inglês. Tradução da autora: The nostalgic directs his gaze not only backward but sideways, and expresses himself in elegiac poems and ironic fragments, not in philosophical or scientific treatises.

Teórico-metodologicamente, por se tratar de dois tipos de objetos diferentes em suas estruturas narrativas com o mesmo atravessamento: a questão do fenômeno nostálgico, antes das categorias de análise, considero as perspectivas de intermedialidade de Rajewsky (2005) e Gumbrecht (2010). Após isto, procuro sistematizar categorias para avaliação dos produtos a fim de compreender como os discursos proferidos remetem à sociedade contemporânea. Apresento o *corpus* de estudo, principais tramas segundo a ótica de Field (2001), Newman (2006) e McKee (2006), estruturas narrativas das ficções, circuitos, processos de produção e recepção e proponho duas categorias de análise: *Construção das protagonistas* e *Composição Cênica*. Na primeira, realizo a descrição dos arcos das protagonistas e suas construções, seguindo a proposta de Egri (2004) e McKee, além do retorno aos conceitos sobre nostalgias. Em relação à *Composição Cênica*, o texto se fundamenta na premissa de Jeremy Butler (2010), que embasado em Bordwell (2008), propõe que estilo é todo padrão técnico de imagem ou som que possui função na trama. Partindo das categorias analíticas dos dois autores sobre estilo fílmico e televisivo, observo práticas utilizadas nas duas ficções seriadas para representar os programas infantis da década de 1980. Importante enfatizar que em toda a análise será usada a perspectiva de Pucci Júnior (2014) sobre pontos nodais da trama, visto a impossibilidade de se analisar quadro a quadro os dois objetos. Acredito que estas categorias analíticas sejam suficientes para compreender como as ficções se utilizam de gestos e ações para instrumentalizar as nostalgias.

Diante desta exposição esquematizada do texto que está a seguir, para concluir a linha de raciocínio entre ficção (neste caso, televisual) e nostalgias, visto que os objetos perspectivam a televisão brasileira e estou buscando entender sua referencialidade nos produtos contemporâneos, alvitro o pensamento de que é

curioso estar discutindo nostalgias, e certamente, a reincidência do passado, década de 1980, em um meio de comunicação que é por natureza repetitivo. Existem dois textos basilares no campo da Ficção Seriada que são importantes para construção do argumento, *Los Replicantes* de Omar Calabrese (1984) e *A Inovação no Seriado* de Umberto Eco (1989). No primeiro, Calabrese propõe uma *Estética da Repetição*, em que a repetição e o próprio processo de serialização (neste caso, “[...] a apresentação descontínua e fragmentada do sintagma televisual” [MACHADO, A., 2005, p. 83]) não são necessariamente opostos à criatividade, a repetição é uma premissa pela qual os processos e sistemas são organizados. Para Eco (1989), a produção televisiva é cíclica, mas consegue se reinventar. Em meu ponto de vista, há uma recorrência no *corpus* em estilo, temas e comportamentos humanos abordados, mesmo assim, cada produção audiovisual consegue ser única, não são processos de anulação, os dois, repetição e unicidade, andam juntos. Assim sendo, o que me interessa é perceber como este retorno é produzido e em que ele implica na contemporaneidade, há esforço para tal fim.

# I

## Por que nostalgias?

### I.1 Modernidade contemporânea

Nostalgia é uma palavra de origem grega, apesar de ter sido usada pela primeira vez na Suíça, quando foi diagnosticada como doença pelo médico Johannes Hofer em 1688, em que *nos-tos* significa “voltar à casa” e *algia*, “anseio”, ou seja, o desejo, a ânsia, a pulsão pelo lar, ou pela sensação de estar em casa. É abordado por Boym (2001) como um episódio que está associado à condição de vida moderna, de experiência humana paradoxal e períodos com mudanças aceleradas em tempos de incertezas. A autora acredita que o sentimento nostálgico, a dor do deslocamento espacial e da irreversibilidade temporal, está no cerne do que é ser moderno, sendo assim, “o século XX começou com uma utopia futurista e terminou em nostalgia”<sup>15</sup> (BOYM, 2001, p. xiv), mas essa história inicia antes, na idade moderna europeia, século XVI, e vai até o contemporâneo. Segundo Berman (2007) a modernidade pode ser dividida em três fases: início do século XVI até o final do século XVIII, em que as pessoas começaram a experimentar a vida moderna; a partir de 1789, com a Revolução Francesa; e por fim, começo do século XX até a atualidade. As duas primeiras fases acontecem na Europa e depois o movimento se dissemina pelo mundo. Vou abordar a perspectiva europeia e a nacional para entender o que embasa o atravessamento que está presente nos objetos empíricos: a questão das nostalgias em produtos audiovisuais brasileiros.

---

15. Original em português. Tradução da autora: The twentieth century began with a futuristic utopia and ended with nostalgia.

O contexto que antecede a primeira fase é de mudanças no setor econômico, cultural e religioso, tem-se a ascensão do mercantilismo, a reforma protestante, a escrita de *Hamlet* e outras peças por Shakespeare, a invenção do termômetro por Galileo Galilei, a proposta de um universo heliocêntrico por Copérnico, etc., o que fez o pensamento humano passar por severas transformações, e concomitante a isto, a expansão de possibilidades de experiências, fluxo de opiniões conflituosas, perturbações pessoais sobre quem somos e o que devemos fazer no mundo, além da vida agitada na cidade, dão origem ao que Berman (2007, p. 28) chama de “sensibilidade moderna”. A segunda fase, iniciada ao final da Revolução Francesa, é marcada por uma nova paisagem nas cidades, manifesta em engenhos, ferrovias, fábricas automatizadas, jornais diários, telefones e outros instrumentos de comunicação, empresas multinacionais, movimentos sociais de massa contra a modernização das cidades, e nas relações humanas: dúvidas sobre o que é sagrado, certo, moral e o esvaziamento de valores antes sólidos, como família e religião. Em meio a esta desorientação, o estilo de vida na cidade começa a nutrir a individualização do ser, a concentração de pessoas no espaço público é diminuída e “a moderna humanidade se vê em meio a uma enorme ausência e vazios de valores, mas ao mesmo tempo, em meio a uma desconcertante abundância de possibilidades” (BERMAN, 2007, p. 31-32). Esta segunda fase, em que muitas vezes a vida humana é estupidificada ao nível da força material, ou em que a condição humana está ligada ao que o ser faz, não ao que ele é (ARENDT, 2007), alçou um pungente paradoxo que alicerçou discussões vivas até hoje: o gosto e disposição por experimentações, a força e o desejo por renovações *vs* o terror da desorientação e desintegração do mundo, ou, o colapso da liberdade. De acordo com Davis (2011), o sentimento nostálgico também é participante deste processo paradoxal na civilização ocidental,



pois está presente na tensão entre mudança e estabilidade, inovação e reafirmação, novo e antigo, utopia futurística e idade de ouro, etc. Segundo Berman,

Ser moderno é viver uma vida de paradoxos e contradição, é sentir-se fortalecido pelas imensas organizações burocráticas que detêm o poder de controlar e frequentemente destruir comunidades, valores, vidas; e ainda sentir-se compelido a enfrentar essas forças, a lutar para mudar o seu mundo transformando-o em nosso mundo. É ser ao mesmo tempo revolucionário e conservador: aberto a novas possibilidades de experiência e aventura, aterrorizado pelo abismo niilista ao qual tantas das aventuras modernas conduzem, na expectativa de criar e conservar algo real, ainda quando tudo em sua volta se desfaz (BERMAN, 2007, p. 21-22).

A terceira fase proposta por Berman, a partir do século XX, apresenta a intensificação da circunstância paradoxal exposta, como também das incertezas e agitações começando a tomar proporções mundiais, “[...] o processo de modernização se expande a ponto de abarcar virtualmente o mundo todo, e a cultura mundial do modernismo em desenvolvimento atinge espetaculares triunfos na arte e no pensamento”. Autores como Lyotard (2019), Jameson (2001) e Bauman (2001) ao mencionarem o mesmo período da terceira fase de Berman, apontam para uma ruptura dos sonhos e crenças em sistemas de organização globais, em tese, funcionais, como comunismo, o socialismo ou capitalismo liberal, e perda de esperança no futuro. Lyotard (2019), com a obra *A Condição Pós-moderna*, publicada pela primeira vez em 1979, caminhando para o final do século XX, propõe que a modernidade caracterizou-se pela crença na razão humana de alterar o real, ou, ter em suas mãos o controle de transformar o

mundo em um lugar “melhor” para se viver (o conceito de melhor é relativo), e a convicção na ideia de “progresso” (novamente relativo), sendo assim, estávamos caminhando para ter um sistema de organização capaz de abarcar quem somos e o que ansiamos; já a condição pós-moderna, que para o autor ascendeu ao final do século XIX, é a perda dessas crenças e de metanarrativas, a exemplo dos supracitados socialismo e comunismo, ou o maoísmo e a redenção cristã. Jameson (2007), em *Pós-Modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio*, publicado pela primeira vez em 1989, aponta que as metanarrativas anteriormente creditadas como a solução para uma vida mais sadia se fundiram em uma só, o capitalismo multinacional, em que é difícil imaginar o funcionamento da vida no planeta fora desse sistema. Para ele, o sentido da pós-modernidade está em indicar que as utopias que se exteriorizam na atualidade são as privadas e negativas, nunca as coletivas, e cada mercadoria tem uma promessa utópica dentro de si, que logo se esvaziará. Jameson também propõe que com o enfraquecimento das percepções sobre o futuro, procuramos bases no passado para explicar o presente, nos tornando pessoas melancólicas que tentam se refugiar em algo que, hipoteticamente, deu certo. Já Bauman (2001), com o famoso conceito *modernidade líquida*, considera as relações humanas em mesma época, e sugere que com a queda do muro de Berlim e dos projetos utópicos modernistas, chegamos à desesperança no futuro, logo, nos tornamos seres focados no presente, como escreve o compositor pernambucano Martins (2019), “[...] se tudo é tão incerto, a força do agora me rege como fosse um deus [...]”, vivendo relações sociais superficiais nas virtualidades e desapegando-se de tradições. Em 2014, Bauman apresenta uma *Retrotopia*, em que tentamos deixar de lado o individualismo e a liquidez relacional a fim de um novo sistema de organização societal que nos traga segurança e liberdade, debateremos sobre o conceito mais à fren-

te. Por sua vez, Lipovetsky (2004) utiliza o termo “hipermodernidade”, por acreditar que o “pós” remete a uma ideia de ruptura com os princípios modernos, o que, para o autor, não aconteceu, e sim o fortalecimento destas convicções, como o progresso técnico e a valorização da razão humana. *Hiper*, para Lipovetsky (2004), vem do excesso, do intenso e do urgente, e se pensarmos na perspectiva de Bauman (2001) que somos marcados pelo efêmero, há coerência para que a urgência ocorra, pois novamente, o amanhã aparece como incerto, logo, só temos o hoje. Mais uma vez, a arte reverbera o caso, Renato Russo (1986) propõe “[...] é preciso amar as pessoas como se não houvesse amanhã, porque se você parar pra pensar, na verdade não há”. Perceba que citei duas obras artísticas brasileiras de décadas diferentes, uma contemporânea e outra da década de 1980, e as duas possuem a mesma premissa de raciocínio, ou seja, usando os termos “pós” ou “hiper”, existe uma intensificação do moderno, com o adendo do fracasso dos sistemas utópicos. Giddens (1991, p. 13), em *As Consequências da Modernidade*, propõe que a palavra “pós” não deva ser usada, defende que “[...] em vez de estarmos entrando num período de pós-modernidade, estamos alcançando um período em que as consequências da modernidade estão se tornando mais radicalizadas e universalizadas do que antes”, e aponta a dificuldade em obter um conhecimento sistemático sobre a organização social moderna, pois existe a “[...] sensação de que muitos de nós temos sido apanhados num universo de eventos que não compreendemos plenamente, e que parecem em grande parte estar fora de nosso controle” (GIDDENS, 1991, p. 12).

Particularmente, prefiro utilizar neste texto as palavras modernidade e contemporâneo, acredito que seja suficiente para entender como ocorre o fenômeno das nostalgias em produtos culturais. Minha proposta do conceito de modernidade é igual à perspectiva de Berman (2007, p. 19, *grifos da autora*), o senti-

mento que perpassa as protagonistas de *Samantha!* e *Verão 90*, um processo em que pessoas modernas afirmam “[...] sua dignidade no presente – mesmo num presente miserável e opressivo – e seu direito de controlar o próprio futuro; tentando criar para si próprios um lugar no mundo moderno, um lugar em que possam *se sentir em casa*”, em outras palavras, buscam serem sujeitos operantes no processo de modernização. Esta ideia de constituição de um lugar no mundo em que possa se sentir em casa é parecida com a abordagem de nostalgia em Boym (2001), para qual a nostalgia vem de um desejo de certa comunidade em acessar uma memória coletiva, desvencilhar-se da individualização, viver junto em um mundo fragmentado, um mecanismo de defesa em tempos incertos, a fim de reconstruir um *lar ideal*, que pode ser confundido com um lar imaginário. Suponho que a nostalgia, iniciada na modernidade e culminada no presente, parte de três sentimentos incipientes: pertencimento, inadequação e incerteza, emoções típicas da ascensão da modernidade.

Quero destacar os anseios do protagonista em *Memórias do Subsolo*, de Dostoiévski (2009), publicado pela primeira vez em 1864, que traz algumas características da pessoa moderna, nos fazendo entender melhor a condição humana. A novela literária do século XIX, segunda fase da modernidade proposta por Berman (2007), e de acordo com Schnaiderman (2009, p. 7) envolvendo pessoas “[...] deslocadas numa sociedade que sofria o impacto da penetração capitalista”, é narrada por um homem que está há quarenta anos em um subsolo. Dividida em duas partes, a narrativa expõe um primeiro momento de fluxos de consciência e um segundo com histórias da vida do personagem. O protagonista se considera um homem ignóbil, vil e desprezível, completo de razão humana, um “homem de pensamento” (p. 22), ser de razão capaz de transformar o real. O homem do subsolo é interessante para debater sobre pertencimento e inadequação.

Em primeira instância, ele tenta se enquadrar em algo, mas não consegue e sente-se frustrado. Afirma: “Não consegui chegar a nada, nem mesmo tornar-me mau: nem bom nem canalha nem honrado nem herói nem inseto”, ou ainda, “Vou dizer-vos solenemente que, muitas vezes, quis tornar-me um inseto. Mas nem disso fui digno”, até uma característica social desprezada, como a preguiça, o homem do subsolo tentou possuir para assim ser enquadrado, “Pergunta: quem é? Resposta: um preguiçoso. Seria muito agradável ouvir isto a meu respeito. Significaria que fui definido positivamente; haveria o que dizer de mim. ‘Preguiçoso!’ realmente é um título e uma nomeação, uma carreira”, mas em nenhum desses ofícios foi emoldurado (DOSTOIÉVSKI, 2009, p. 17, 18 e 31). Certa vez, o homem do subsolo, ex-funcionário público, é convidado para um jantar e ali não se sente pertencente ao ambiente, àquelas relações sociais de infância o faz refletir que seus colegas são superficiais, de espíritos bajuladores e conversas supérfluas, mas ao mesmo tempo, na condição paradoxal do ser moderno (Berman, 2007), o homem quer inserir-se naquele meio, apesar da inadequação, há desejo por pertencimento. Essa vontade toma novas proporções no episódio do policial, em que concomitante ao sentimento de pertencimento, o homem do subsolo faz o possível para ser notado. O personagem enxerga pela janela uma briga entre um policial e um cidadão comum com tacos de bilhar em um bar, o cidadão é expulso do bar e o homem do subsolo sente pulsão por ser atirado para fora do bar similarmente. Ele começa a frequentar o ambiente, mas o policial não o percebe, e então o homem do subsolo passa a perseguir o agente para conhecê-lo ao ponto de encontrar maneiras de ser percebido. Ele comenta: “Até pancadas eu teria perdoado, mas de modo nenhum poderia perdoar que ele me mudasse de lugar e, positivamente, não me notasse” (DOSTOIÉVSKI, 2009, p. 63). Depois de falhas tentativas, de duelos que nunca ocorreram, o

homem do subsolo gasta toda a sua renda para se vestir sofisticadamente e esbarrar com o policial. O encontro é de um esbarrar de ombros, mas naquele momento, o protagonista sente que foi notado, que era tão importante quanto o policial, foi um esbarrar de igual para igual, o personagem com força de vontade luta pela sua dignidade e liberdade, esta última prometida pelo Projeto Nevski<sup>16</sup>. Sendo assim, nosso personagem célebre da ascensão da modernidade luta por dignidade e quer sentir-se pertencente a um grupo, mesmo que este seja inadequado para a sua moral, ele só não consegue lidar com o fato de não caber ali, o que demonstra uma condição paradoxal.

Pontuado sobre modernidade, chego à ideia do que é contemporâneo, e para tal, utilizo a perspectiva de Agamben (2009), em que não é contemporâneo a pessoa que adere ao seu tempo sem conflitos com o mesmo, na proposta do filósofo, se alguém se adequa perfeitamente às condições propostas por sua era, não consegue compreendê-la. Pessoas nostálgicas, inadequadas por natureza, talvez consigam entender melhor a atualidade. Entretanto, diferente do nostálgico, o contemporâneo não é aquele que anseia por outro tempo, mas mesmo assim, sente-se deslocado, e esse sentimento é positivo no contexto. Nas palavras de Agamben,

A contemporaneidade, portanto, é uma singular relação com o próprio tempo, que adere a este e, ao mesmo tempo, dele toma distâncias; mais precisamente, essa é a relação com o tempo que a este adere através de uma dissociação e um anacronismo. Aqueles que coincidem muito plenamente com a época, que em todos os aspectos a esta aderem perfeitamente, não são contemporâneos porque,

---

16. Na época em que foi escrito *Memórias do Subsolo* havia um projeto de governo que prometia um espaço público moderno chamado Nevski, em que pessoas de várias classes sociais podiam passear livremente (BERMAN, 2007).

exatamente por isso, não conseguem vê-la, não podem manter fixo o olhar sobre ela (AGAMBEN, 2009, p. 59).

Outra reflexão abordada por Agamben é a da escuridão. Quando as luzes se apagam, os olhos se adaptam ao ambiente para acessar o que chamamos de escuridão, mas isto não é apenas a ausência de luz, é uma ação do cérebro em entender que o ambiente foi alterado e é necessário adequar-se, é uma operação diferente realizada pela retina. A ideia é que a pessoa consiga ver além das luzes do seu tempo e entender o que está por trás dele, a escuridão, lembrando que as duas andam juntas. O pesquisador contemporâneo precisa ser capaz de inibir o brilho da atualidade e perceber o que ela esconde. Sendo assim, contemporâneo, aqui, é mais do que o tempo atual, como traz o dicionário<sup>17</sup>, mesmo assim, o é também. Desvelar o que faz emergir produtos audiovisuais como *Samantha!* e *Verão 90* está na proposta, de onde vem esse fenômeno e como se apresenta hoje é o que vou continuar percorrendo no texto. Além das características individualizadas expostas (inadequação, pertencimento e incerteza), os estudos sobre o sentimento nostálgico e a ligação com a modernidade tem embasamento no conceito de utopia e na relação com o espaço e tempo.

## 1.2 Utopias

As utopias de organização social foram rompidas no final do século XIX, dando início ao que Lyotard (2019) chamou de pós-moderno, esta vertente de quebra das utopias é importante para

---

17. adj 1 Que é do mesmo tempo; que existiu ou viveu na mesma época; coetâneo, coevo, temporâneo. 2 Que é do tempo atual. sm 1 Homem do mesmo tempo. 2 Homem do nosso tempo. Disponível em: < <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/contemporaneo>>. Acesso em: 08 mai. 2020.

entender o fenômeno das nostalgias. Em *Utopias da frivolidade: cultura pop e cinema*, Angela Prysthon (2014) articula os debates sobre nostalgias, modernidade, utopias e estética, a proposta é que a nossa cultura está intrínseca pela relação com o passado, a memória e as múltiplas formas de nostalgias. Prysthon parte da perspectiva de Jameson (2001) e o questiona a partir do texto de Hutcheon e Valdés (1998). Jameson propõe que na estética contemporânea, as nostalgias são trabalhadas como materializações midiáticas movidas por afeto, são mais sobre os estilos pelos quais certas épocas estão sendo propagadas pelos produtos culturais do que o passado em si. Porém, a obra de Jameson foi questionada por Hutcheon e Valdés devido ao conceito enfático de *nostalgia regressiva*, que indica que o fato de ansiarmos por dias melhores nos baseando no passado remete a um esvaziamento histórico que paralisa o presente, o retorno materializado em produtos culturais é um sinal de regressão social. De acordo com Prysthon,

Jameson vê a insistência na nostalgia como uma maneira de demonstrar uma falha do presente – ou uma historicidade esquizofrênica. Ele define o pastiche como um sintoma da incapacidade do nosso tempo pensar historicamente. Assim, o retorno quiçá ingênuo ou historicamente deformado do pós-moderno ao passado e a nostalgia como reflexo da ordem social do capitalismo tardio são, para Jameson, sinais de regressão, de esvaziamento (PRYSTHON, 2014, p. 14).

Hutcheon e Valdés (1998), por sua vez, discorda da percepção de *nostalgia regressiva* e a fantasia que Jameson tem pela estética modernista, uma “época pré-capitalismo tardio”. A autora canadense propõe que as pessoas, através das expressões nostálgicas do fim do século XX, quando ela escreveu o texto,



têm consciência das armadilhas de trabalhar com as nostalgias e buscam expô-las pela ironia, o que me é interessante para mais à frente tratar dos objetos empíricos, que utilizam este apelo como um gesto nostalgizante da mídia. Tomando como fundamento o pensamento de Hutcheon e Valdés, Prysthon (2014) sugere que a nostalgia é uma memória movida pelo afeto, seja por algo que tenha sido vivido ou que gostaria de ter vivido, um exemplo claro é a ficção seriada supracitada *Stranger Things*, que utiliza a familiaridade com ícones da cultura pop da década de 1980, mediados pelo afeto, como estratégia para angariar fãs. A série alcança adultos que viveram na década do tempo diegético da ficção, como também jovens que não presenciaram fisicamente a época, mas tiveram contato com os produtos culturais da mesma, sejam audiovisuais ou não, os dois públicos movidos por afeto e o prazer do reconhecimento são alcançados. Além de memória movida pelo afeto, nostalgia é também uma “[...] reação criativa ao presente, como articulação às vezes intensamente subversiva do sentimento de inadequação ou deslocamento em relação ao aqui e ao agora” (PRYSTHON, 2014, p. 16). Nestes pensamentos sobre articulação temporal, em que as nostalgias são um tipo de memória movida pelo afeto, mas também uma reação criativa ao presente, ou a revolta irônica ao passado, ou ainda a melancolia de um futuro que não existirá, Prysthon propõe as narrativas utópicas para pensar as nostalgias.

As narrativas utópicas, ou seu contrário, as distópicas, como *Onisciente* (Netflix, 2020-Presente) e *3%* (Netflix, 2016-Presente), com suas tramas redentoras, olham para o futuro da nostalgia, no sentido pósterio da memória, uma inversão da perspectiva regressiva de Jameson. Sendo assim, as nostalgias estariam nos fazendo sonhar com um futuro melhor, ou nos atentar para o futuro que não queremos ter e parece estar próximo, como em *Years and Years* (BBC One, HBO, 2019) e *The Feed* (Virgin Media,

Prime Video, 2019). Pensando criticamente em um futuro próximo que não fará bem à sociedade, podemos refletir em formas de não vê-lo acontecer. Nas palavras de Prysthon,

[...] a nostalgia (pelo passado, por uma memória por vezes inventada, pelo cotidiano que se perdeu em meio ao turbilhão das imagens midiáticas, pela delicadeza das pequenas lembranças) também pode ser diagnosticada como um *anseio utópico*. De fato, as centelhas da imaginação nostálgica podem ser a marca de algo profundamente transgressor e penetrante: a capacidade de mobilizar o passado crítica e afetivamente como *espaço de resistência cultural* (PRYSTHON, 2014, p. 16, *grifos da autora*).

Boym (2001) tem um pensamento similar, acredita que o objeto sedutor das nostalgias é ilusório, não é somente um passado que não será mais revisitado, pois já aconteceu, é também um futuro que não se concretizará, sonhos não realizados e visões de um futuro que se tornou obsoleto. Em *Retrotopia*, obra póstuma de Bauman, o autor sugere que atualmente as pessoas buscam uma dupla negação à utopia. Thomas More (1999), baseado em *República* de Platão (2001)<sup>18</sup>, trabalhou o conceito de *Utopia*, uma cidade baseada no auxílio mútuo entre os cidadãos, perfeita em questões de igualdade social, e embora irreal, passível de ser criada. Só que, para Bauman, o desejo comunitário da população apresentado por Thomas More foi substituído por uma fantasia de privatização e individualização, vendida aos cidadãos sob o encantamento da libertação, comprado pelo medo da subordinação. Sendo assim, houve uma primeira negação da utopia de

---

18. Publicado a primeira vez aproximadamente em 375 a.C., Platão propõe uma cidade republicana composta por artesãos (responsáveis por obras mecânicas), guerreiros (responsáveis por proteção) e filósofos (a força motriz do comando da cidade).

More por parte dos indivíduos, ao final do século XX, e segundo Bauman, atualmente estamos negando esta última. Antes, tínhamos o medo do controle e correção, este foi substituído pelo pânico da inadequação, de perder o emprego, moradia, não conseguir se estabelecer financeiramente, etc. Só que, diferente da utopia de More, que visa o futuro, a retrotopia de Bauman busca fontes no passado para se estabelecer, Bauman discorda da “perfeição suprema” de More, pois não abre espaço para possibilidades de mudanças. O movimento da retrotopia tem como premissa a esperança de reconciliar segurança e liberdade, o que para Bauman não ocorre na utopia de More e no movimento seguinte, de individualização e privatização. Nas palavras de Bauman (2014, p. 10), “[...] hoje estão emergindo retrotopias: visões instaladas num passado perdido/roubado/abandonado, mas que não morreu, em vez de se ligarem a um futuro ‘ainda todavia por nascer’ e, por isso, inexistente”. Sendo assim, para o autor, buscamos uma utopia mediante uma guinada para o passado, e ainda, por causa de um sentimento inicial de inadequação, como vivenciado pelo homem do subsolo. O pensamento de Bauman neste livro póstumo é baseado no de Boym (2001), quando expõe que a nostalgia tem uma dimensão utópica, mas diferente de Bauman, ela não propõe que isto é relacionado apenas ao passado, podendo acontecer tangencialmente com o presente, o que só nos coloca a ideia que o ser nostálgico tem dificuldades em conviver com as definições de espaço e tempo instauradas em sua época.

### 1.3 História

Como disse no início do capítulo, a primeira vez que a palavra nostalgia foi utilizada foi para designar uma doença, e apesar do termo ser grego, o diagnóstico ocorreu na Suíça. Johanes Hofer (1934), em sua dissertação de medicina publicada pela primeira

vez em 1688, propõe que nostalgia é uma doença curável, ópios e sanguessuga seriam antídotos, mas nenhum superava a volta para casa, o lugar de onde veio à saudade, este era o medicamento mais eficiente. Os sintomas: desejo obcecado, pela terra natal, indiferença em relação aos que estão ao redor, representações errôneas do passado causando a perda de contato com o presente, confusão entre realidade e imaginação, capacidade de escutar vozes ou ver fantasmas das pessoas amadas que estão distantes (como estar conversando com alguém e escutar a voz do amado na de outra), etc. Chegava um momento em que esta imaginação aflita incapacitava o corpo, uma profunda tristeza se aflorava, e os tratamentos eram invocados. O mal compartilhava os sintomas de outras duas vivências: melancolia e hipocondria, porém ao contrário delas, que eram encaradas como doenças da alta sociedade inteligível – monges e filósofos –, a nostalgia foi manifesta de maneira um pouco mais democrática, começando a ser percebida em classes consideradas abastadas, como os camponeses recém-chegados à cidade, estudantes e soldados lutando no exterior. A atenção que Hofer deu ao sintoma que ele chamou de *heimweh*, podendo ser traduzido para o português como uma saudade acentuada, além da *desiderium patriae*, em português: desejo pelo país de origem, foi proveitoso para a nostalgia começar a ser estudada, pois apesar de parecer com a melancolia e até com a hipocondria, não recebia atenção por parte da classe médica. Os primeiros pacientes foram estudantes nativos da República de Berna estudando em Basileia, empregadas domésticas que viajavam para trabalhar, e soldados suíços lutando no exterior, todos pareciam demonstrar um admirável amor à pátria. Mas, por que os jovens suíços? Segundo Hofer (1688, citado por Starobinski e Kemp, 1966), estas pessoas nunca haviam saído de casa e foram forçados a estabelecer um contato com algum país estrangeiro sozinhas, sentindo falta do carinho das mães, das re-

feições preparadas com zelo e da liberdade no campo, então, inicialmente, suspeitava-se que a nostalgia estava ligada principalmente ao espaço. A pesquisa do médico Scheuchzer (1705, citado por Starobinski e Kemp, 1966), apontou uma perspectiva física e menos emocional, ele propôs que a nostalgia entre os jovens suíços ocorria por uma questão física, em relação à pressão do ar, já que viviam em ambientes montanhosos, em que o ar é rarefeito. Quando desciam das planícies, sofriam o impacto da pressão atmosférica, a circulação sanguínea era dificultada, o coração recebia menos sangue e havia uma depressão corpórea, resultando em perda de sono, apetite e febre, podendo ser fatal. O contexto desencadeou um problema público, primeiro que a volta de soldados traria o enfraquecimento do exército suíço e segundo que este regresso passou a ser fingido, pois muitos queriam fugir da guerra. Foi instalado um surto de saudade. Sendo assim, “nostalgia não era meramente uma ansiedade individual, mas uma ameaça pública que revelou as contradições da modernidade e adquiriu maior importância política”<sup>19</sup> (BOYM, 2001, p. 5), ou seja, esta ameaça pública era baseada em um sentimento de carência a um passado extraviado que não se limita à individualidade. A autora ainda coloca que a paranoia causava no enfermo uma mania de perseguição, já o nostálgico sofria com mania de saudade.

A percepção que nostalgia não está ligada só ao espaço, mas também ao tempo, ou melhor, a irreversibilidade do tempo acompanha a história. Segundo Boym (2001), a relação se apresenta nas guerras religiosas europeias e a profecia não cumprida do juízo final no século XVII. Há uma oposição que começa a deixar a ideia temporal nebulosa, o contraste entre o tempo judaico linear e o tempo cíclico de retorno. Se pensarmos bem, até

---

19. Original em inglês. Tradução da autora: Nostalgia was not merely an individual anxiety but a public threat that revealed the contradictions of modernity and acquired a greater political importance.

a invenção do relógio mecânico no século XIII é importante para que as pessoas passem a ter uma atitude individual e criativa em relação à experiência com o tempo. E é justamente por causa do destaque em relação ao tempo, à secularização do tempo, que a nostalgia passa de uma doença curável para uma condição moderna. Boym (2001) acredita que essa condição é incurável, mas Burman (2010) e Mejía (2005) já propõem que os textos midiáticos funcionam como um tipo de cura. Não estou aqui sugerindo possíveis ameaças proporcionadas pela nostalgia, apenas mostrando a construção do conceito durante a história. Para Boym (2001), o perigo da nostalgia é que ela se inclina à confusão entre o real e o imaginário, se esta não for refletida, cria pessoas enraivecidas e prontas para matar a fim de chegar à pátria fantasma. A mesma apresenta que a nostalgia é reversa à ideia moderna de tempo. Nas palavras da autora,

[...] a nostalgia parece ser um anseio por um lugar, mas é o desejo por um tempo diferente – o tempo da nossa infância, os ritmos mais lentos dos nossos sonhos. Em um sentido mais amplo, nostalgia é a rebelião contra a ideia moderna de tempo, o tempo da história e do progresso. Os desejos nostálgicos são de obliterar a história e transformá-la em mitologia privada ou coletiva, para visitar o tempo como o espaço, recusando-se a se render à irreversibilidade do tempo que atormenta a condição humana (BOYM, 2001, p. 6)<sup>20</sup>.

---

20. Original em inglês. Tradução própria: [...] nostalgia is a longing for a place, but actually it is a yearning for a different time--the time of our childhood, the slower rhythms of our dreams. In a broader sense, nostalgia is rebellion against the modern idea of time, the time of history and progress. The nostalgic desires to obliterate history and turn it into private or collective mythology, to revisit time like space, refusing to surrender to the irreversibility of time that plagues the human condition.

Com o passar dos anos, os tratamentos foram mudando e a noção do que é a doença também, mas a nostalgia seguiu acompanhando revoluções, mudanças bruscas de realidades, incertezas e transições sócio-históricas. Um caso interessante é o que Starobinski e Kemp (1966) abordam em relação a um médico francês chamado Jourdan Le Cointe, que em 1790, durante a Revolução Francesa, publicou que a nostalgia podia ser curada incitando a dor e o terror. Como evidência científica o médico expõe o acontecido no exército russo em 1733 quando os soldados foram acometidos por uma epidemia nostálgica e o general, autoritariamente, ameaçou que quem apresentasse os sintomas da doença seria enterrado vivo, assim os soldados não se queixaram da nostalgia, como era de se esperar. Já na América do Norte, século XIX, o cirurgião americano Theodore Calhoun aponta a dificuldade de um diagnóstico preciso para os sintomas que acometiam os soldados no 120º Regimento de Nova York, eles bebiam a mesma água, comiam a mesma comida, mas uns apresentavam tristeza profunda e outros não, o que ficou conhecido como *homesickness*, em uma tradução literal, seria “doença pela casa”, o sentimento é o de doença causada pela saudade de casa. Segundo Vilarinho (2014, p. 1155), “[...] esses combatentes eram vítimas de suas reminiscências, de uma memória mórbida que mantinha vívidas as cenas familiares e o lar deixados para trás”. Na perspectiva do médico Calhoun (1864, citado por Vilarinho, 2014), a doença acometia indivíduos de masculinidade frágil e atitudes não progressistas, as causas eram ociosidade e ineficiência do tempo e a cura viria de experiências que tornassem o ser mais viril, mesmo que fosse uma exposição pública ao ridículo e *bullying* pelos colegas soldados<sup>21</sup>. Um tratamento autoritário e

---

21. A ideia de atitudes não progressistas e ineficiência do tempo expostas pelo médico é na percepção capitalista de tempo. Em relação ao que é mais viril ou não, corresponde à perspectiva do que é masculinidade para os militares da época.

machista, mas que foi acatado no momento vivido. Além disto, o médico acreditava que a nostalgia estava relacionada à formação social e de caráter, os americanos mais suscetíveis eram os advindos do campo, dessa forma, os profissionais que trabalhavam na cidade seriam mais resistentes à doença.

A ideia de progresso após a Revolução Industrial foi essencial na formação do pensamento dos europeus no século XIX, a modernidade instalada faz com que as pessoas exponham suas inadequabilidades em estar de acordo com o ritmo dos processos sociais e da transformação na paisagem das cidades. Aqui se encaixa o conceito de desencantamento do mundo de Weber (2004), indispensável para pensar a ótica da vida moderna. O autor propõe que os processos de racionalização intensa e burocratização da vida deixam as relações sociais frias. Quando os seres, mesmo em questões relacionadas às emoções, como um casamento, são submetidos a um conjunto de regras restritas, à uma complexa burocratização, entendemos que cada conduta precisa ter algo em troca. É por isso que a frase “tempo é dinheiro”, ou a ideia de “tempo perdido” é desmedidamente posta. A vida perdeu a magia? A pessoa nostálgica busca quietude? Enfim está instituída a dificuldade em lidar com o tempo e a tendência à nostalgia para de ser associada apenas às pessoas que saíram de suas terras natais. Para a noção de progresso institucionalizado, se faz relevante a melhoria do futuro, e não reflexão sobre o passado, é nesta perspectiva de desenvolvimento industrial e ascensão do capitalismo que o progresso se tornou um marcador temporal no mundo, e qualquer país que fugisse deste ideal específico foi mal quisto. O nostálgico não se adapta a esta nova concepção de tempo proposta; nas palavras de Boym (2001, p. 13), as “manifestações nostálgicas são efeitos colaterais da teleologia do progresso”. Similarmente, Davis (2011) sugere que a nostalgia promove uma espécie de resistência primitiva às ur-



gências do sistema capitalista, segundo o autor, “A nostalgia reencanta, mesmo que por um curto tempo, até que os inexoráveis processos de mudança histórica esgotem o passado que ofereceu abrigo momentâneo de um futuro preocupante, mas finalmente inexorável”<sup>21</sup>. Não significa sugerir que a nostalgia seja necessariamente uma antítese ao progresso capitalista, mas uma prática de refúgio, visto que o objeto ilusório do nostálgico não é a realidade, mesmo se a premissa da nostalgia for contemporânea, a imaginação busca uma ilha utópica como artefato nostálgico, é uma questão de falta de adaptação e anseio por se sentir bem.

De acordo com Davis (2011), as “desmedicalização” e “desmilitarização” do conceito de nostalgia só acontecem ao longo do século XX, pois há uma menor importância ao conceito de casa em seu sentido concreto, já que o movimento sociodemográfico moderno passou a modificar o apego a uma localidade específica. Nostalgia passa, então, a estar associada mais ao sentimento de saudade, do que à saudade de um lar, o que não significa intentar que o anseio pela casa não possa existir, é uma emoção que continua podendo ser experimentada, só que ocorre com menor frequência. O autor propõe que a partir da década de 1950, há também uma “despsicologização” da palavra, desconsiderando a conotação de mau funcionamento mental das pessoas que estão passando por uma emoção nostálgica, e mudando o sentido para algo comercial, popular e com nuances positivas, “hoje, a palavra chega às nossas línguas de maneira fácil e natural, sendo muito mais provável ser classificada como emoções familiares, exemplos: amor, ciúme e medo, do que “condições”, como: melancolia, compulsão obses-

---

22. Original em inglês. Tradução da autora: Nostalgia reenchant, if only for a while until the inexorable processes of historical change exhaust that past which offered momentary shelter from a worrisome but finally inexorable future.

siva ou claustrofobia”<sup>23</sup> (DAVIS, 2011, p. 446-447). Por meio dos avanços tecnológicos no que diz respeito às câmeras com maiores qualidades de imagens e efeitos especiais empregados pela indústria cinematográfica, profissionais se debruçaram a criar retratos do passado para contar a história de diferentes regiões. Em certos produtos audiovisuais, a nostalgia começa a ser empregada e vemos sua ambivalência de ser tanto pessoal quanto contextual. Pessoal por causa das saudades e utopias individuais, como uma memória da infância com um primo específico, o primeiro laço amoroso, ou a utopia de morar em determinado local, e, contextual por abranger produtos midiáticos entendidos por grupos específicos, de locais específicos, em contextos específicos, de uma forma, e por outros grupos de outra maneira. Diante do exposto, Boym (2017) ainda aponta uma questão espiritual da nostalgia, em que a nostalgia moderna é a impossibilidade de um retorno mítico ao paraíso, o indivíduo está procurando um destinatário espiritual para repousar aflições. Isto confirma o quanto é laborioso debater um sentimento híbrido em campos científicos, subjetivo e conectado ao lado ontológico das pessoas, enquanto indivíduos e enquanto comunidade.

#### 1.4 Perspectivas contemporâneas

No entendimento de Niemeyer, as nostalgias contemporâneas:

[...] situa-se entre recordação e esquecimento, idealização e criatividade, é uma lembrança de tempos e lugares que não existem mais, não são mais acessíveis ou talvez nunca foram. A nostalgia também pode referir-se ao desejo de

---

23. Original em português. Tradução própria: So easily and “naturally” does the word come to our tongues nowadays that it is much more likely to be classed with such familiar emotions as love, jealousy, and fear than with such “conditions” as melancholia, obsessive compulsion, or claustrophobia.

um retorno a um tempo passado que nunca foi experimentado pela pessoa que anseia ou pelo arrependimento que faltava por um passado que nunca ocorreu, mas que poderia ter ocorrido, ou por um futuro que nunca acontecerá. Assim, o sentimento nostálgico não é meramente voltado para um retorno a um lugar ou tempo passado, mas também abrange outras temporalidades, como o presente e o futuro, e está frequentemente relacionado a imaginações utópicas sociais ou políticas. A nostalgia é poderosa e, acima de tudo, deve ser rotulada de “nostalgias” com “s”, sustentando a pluralidade de suas formas, expressões e significados (NIEMEYER, 2018, p. 29).

A professora Katharina Niemeyer aborda várias perspectivas da nostalgia que valem uma discussão, ou melhor, das nostalgias, que é o termo correto a se utilizar na contemporaneidade, para que enquadre todos os seus significantes, pois esta é sobre passado, mas também sobre presente ou futuro; é uma estratégia de *marketing* para venda de bens materiais; é um sentimento, assim como é um gesto midiático; é um gesto midiático que pode ser irônico, romântico, fantasioso, educativo, etc. Ou seja, vários tipos de abordagem para um conceito só. Na parte histórica, quando a nostalgia ainda era vista de maneira singular, não utilizei o termo no plural, a partir de agora, o farei. Na primeira parte da citação, “[...] situa-se entre recordação e esquecimento, idealização e criatividade, é uma lembrança de tempos e lugares que não existem mais, [...]”, a autora não coloca as nostalgias na linha de frente, bem como não as marginaliza, as põe entre situações, no meio de sentimentos. O filósofo sul-coreano Byung-Chul Han (2017) propõe que vivemos em uma sociedade do desempenho, marcada pela criação de academias de ginástica, escritórios, bancos, aeroportos e *shopping centers*, em que somos sujeitos da produção que não sabem lidar com o poder ilimitado da famosa

expressão “*yes, we can*”. Diante disto, os seres inquietos e ativos nunca valeram tanto para empregos. E, se voltarmos um pouco uma proposição inicial, o ser nostálgico tem esta característica moderna que gera a inquietude: a inadequação. Porém, Han também propõe, baseado no pensamento nietzschiano, que careçamos de seres contemplativos, que conseguem repousar, e esta é uma característica do nostálgico, quando em busca de descanso na utopia imaginativa, torna-se contemplativo, alguém que está entre, não em extremos; consegue repousar em outros tempos, ilusoriamente melhores, porque está inquieto em relação ao presente. Após discutir sobre a posição intermediária, Niemeyer aborda que as nostalgias não são apenas sobre passado, e ainda, propõe sobre sua característica utópica, tanto pessoal quanto comunitária em “[...] imaginações utópicas sociais ou políticas”. Sendo assim, primeiro: seu caráter múltiplo; segundo: sua natureza intermediária; terceiro: a temporalidade; e quarto: utopias.

Santa Cruz (2018) observa as nostalgias como ressignificações da memória do passado, presente ou futuro. A autora se respalda no pensamento de Landwehr (2018) que expõe que duas percepções permanecem entre as nostalgias atuais e a proposta pelo médico Hofer: o sentimento possui gatilhos, sejam objetos materiais ou paisagens específicas – mesmo que mentais, e, o mais importante, se alimenta da imaginação. Não entendo nostalgia como doença, mas a premissa de ser algo imaginativo e utópico subsiste. Segundo Santa Cruz (2018, p. 88), “há, portanto, uma mistura de afeto, atividade imaginativa e desejos latentes (ou não) de mudança. Aquele que embarca no sonho nostálgico está, de alguma maneira, querendo subverter o presente”. Novamente, a inadequação ao que está sendo vivenciado e pulsão em pertencer a outro momento.

Em *Mal-estar na nostalgia*, artigo que Boym (2017, p. 164) publicou no Brasil baseado em seu livro de 2001, *The future of*

*nostalgia*, a autora propõe que “o imperativo da nostalgia contemporânea é estar saudoso da casa e enfasiado da mesma – ocasionalmente, ao mesmo tempo”, desenvolvendo um novo sentimento não visto até o momento: insatisfação. Apresentei que a nostalgia vinha de sensações como inadequação, pertencimento e incerteza, e embasei a perspectiva no que autores já haviam proposto, mas ainda não tinha chegado à insatisfação. Em *Memória do Subsolo*, o homem do subsolo trata sobre um castelo de cristal, um lugar utópico que o autor considera como um “Reino de Abundância” (DOSTOIÉVSKI, 2009, p. 38). Segundo nota do tradutor Boris Schnaiderman, este palácio é uma referência ao livro de Tchernichévski (1863) chamado *Que fazer?*, em que aparece um palácio de ferro e cristal e tem a descrição do sonho de uma sociedade socialista. Além disto, tanto o tradutor quanto Berman (2007) propõem que esta passagem foi inspirada no Palácio de Cristal construído em Londres em 1851 para uma exposição internacional, Dostoiévski escreveu mais sobre isso em *Notas de inverno sobre impressões de um verão*, publicado originalmente em 1863. O palácio, sonho moderno importante para a sociedade russa do século XIX, foi pré-fabricado matematicamente, primeira construção pública a ser concebida exclusivamente por engenheiros, cada detalhe foi planejado, e para o homem do subsolo, esta apologia à engenharia, à exatidão, faz com que haja um revés às artes, ao pensamento questionador e filosófico, sua construção finalizada concedia às pessoas o desejo de todas as respostas possíveis que precisavam, ali estava a utopia da sociedade moderna. Só que, existe uma diferença entre construir o palácio e morar nele, quando o palácio está pronto deixa de ser utópico, e como o objeto da nostalgia, o da utopia também é ilusório. O homem do subsolo escreve:

Não amará ele a tal ponto a destruição e o caos (é indiscutível que ele às vezes os ama e muito, não há dúvida sobre isso) *porque teme instintivamente atingir o objetivo e concluir o edifício em construção?* Como podeis sabê-lo? Talvez ele ame o edifício *apenas a distância e nunca de perto*; talvez ele goste apenas de criá-lo, e não viver nele, deixando-o depois para os *animaux domestiques*, isto é, formigas, carneiros etc. etc. Já as formigas tem um gosto de todo diferente. Elas possuem um edifício surpreendente no gênero, indestrutível para os séculos: o formigueiro. [...] o homem é uma criatura volúvel e pouco atraente e, talvez, a exemplo do enxadrista, *ame apenas o processo de atingir o objetivo, e não o próprio objetivo*. [...] Ele ama o fato de alcançar, mas, alcançar de fato, nem sempre (DOSTOIÉVSKI, 2009, p. 46-47, *grifos da autora*).

Isto coloca em linha de frente os processos das situações da vida. O objeto ilusório da utopia, e em parte, de algumas nostalgias<sup>24</sup>, é a perfeição, como o Palácio de Cristal, mas o ser humano, diante do texto, nem sempre está interessado em aproveitar o objeto ideal, apenas em alcançá-lo, talvez ame mais a destruição e o caos, ou, ao concluir o objetivo, a vida precise de um novo Palácio para continuar a ter sentido. Neste contexto, Berman (2007) aborda duas perspectivas de modernização, como uma aventura e como uma rotina. O homem do subsolo observa que a construção do Palácio é uma ideia de modernização como aventura, entretanto, quando a aventura do lugar construído se torna cotidiano, ou seja, a moradia no palácio, vive-se uma prisão. Mais um sentimento a ser observado: insatisfação. Incontestável que as obras de Dostoiévski podem repercutir diferentes camadas de interpretação, e essa é uma delas.

---

24. De algumas nostalgias porque mais a frente, na análise da série *Samantha!*, veremos que um dos gestos nostálgicos é uma ilusão de perfeição somada à sátira e questionamentos da mesma perfeição.

Davis (2011) executa um relato sociológico sobre questões que atravessam as nostalgias. Para o autor, quando tratamos do assunto, existe um diálogo nostálgico entre passado e presente, mas não é um passado qualquer, este é imbuído de qualidades que são justapostas no presente. Nesta conversa, os dois lados não têm forças iguais, o passado triunfa sobre as lamentações do presente. É interessante perceber aqui que as nostalgias se distanciam do sentido de memória em querer restaurar cenários do passado, segundo Grainge (2000), muito parecido com a proposta de Davis, elas se aportam no presente e criam novas formas de se envolver com o passado. O autor propõe que:

[...] o passado nunca é algo simplesmente esperando para ser descoberto. Antes, o passado lembrado, como todos os outros produtos da consciência humana, é algo que deve ser constantemente filtrado, selecionado, arranjado, construído e reconstruído a partir da experiência coletiva. E o ponto de apoio para esse grande trabalho só pode ser o presente, com suas ansiedades, aspirações, medos e fantasias compartilhados. Mas, ainda assim, a criação nostálgica é, como tentei sugerir, de vários pontos de vista diferentes, um tipo especial de criação, permeado de maneira poderosa pelos sentimentos e pensamentos da convicção da superioridade essencial do que era sobre o que é ou parece ser destinado a ser (DAVIS, 2011, p. 450)<sup>25</sup>.

---

25. Original em inglês. Tradução da autora: [...] the past is never something simply there just waiting to be discovered. Rather, the remembered past like all other products of human consciousness is something that must constantly be filtered, selected, arranged, constructed, and reconstructed from collective experience. And the fulcrum for this great labor can only be the present with its shared anxieties, aspirations, hopes fears, and fantasies. But still, the nostalgic creation is, as I have tried to suggest from a number of different vantage points, a special kind of creation, one powerfully permeated in feeling and thought by a conviction of the essential superiority of what was over what is or appears destined to be.

No argumento, as nostalgias são reações a eventos que trazem ansiedades e funcionam a partir de uma vontade de querer restaurar a continuidade, a partir da experiência coletiva, em meio a colapsos de uma época, e é por isso que produtos com um cunho nostálgico vendem bem em momentos de insegurança social. O sociólogo indica dois aspectos para pensar a experiência nostálgica, são: sua base nas ameaças de descontinuidades, e, seu papel em gerar identidades coletivas. O raciocínio é que assim como os ciclos da vida e a mutabilidade da identidade pessoal geram dificuldades individuais de lidar com as mudanças, fazendo o indivíduo recorrer às memórias da infância e as configurando a partir das nostalgias, os eventos externos de descontinuidades do mundo, dos quais os indivíduos têm ainda menos controles que os internos, também alteram a forma dos seres humanos lidarem com o sentimento nostálgico, criando identidades coletivas. São eventos históricos que trazem mudanças sociais abruptas, como a crise vivenciada no mundo por causa do Coronavírus em 2020<sup>26</sup>, que auxiliam a criar essa identidade. Em 2020, canais brasileiros de televisão, como a Rede Globo, começaram a reprints programas de décadas anteriores, induzindo nostalgias em pessoas que vivenciaram aquele momento e têm um repertório para sentir tal emoção e se identificar com os símbolos apresentados, como um jogo de futebol que aconteceu em 1994 ou uma telenovela da década de 1980, o que não implica que outros, que não viveram na mesma época, não consigam assistir e ter uma boa experiência, visto que, por morarem no mesmo país e terem um repertório cultural próximo, ainda se conectam com muitos ícones apresentados. Na perspectiva do sociólogo, essas imagens conseguem iconicamente diferenciar gerações, sem necessaria-

---

26. Crise mundial de saúde, economia e comunitária ocorrida em 2020 devido ao coronavírus da síndrome respiratória aguda grave 2 (SARS-CoV-2), conhecido também como o causador da *Coronavírus Disease 2019*, ou COVID-19.



mente utilizar-se das divisões cronológicas normativas. Refletirei sobre a divisão do tempo entre passado, presente e futuro.

## 1.5 Entre memória, passado, presente e porvir

Uma abordagem interessante é sobre o cronótopo segundo Gumbrecht (2015), na obra *Nosso Amplo Presente*. O teórico-literário alemão afirma ter tido uma grande ideia em sua vida: a proposta de que as “coisas-do-mundo” possuem uma dimensão de presença que precisa ser analisada, pois é impressão do autor que esta deva merecer uma posição privilegiada com relação à práxis da interpretação. Convencido a enxergar os fenômenos sociais e culturas a partir da ideia de presença, Gumbrecht nos questiona: e se vivêssemos em um amplo presente em vez de um passado, presente e futuro rigidamente delimitados? Parece um largo caminho a se seguir e ele o faz com maestria, mas não poderia deixar a análise de lado. O autor coloca em pauta a concepção de cronótopo historicista de Reinhart Koselleck, em que a história da humanidade passa a ser contada em um modo narrativo específico para organizar e representar o mundo e nossas vivências nele, “desde o início do século XIX, se você perguntar a alguém o que é a Suíça, a resposta será um relato da história da Suíça; aqueles que procuram compreender os fenômenos naturais são incentivados a estudar história evolucionista” (GUMBRECHT, 2015, p. 102). Para Gumbrecht, as pessoas imaginam a si mesmas em uma trajetória linear, em que o tempo é agente de transformação. Sendo assim, estes indivíduos acreditam que deixam sempre o passado para trás, isto é, ele não serve como ponto de orientação; desta maneira, avançam para o futuro, um amanhã cheio de possibilidades baseado na ação do hoje. Porém, o que acontece é que, o futuro está fechado para explorações, a terra se culmina, Gumbrecht cita o aquecimento global, mas a

crise mundial do Conoravírus serve para ilustração, acredito que estes prognósticos geram a premissa para as grandes distopias contemporâneas. Inclusive, são em momentos como este que a compreensão da presença e sentidos em movimentos acadêmicos é tão relevante. Em um período de isolamento social, o toque, proporcionado exclusivamente pela presença, precisa ser reavaliado, o autor chama este anseio de “desejo-de-presença”. Gumbrecht vai além, afirma que os passados invadiram o presente, servem como pontos de orientações e os sistemas de memória eletrônica são imprescindíveis no contexto. Em vista disso, o alemão reflete sobre o cronótopo habitual, aponta que vivenciamos um presente amplo, que abrange o passado de nossa memória recente, destarte, as identidades são fluidas e faltam margens delimitadas em relação ao tempo. Nas palavras do autor:

Entre os passados que nos engolem e o futuro ameaçador, o presente transformou-se numa dimensão de simultaneidades que se expandem. Todos os passados da memória recente fazem parte deste presente em ampliação; é cada dia mais difícil excluirmos do tempo de agora qualquer tipo de moda, ou música, das últimas décadas. O amplo presente, com seus mundos simultâneos, ofereceu, sempre e já, demasiadas possibilidades; por isso, a identidade que possui — se possui alguma — não tem contornos definidos. Ao mesmo tempo, o fechamento da futuridade (ao menos, *strictu sensu*) torna impossível agir, pois nenhuma ação poderá ocorrer onde não houver lugar para projetar a sua realização. O presente em expansão dá espaço para o movimento em direção ao futuro e ao passado; mas esses esforços parecem redundar no regresso ao ponto de partida (GUMBRECHT, 2015, p. 16).

É interessante colocar o pensamento aqui porque estou lidando com nostalgias, mãos que costuram as memórias, que em seus

cernes mnemônicos trabalham com o modo como as pessoas se lembram. Se vivemos em um presente amplo, nostalgizamos sobre o que? O próprio presente? A infância de meus pais, 20 anos de diferença da minha, fazem parte do meu presente? Se coloco em pauta um objeto midiático como *Samantha!*, que utiliza de nostalgias da década de 1980, em que eu não estava nascida mas, mesmo assim, consigo entender a maior parte das referências pois consumi os produtos audiovisuais basilares da época, é importante refletir sobre um amplo presente. Sem passado, sem futuro, um amplo presente que consiste em poucas décadas antes da atual somada à contemporaneidade.

Uma perspectiva diferente é a que Huyssen (2011) expõe sobre o pensamento de Hermann Lübbe em meados da década de 1980, para quem a ideia de musealização não está mais vinculada somente ao museu, está em todas as esferas do cotidiano. Deve-se considerar a década em que o autor propôs a ideia, talvez hoje ela fosse defendida de maneira diferente, mas ele acredita que o presente anuncia um paradoxo, em que quanto mais o capitalismo suga o passado e o futuro para o mesmo espaço síncrono, mais é a sua fragilidade e aderência em si, logo possui menor estabilidade e identidade em relação aos assuntos. Para Lübbe, os museus são uma solução para a perda do equilíbrio contemporâneo, pois fornece estabilidades culturais historicistas que ajudam na identidade cultural. Huyssen (2011) aponta que Lübbe tem um pensamento conservador, não observa que as tradições culturais também foram afetadas pela modernização, pela comoditização e pelos processos do capitalismo, então a pessoa moderna não estaria usufruindo de uma identidade cultural imaculada. Huyssen propõe que nossos descontentamentos estão operantes às sobrecargas de informações e uma aceleração cultural que nem nossa psique nem nossos sentidos estão aptos para lidar. E quanto mais rápidos somos jogados para um futuro sem perspectivas

promissoras, mais temos o desejo de nos apegarmos à memória. Ele acredita que no início do século XX, com a idealização do ser moderno europeu, os fantasmas da purificação de classes instituído pelo nazismo, e o contexto global com o fim da Segunda Guerra Mundial, foi fundada a cultura de um *futuro presente*. Entretanto, com o fim das metanarrativas, desde os anos 1980 o foco mudou para um *passado presente*, mudando a experiência e sensibilidade humanas em relação ao cronótopo. A memória como uma preocupação fundamental às sociedades ocidentais foi acusada por críticos como um entorpecimento, amnésia ou anestesia em relação à modernidade do século XX, uma perda de consciência histórica, uma vez que segundo estes, muitas mídias não viabilizam uma realidade histórica. Entretanto, Huyssen nos convida a questionar se é o medo de esquecer que desencadeia o desejo de lembrar ou o excesso de memória midiática causa o terror do esquecimento. Será que o medo de esquecer existe porque só consumimos conteúdos de memórias confortantes do século passado? Acredito que essa é uma pergunta complexa e não há uma resposta correta, mas Huyssen adota um caminho de pensamento interessante, em que temos uma memória heterogênea, em vez de narrativas holísticas e universais, e apesar das recordações serem diferentes, algumas narrativas permeiam todas: as dos direitos humanos e os processos de democratização. Se há uma heterogeneidade de memórias, podemos ter uma heterogeneidade na produção de conteúdos midiáticos, em vista disso, teremos acessos a variadas vertentes que podem contribuir para a criação de uma identidade cultural diversificada. Professor Huyssen afirma que se estamos perecendo por algum excesso de memória, devemos nos esforçar para diferenciar os passados utilizáveis dos descartáveis. Pergunto-me se isto não é subjetivo... Talvez sim. Talvez um passado descartável para uma pessoa possa ser uma narrativa diferente da grande mídia, é uma

memória minoritária, e não é possível julgar se é utilizável ou descartável. O fato é que, segundo o pensamento de Huyssen, não devemos deixar que o medo de esquecer subjugue-nos a tramas específicas.

Sobre memória, há um consenso entre os pesquisadores no campo das Ciências Humanas e Sociais. Guimarães, Resende e Brito (2012, p. 5) apontam que a memória para Bergson é uma “reelaboração do passado no presente” e isso ocorre através do procedimento da lembrança, que segundo Dias (2014), culmina em uma ficcionalização das representações do passado. Similarmente, Deleuze (2004) é pontual em mencionar que a memória é uma atualização das lembranças do passado. Na mesma linha de pensamento, Candau (2018, p. 9) fundamentado nos pensamentos de Pierre Nora<sup>27</sup>, sustenta que a memória é uma “[...] reconstrução continuamente realizada do passado, mais que uma reconstituição fiel do mesmo”. Sendo assim, entendo que a memória tanto é evocada como se refaz no presente, é moldada pelo indivíduo, como também tem poder para formá-lo; a história representa o passado, por enquanto que a memória é sempre um fenômeno contemporâneo. Além da característica individual, a memória pode ter uma perspectiva de coletividade, assim como sugeriu o sociólogo francês Maurice Halbwachs (2006), que seguindo as concepções tradicionais de Émile Durkheim, elaborou o conceito de memória coletiva, exposto no livro *A Memória Coletiva*, publicado pela primeira vez em 1950. Segundo o autor, a memória é apresentada a partir de uma origem social, chamada de quadros sociais. Ela é acionada na contemporaneidade e se constrói a partir das inferências que o ser tem com as pessoas, espaços e grupos do passado, ou seja, o vínculo com a sociedade. Outro aspecto relevante sobre memória é a sua constituição, ora

---

27. Historiador francês conhecido pelos estudos que inter cruzam a identidade francesa e a memória.

pelo lembrar ora pelo esquecer. É necessário esquecimentos para a construção de uma linha do tempo (BERGSON, 2006), pois vivemos muito e guardamos pontuais episódios que constroem uma narrativa, possivelmente os estudos sobre memórias sejam mais sobre oblívios do que sobre lembranças. O imbricamento entre a memória coletiva e a individual formam, nas narrativas midiáticas, espécies de memórias específicas que podem ter gestos particulares, no caso deste trabalho, nostálgicos. Para acionar uma memória coletiva, a narrativa precisa encontrar pontos em comum de vivências dos espectadores, as lembranças precisam dialogar com grande parte do público. Bosi (1987) propõe que a memória coletiva é feita a partir da memória afetiva, isto é, quando as pessoas memorizam apenas eventos que as marcam afetivamente, e estes eventos se repetem em um grupo social; quando esta memória social está inserida em uma tradição de determinada sociedade, temos uma memória coletiva.

Nora (2011) aponta que estamos vivenciando um aumento da memória em variadas formas: uma crítica ao passado histórico oficializado, ondas de sentimentos comemorativos, aumento das instituições e instrumentos mneumônicos como museus e dispositivos de armazenamento de dados, etc. Segundo o historiador,

[...] essas tendências juntas formam uma espécie de maremoto de preocupações memoriais que quebrou o mundo em todos os lugares, estabelecendo laços estritos entre o respeito pelo passado – real ou imaginário – e o senso de pertencimento, uma consciência coletiva e autoconsciência individual, memória e identidade (NORA, 2011, p. 437)<sup>28</sup>.

---

28. Original em inglês. Tradução da autora: [...] these trends together make up a kind of tidal wave of memorial concerns that has broken over the world, everywhere establishing close ties between respect for the past – whether real or imaginary – and the sense of belonging, collective consciousness and individual self awareness, memory and identity.

Nesta perspectiva, os estudos de Candau (2018) propõem que a memória é tão evidenciada no contexto contemporâneo porque carrega consigo a utopia de que podemos reviver o tempo que acabou, sendo assim, não estamos condenados a perecer e sermos esquecidos, a ideia é que através da memória podemos suportar o porvir. De acordo com Nora (2011), o aumento da memória acontece na França na década de 1980, seguindo a queda do Muro de Berlim e o colapso da União Soviética e presentifica-se a partir de dois fenômenos, um temporal e outro social. O primeiro, temporal, refere-se ao que é conhecido como “aceleração histórica”, em que a característica da modernidade é a mudança em alta velocidade, não mais a continuidade e permanência, essa foi a proposta inicial de David Halévy. Antes o futuro poderia ser percebido de três maneiras: a restauração do passado, o progresso ou uma revolução, e isto podia ser ficcionalizado como uma história, mas hoje ele é enevoado e incerto, “[...] e por causa dessa incerteza, o presente – que por essa mesma razão, sem dúvida, agora tem uma bateria de meios técnicos para preservar o passado – nos coloca sob a obrigação de lembrar”<sup>29</sup> (NORA, 2011, p. 438). A distância do mundo perdido, do passado, se prontifica com os seus vestígios, que devem ser questionados por, supostamente, conter parte de quem somos, nossa identidade. Neste contexto, o historiador indica que o passado não é mais segurança do futuro, logo, a memória surge como uma jura de continuidade em tempos de incertezas, aqui, os sentimentos nostálgicos se sobressaem. O segundo, fenômeno de natureza social, está relacionado à democratização da história. Antes, a história estava detida aos historiadores, cientistas, poder público e grupos especializados, entretanto, quando passa a ser difundida por

---

29. Original em inglês. Tradução da autora: And because of this uncertainty, the present—which, for this very reason no doubt, now has a battery of technical means at its disposal for preserving the past—puts us under an obligation to remember.

narrativas elaboradas por grupos minoritários, sob a perspectiva de memória, a noção de memória coletiva é aprimorada, está no tocante ao movimento popular. Se as comunidades têm memórias, há uma profunda alteração no *status* dos indivíduos com a sociedade, mudando a percepção de formação da identidade.

Em *Memória e Identidade*, Candau (2018) procura entender o funcionamento da guinada recente da memória e identidade em relação a passar das formas individuais para as coletivas. Na obra, memória aparece como reconstrução continuamente atualizada do passado e identidade, uma construção social que ocorre na relação dialógica com o próximo. Segundo o autor, a memória traz consigo a ilusão que podemos reviver o que passou, logo, o que aconteceu não acabou, não é inacessível. Memória é anterior a identidade, é seu *background*, fundamento, base. Identidade é a memória em ação. Contudo, não é porque memória é a anterior que a identidade não pode funcionar de maneira dialógica, as duas se relacionam, entrecruzam, se pertencem e reconstróem-se no cotidiano, “não há busca identitária sem memória e, inversamente, a busca memorial é sempre acompanhada de um sentimento de identidade, pelo menos individualmente” (CANDAU, 2018, p. 19). A partir de uma Antropologia da Memória, Candau propõe três formas de manifestação da memória individual: protomemória, memória e metamemória. A primeira é uma memória procedural, repetitiva e habitual, que faz atividades cotidianas serem automáticas, como o ato de dirigir sem precisar olhar para os pedais do carro, ou trocar a marcha sem olhar para ela; está relacionada também aos códigos sociais assimilados sem necessidade de explicações, aprendizados da vida intrauterina, etc. Aqui o passado não é representado, está nos pormenores, inconscientes. A segunda é uma memória de alto nível, “[...] é essencialmente uma memória de recordação ou reconhecimento: evocação deliberada ou invocação involuntária de lembranças autobiográficas ou pertencentes a uma memória en-



ciclopédica (saberes, crenças, sensações, sentimentos, etc.)”. Por fim, a terceira, metamemória, se aproxima com o que acontece com os objetos empíricos, é representação e ostentação da própria memória, desnudar da identidade. Entretanto, esses processos mudam quando estão relacionados a uma memória coletiva, pois apenas a última faz sentido para pensar em memória evocada por uma comunidade. Nas palavras de Candau (2018, p. 24), “[...] em sua acepção corrente, a expressão ‘memória coletiva’ é uma *representação*, uma forma de metamemória, quer dizer, um enunciado que membros de um grupo vão produzir a respeito de uma memória supostamente comum a todos os membros desse grupo”. Não significando propor que a metamemória individual e a coletiva são a mesma. Já a ideia de identidade relacionada a coletividade é menos restrita que uma instância administrativa de um ser, como um documento de identidade, tem a ver com semelhança, uma inclinação para algo em comum, obtida pela representação. Halbwachs (2006) acredita que a memória em uma perspectiva social, deságua em um capital de lembranças e esquecimentos transmissíveis, sem essa transferência de conhecimentos, a identidade não é formada, a cultura, socialização e educação são processos dificultados, para não intentar impossíveis. Importante entender que não existe uma passagem de capital de lembranças inalterado, ele é reinventado a cada momento pelas tradições do indivíduo, tanto o que vai propagar quanto o que recebe, além do contexto social em que estes estão inseridos, ou seja, se constrói a partir das inferências que o ser tem com as pessoas, espaços e grupos do passado, isto é, o vínculo com a sociedade.

Lopes (2014, p. 9) ao estudar as ficções televisivas, especificamente as telenovelas, sugere que a televisão orienta a formação de identidades, escreve que “as memórias fazem parte de um arquivo ao mesmo tempo pessoal e coletivo e assim são retratadas e reproduzidas pelas mídias a fim de eternizá-las”. Quando

assistimos a reprises televisivas, revivemos algumas lembranças relacionadas com nossas memórias afetivas. Segundo a autora, podemos, a partir disto, reviver um sentimento. Uma vertente diferente, como trarei mais abaixo na pesquisa de Castellano e Meimaridis (2017), é que esse é um dos grandes problemas em trabalhar com narrativas nostálgicas, o espectador acredita que vai reviver o mesmo sentimento de quando assistia ao programa anteriormente, quando mais novo, e não revive, porque o contexto mudou, há uma nova percepção pelo mesmo produto (no caso de reprise), ou produtos que trabalham com memória, no caso de *remakes, revivals, reboots*, etc. A memória de um povo, assim como as identidades formadas pelo tempo entre os mesmos indivíduos, é transmitida pelas exteriorizações realizadas pelas pessoas, e de certa maneira, os objetos empíricos desse texto trazem essas exteriorizações, só que tocadas pelo fenômeno nostálgico.

Em resumo, as nostalgias supõem maneiras como as pessoas lembram, são as mãos que modelam a memória. Têm caráter híbrido e múltiplo, sempre em construção e com várias possibilidades de configurações afetivas. Inicialmente nostalgia foi um diagnóstico médico, uma doença ligada ao deslocamento espacial e a desorientação corporal, em que a volta para casa seria o tratamento mais efetivo. Esse mal curável se tornou um sentimento advindo da incapacidade de voltar no tempo, uma condição moderna. Nesta condição moderna está a descrença nas metanarrativas, o esvaziamento das utopias, inadequabilidade em estar de acordo com o ritmo dos processos sociais e da transformação na paisagem das cidades, a incerteza sobre o futuro – tendo apenas o presente, inadequação, pertencimento a algum grupo (abordando questões identitárias) e insatisfação com o contemporâneo. Nostalgias hoje é algo que medeia, está entre, repousa na ilusão de algo melhor, seja o passado ou um futuro não realizado, e na inquietude com o presente. Possuem gatilhos, são movidas pelos

afetos e funcionam como reações criativas à ilusão. Não necessariamente são visões romantizadas, podem ser irônicas, como propôs Hutcheon e Valdés (1998), ou satíricas, como veremos na abordagem de *Samantha!*. Por que procuramos nostalgizar? Porque ansiamos pelo inalcançável, e não há mal nisso, seja este sobre passado, presente ou porvir.

Os estudos de memória observam uma crescente nas abordagens atuais que envolvem épocas de outrora, e apontam um movimento de se ancorar em fundamentos do passado para enfrentar tempos de descontinuidades e inquietações. Memória, no caso, se encontra como uma lembrança do passado reelaborada a partir do presente. Há ainda a perspectiva da formação de identidades coletivas, que ocorre a partir de grandes narrativas externas, exemplo o Golpe Militar de 1964 no Brasil, em que várias micronarrativas podem ser formadas, mas as pessoas que viveram formam uma identidade coletiva própria da ocasião, e esta identidade é passada através de produtos midiáticos e abordada ou na perspectiva da memória, de uma maneira mais documental, ou com narrativas nostálgicas – as duas podem estar juntas, uma não anula a outra necessariamente. Discutirei um pouco sobre os estudos no campo *Mídia e Nostalgias* para maior compreensão do fenômeno das nostalgias na área da Comunicação, e, logo após, irei discorrer sobre as nostalgias no Brasil, de quem para quem são produzidas, qual a pertinência da ascensão da modernidade brasileira no cenário, e como se enquadram canais específicos da televisão aberta na formação de identidades.

## 2 Mídia e nostalgias

Como mencionei, os estudos sobre nostalgias são interdisciplinares, estando presentes na Comunicação e Estudos da Mídia, Antropologia, Artes, Sociologia, Estudos Culturais, Geografia, Musicologia, História, Literatura, Ciências Políticas, Psicologia e Medicina. Desde 2015, nos campos de Mídia e Comunicação, existe uma importante rede de estudos internacional filiada a diversos pesquisadores do mundo chamada *Internacional Media and Nostalgia Network* (IMNN)<sup>30</sup>, fundada por Emmanuelle Fantin (Paris-Sorbonne University, França), Ekaterina Kalinina (Jönköping University, Suécia), Manuel Menke (LMU Munich, Alemanha) e Katharina Niemeyer (University of Quebec in Montreal, Canadá). A plataforma objetiva endossar a discussão entre mídia e nostalgias a partir de cooperação em publicações, conferências, debates e projetos que refletem sobre as nostalgias em diferentes perspectivas. A proposta do conceito de mídia do IMNN é parecida com a do livro *Mídia e Nostalgias* (SANTA CRUZ; FERRAZ, 2018), o que também proponho para este texto, em que “[...] mídia é entendida em seu sentido mais amplo: não apenas a mídia de massa “clássica” ou indústrias de mídia, mas também outras tecnologias e dispositivos que são concebidos como mídia (literatura, música, videogame, etc.) [...]”<sup>31</sup>. Segundo Santa Cruz e Ferraz (2018), no cenário nacional, os estudos sobre mídia e nostalgias ainda estão

---

30. Disponível em: <[www.medianostalgia.org](http://www.medianostalgia.org)>. Acesso em 10 jun. 2020.

31. Original em inglês. Tradução da autora: “[...] media is understood in its broader sense: not only ‘classical’ mass media or media industries, but also other technologies and devices that are conceived as media (literature, music, video games etc.) [...]”

concentrados em universidades da Região Sudeste, impulsionados por grupos de pesquisa como o Lembrar<sup>32</sup>, Modos de Ver<sup>33</sup> e Comunicação, Cidade e Memória<sup>34</sup>, existindo assim espaço para que a pesquisa se desenvolva no restante do país. Importante apontar ainda um livro publicado pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) chamado *Experiências culturais do tempo: mídia, memória, nostalgia e tradição* (MEDEIROS; FONSECA, 2020) e uma publicação feita em Pernambuco, estado da região Nordeste do Brasil, chamada *Utopias da Frivolidade* (PRYSTHON, 2014), além de artigos científicos publicados em periódicos (ex.: ROCHA, 2014; MAYKA e MELINA, 2017; MACHADO, H. L., 2020; VIEIRA e LOPES, 2020; entre outros). Tenho refletido sobre as nostalgias na pandemia do Coronavírus, são muitos movimentos abordados, mas tem uma ideia que me insiste. Se em primeiro a nostalgia estava ligada à impossibilidade de retorno ao lar, hoje está voltada para o impedimento de retorno ao espaço público. Grande parte da população se encontra em isolamento social como forma de combate ao vírus e demonstra através de redes sociais digitais a saudade pelo local público. Outro movimento que acontecia antes, mas hoje tomou maiores proporções, é o uso da *hashtag* #TBT (*Throwback Thursday*) na rede social digital Instagram. Pela impossibilidade de encontro entre amigos e familiares, fotos antigas são postadas com a *hashtag*. Existem também canais de tevê reprisando conteúdos de outros anos, como o exemplo supracitado

---

32. Laboratório de Estudos de Memória Brasileira e Representação (ESPM/CNPq), vinculado ao Mestrado Profissional em Gestão da Economia Criativa (MPGEC) da ESPM Rio e liderado pela Prof. Dra. Lucia Santa Cruz.

33. Estudos das salas de cinema, exibição e audiências cinematográficas (ESPM/CNPq), vinculado ao curso de Cinema e Audiovisual da ESPM Rio e liderado pela Prof. Dra. Talitha Ferraz.

34. Grupo de estudos sobre cidade e memória vinculado à Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF) e liderado pelas professoras Dra. Christina Musse e Dra. Theresa Medeiros.

da Rede Globo. Nesses momentos, a mídia funciona como uma prática curativa, estimulando o bem-estar (WULF et al., 2018), entretanto, não são apenas narrativas tranquilizadoras que são efetuadas, dia 31 de maio de 2020, o canal SporTV reprisou o jogo do Brasil vs Alemanha na Copa do Mundo de 2014, em que o Brasil perdeu de 7 a 1<sup>35</sup> e nem por isso a transmissão deixou de ser nostálgica para os telespectadores, que viveram um momento de comoção coletiva no ano da Copa do Mundo no país.

Nos estudos midiáticos, nostalgias mudam a conotação de um sentimento retrógrado e pós-colonial para uma prática curativa, além de uma ferramenta econômica engendrada por empresas para venda de capital. As nostalgias midiáticas estão além de visões estilísticas ou narrativas, têm uma aderência funcional no comportamento social e cultural. Em suas múltiplas formas de usabilidade, possuem um sentido além do ruim ou bom, permitem a conexão entre seres a partir da identificação coletiva, diminuem a dor da irreversibilidade temporal, auxiliam no enfrentamento de perdas e distanciamento social, e nos permitem ser criativos nas formas de lidar com o tempo. Segundo Niemeyer, por meio de textos midiáticos, as nostalgias aparecem:

[...] não apenas como uma possibilidade de lidar com a mudança (midiática), para desfrutar de programas de televisão nostálgicos, para nostalgizar *online* ou *offline* com amigos, mas também uma oportunidade de entender, analisar criticamente e defender anseios universais, nossas preocupações comuns sobre a mudança social e cultural (NIEMEYER, 2018, p. 40).

---

35. Disponível em: <<https://globoesporte.globo.com/sportv/noticia/jogos-historicos-sportv-reprisa-derrota-por-7-a-1-do-brasil-para-a-alemanha-neste-domingo.ghtml>>. Acesso em 03 jun. 2020.

Neste cenário, nostalgias são trabalhadas na forma de um verbo – nostalgizar, uma ação midiática, ou do próprio indivíduo, a fim de operar as nostalgias. Segundo Niemeyer, antes as nostalgias estavam associadas a um estado de estar nostálgico, ou uma constância em ser uma pessoa nostálgica, uma condição passiva e não ativa. Hoje, sozinhos, em grupos, ou com a mídia – em uma escala maior, agimos ativamente sob a nostalgia. A mídia se encontra como um lugar propício para ação da nostalgia, e se formos pensar em âmbito dos Estudos Culturais, Martín-Barbero (2001), em *Dos Meios às Mediações*, com publicação original em 1987, já apontava para o caráter ativo que o indivíduo tem para com as narrativas midiáticas.

A ação das nostalgias, nostalgizar, é o princípio para entender a ideia de gestos nostalgizantes: construções nostálgicas em diferentes tipos de narrativas, ficcionais ou não, repercutindo em variadas formas de experiências nostálgicas. Esta é a proposta de Leal, Borges e Lage (2018), que analisam reflexivamente *Stranger Things*, *Mad Men* e *Vozes de Chernobyl* (Svetlana Alexievich, 1997). Os autores observam que na primeira ficção, há na trama um disfarce de itens que nos causem aversão ao passado, eles são cuidadosamente construídos de maneira positiva. Na segunda, há uma visão crítica sobre o passado e uma espécie de denúncia às atividades moralmente errôneas que ainda acontecem na atualidade. Por fim, no terceiro, a nostalgização é relativa ao desastre nuclear de Chernobil em 1986, existem relatos sobre o sofrimento, a busca pela comida, a tristeza por perder os parentes queridos, e, a recordação de como era o cotidiano antes da catástrofe: as danças e canções presentes nos vilarejos, atividades entre as famílias, como cozinhar as vagens, preparar a coalhada, etc; nostalgias aqui aparece como lembrança para conseguir suportar a dor do evento trágico. Há uma evidente crise de temporalidades em *Vozes de Chernobyl*, pois os entrevistados não

sabem se são testemunhas do passado ou do futuro. A dor e descontinuação provocada por grandes tragédias externas os colocam em posição de dúvida, confusão e perplexidade. De acordo com Leal, Borges e Lage (2018, p. 61), “nesse conflito temporal, a nostalgia parece despontar mais como um modo de se relacionar (como fuga, como escape e também como crítica) com o estado atual do que como uma tentativa de compreendê-lo”.

Uma perspectiva interessante é olhar para a outra ponta da produção, a recepção, já que os espectadores conseguem aderir múltiplas formas de nostalgia diante de um mesmo produto audiovisual. Um exemplo são as diferentes trocas simbólicas que os espectadores fazem ao assistir uma série como *Stranger Things*: quem viveu a infância na década de 1980 nos Estados Unidos terá um tipo de experiência, que não necessariamente é um universo similar ao da série, afinal, é uma ficção, mas com bastantes referências a tal; já quem viveu a infância em 1980 no Brasil, terá outro tipo de experiência; um pré-adolescente assistindo atualmente já vai ter outra espécie de experiência, talvez com menos referências. O talvez, aqui colocado, é porque as referências presentes em *Stranger Things* são mais do que ter vivido fisicamente a infância na década de 1980 nos EUA, são sobre ter consumido produtos audiovisuais da época, como: *E.T. O Extraterrestre* (Steven Spielberg, 1982), *Poltergeist* (Tobe Hooper, 1982), *Firestarter* (Mark L. Lester, 1984), *Conta comigo* (Rob Reiner, 1986), entre outros<sup>36</sup>. Os autores instigam o leitor a refletir “[...] menos em termos de ‘produções nostálgicas’ e mais numa nostalgia na relação com o consumidor, [isto], parece, portanto, mais interessante e coerente no que concerne ao en-

---

36. Estas referências estão presentes na própria bíblia da série (documentos de apresentação do projeto de uma ficção seriada para *players* do mercado interessados em sua produção. Disponível em: <[http://www.zen134237.zen.co.uk/Stranger\\_Things/Stranger\\_Things\\_-\\_Bible.pdf](http://www.zen134237.zen.co.uk/Stranger_Things/Stranger_Things_-_Bible.pdf)>. Acesso em: 12 jun. 2020.



contro entre produto cultural e leitor/espectador/consumidor” (LEAL; BOGES; LAGE, 2018, p. 55).

Há ainda outra discussão que os próprios Leal, Borges e Lage (2018) abordam, que é a diferenciação entre uma memória imaginada e uma memória vivida. Appadurai (1996) propõe que uma nostalgia imaginada é aquela em que o que está sendo consumido não foi vivenciado presencialmente, uma nostalgia sem memória. O mais simples exemplo são as propagandas impulsionando nostalgias com fatos ainda não concebidos, como a recente propaganda veiculada pela Rede Globo que propunha aos telespectadores o quanto iriam sentir falta do *Big Brother Brasil 2020* após o término da edição. Este seria o caso, voltando para o exemplo anterior, de pré-adolescentes que assistem *Stranger Things* atualmente, pois não tiveram sua infância no subúrbio dos EUA na década de 1980. Leal, Borges e Lage, baseados nas concepções de Huyssen (2014) sobre memórias vividas empiricamente, apontam que não existe uma nostalgia que seja mais relevante, imaginada ou vivida, visto que não podemos fazer uma separação simples do que é real ou imaginado, e principalmente, desconsiderar as trocas simbólicas com produtos audiovisuais, essas trocas formam uma memória e, inclusive, auxiliam na construção de identidade do ser. Nas palavras dos autores:

Pode ser tentador classificar a nostalgia imaginada como menos autêntica do que a “verdadeira” nostalgia. Isso seria, porém, uma simplificação. Em primeiro lugar, porque significaria cair numa separação pura e simples entre o que seria “real” e o que seria “virtual”, dicotomia recusada pelo próprio Huyssen (2014). E, em segundo lugar, dizer que a nostalgia alimentada por meio de produções do cinema e da TV é menos relevante é ignorar a nossa vivência cultural e a importância que as trocas simbólicas – que se materializam de modo peculiar nos filmes, livros, séries,

músicas e revistas em quadrinhos que aprendemos a consumir e a amar – exercem sobre a nossa experiência de vida e sobre a nossa relação com o tempo (LEAL; BORGES; LAGE, 2018, p. 57).

Segundo os autores, é interessante pensar em nostalgias sem um tipo específico de memória. Sendo assim, a nostalgiação, a partir do desconforto propiciado por algo, busca ressignificar as relações com outros tempos. São três abordagens diferentes, que participam de um mesmo composto cruzando questões humanas de variadas naturezas, nostalgias, a partir de gestos, ações midiáticas. Em suma, entendo por gestos nostálgicos as estratégias audiovisuais (estilísticas, cinematográficas, publicitárias etc.) usadas para construir referências do passado em produtos de mídia, que podem ser rastreados pelos consumidores e com eles estabelecer vínculos.

Ao perceber as nostalgias como verbo, a pesquisadora brasileira Talitha Ferraz (2017), que possui significantes pesquisas no campo das *Nostalgias e Mídia*, propõe sobre a percepção de nostalgia ativa, uma rentável expressão da memória que mobiliza pessoas, operando sob os afetos relacionados ao que passou e tentando construir um futuro diferente do que é imposto por indústrias de grande porte. Ferraz analisa as manifestações feitas pelos entusiastas do Movimento Cine Vaz Lobo no Rio de Janeiro, que busca a preservação do Cinema Vaz Lobo no Rio, um monumento arquitetônico, identitário e afetivo da cidade. A audiência do cinema, ao manter o afeto, e entender o potencial criativo que aquele espaço tem para a cidade, se engaja em campanhas pela salvaguarda de cinemas de rua, que atualmente encontram-se ameaçados a desaparecer. Em João Pessoa, cidade onde resido, os cinemas de rua não existem mais, tem-se projetos de restauração que nunca foram colocados em prática. Ferraz observa a

concepção de “memória da ida ao cinema” de Kuhn (2002; 2011) e percebe que no caso do Vaz Lobo, há um cerne nostálgico prospectivo nos relatos dos integrantes do Movimento. As pessoas que fazem parte dos movimentos de salvaguarda do Vaz Lobo não se limitam a uma nostalgia melancólica e passiva em relação ao Cinema, mas lutam para que a era dourada daquele espaço seja retomada. Este tipo de nostalgia, o que Niemeyer (2014) articulou em *Media and Nostalgia*, é algo que realizamos, tanto espectadores quanto produtores de conteúdos audiovisuais, e no caso do Cinema Vaz Lobo uma ação de resistência populacional. Segundo Ferraz (2017),

No caso do Movimento Cine Vaz Lobo, a “nostalgia ativa”, ou seja, um modo específico de expressão emotiva da memória, que vigora pelo seu caráter ativo, prospectivo e revisionista, além de fazer reverberar universos afetivos ligados a práticas e experiências dessas pessoas com o cinema, acaba funcionando também como uma linha de fuga, uma resistência a imperativos da organização e gestão dos espaços que não cooperam para a existência de fatores de diversidade na produção da vida social (FERRAZ, 2017, p. 129-130).

Diante da perspectiva de nostalgia como ação, não passiva, verbo, encontra-se nos estudos midiáticos uma nostalgia induzida pela mídia com objetivo de provocar sensações que geram bem-estar (WULF et al., 2018). Existem duas perspectivas na questão de gestos nostálgicos macros quando se menciona a nostalgia midiática no âmbito da produção: as narrativas com teor estético nostálgico, utilizando elementos estilísticos para remeter o passado, como o preto e branco, opacidade, músicas, gírias nas falas dos personagens, etc., e a nostalgia presente nos *remakes*, *reboots* e *revivals*, que tentam rememorar o passado

se reutilizando de programas já existentes, a operacionalização de um sentimento que foi criado no espectador quando consumiu os produtos cânones, a mídia sendo nostálgica em relação ao seu próprio passado. Quando evidencio sobre um gesto nostálgico dentro dessa primeira categoria que menciona os elementos estilísticos, ele pode ser satírico, romantizado, educativo, entre outros, são pequenas camadas de subtexto ao sentido que o programa nostálgico tem a oferecer. Isto é próximo a percepção de estetização das nostalgias, que Grainge (2000) aborda a partir de um estilo cultural – conectado às formas culturais em que as nostalgias são expressas em textos midiáticos.

A abordagem de Grainge (2000) direciona o conhecimento sobre tecnostalgias. O autor aponta que os modos de nostalgias comercializáveis se desenvolvem para além de uma questão de crise historicista e sentimento de perda, é um estilo cultural midiático capaz de transmitir e invocar o passado de novas maneiras. A percepção de estética nostálgica em Jameson (1991) é interessante para abrir os horizontes a pensar as representações do passado através dos estereótipos e repertórios culturais das pessoas, que acontece pela consolidação imagética, só que para Jameson o fenômeno está ligado apenas a uma espécie de colapso temporal, amnésia de um capitalismo tardio, mal-estar social. Já a ideia de Grainge, baseada na de Davis (1979), é que nostalgia é tanto uma modalidade estética de repercussão social a eventos históricos, figuração estética de uma emoção coletiva, quanto uma resposta ao desejo por continuidade. O *retrô* aqui não é apenas um conflito mnemônico, mas uma consciência semiótica sobre o que é representado do passado. Isto não significa alvitar que os modos de nostalgias não se desenvolvem em épocas de crise, mas está além de uma questão de crise, o sentido é mais abrangente, é um estilo cultural operado por diversas narrativas. Segundo Grainge,

Como estilo cultural, a nostalgia se desenvolveu de acordo com uma série de fatores culturais, demográficos, tecnológicos e comerciais que tornaram o ato de recordar um modo conveniente e comercializável. A estetização da nostalgia emergiu em um momento cultural capaz de acessar, circular e reconfigurar os traços textuais do passado de maneiras novas e dinâmicas, que absorveram a nostalgia em determinados regimes representacionais e de gosto e que geralmente separam a nostalgia de qualquer significado específico localizado no passado (GRAINGE, 2000, p. 33)<sup>37</sup>.

As nostalgias têm se tornado um estilo consumível para parte segmentada de um público, que reflete gostos e textualidades, e não apenas uma visão de crise historicista, é um novo tipo de envolvimento com o passado que retrata as aspirações do presente. Esta estetização de modos de nostalgias é consequência de processos culturais, demográficos, comerciais, mas, sobretudo, de transformações tecnológicas, que têm sido chamadas de tecnostalgias, pois sem elas, essas representações não seriam possíveis.

Tecnostalgias são apreendidas como nostalgias oferecidas a partir de dispositivos midiáticos. Niemeyer (2018) as divide em duas categorias, que não são opostas, se correlacionam: analógica e digital; essas ideias tem ganhado atenção de pesquisadores por causa das numerosas variações em dispositivos midiáticos. A primeira possui uma percepção palpável, mais materialista, como ter um sentimento nostálgico ao se deparar com uma tevê de tubo ou um brinquedo antigo na garagem da casa dos pais,

---

37. Original em inglês. Tradução da autora: As a cultural style, nostalgia has developed in accordance with a series of cultural, demographic, technological, and commercial factors that have made “pastness” an expedient and marketable mode. The aestheticization of nostalgia has emerged in a cultural moment able to access, circulate, and reconfigure the textual traces of the past in new and dynamic ways, that has taken up nostalgia in particular representational and taste regimes, and that has generally disjoined nostalgia from any specific meaning located in the past.

objetos que participavam de um cotidiano vivido no passado, cotidiano que narra outra maneira de guiar a vida, mudado com a naturalidade do passar do tempo. Para o produto se referir a este tipo de nostalgia não precisa ser necessariamente antigo, podendo imitar o passado, como a nova câmera Polaroid ou as vitrolas lançadas com um ar *vintage* produzidas na atualidade, o passado é apresentado a partir do presente. Outra forma de tecnostalgia analógica diz respeito a representação destes produtos, como exemplo, *Samantha!* possui a representação de uma boneca de uma atriz mirim, comum no Brasil na década de 1980. Segundo Niemeyer (2018, p. 39), “esse tipo de nostalgia pode ser encontrado em qualquer lugar, na música, nos videogames, na gastronomia etc., e mais uma vez ressalta a importância da tecnologia ou da ferramenta na produção nostálgica: uma busca pela autenticidade ou pelo menos sua simulação”. Já a tecnostalgia digital se refere aos objetos digitais, que também possuem uma grande influência simbólica na formação da identidade do indivíduo, “[...] são ‘ícones digitais’ que nos transportam para um espaço social e um tempo no passado, compartilhados com amigos ou familiares” (NIEMEYER, 2018, p. 39), um exemplo são as referências feitas aos filmes em *Stranger Things*. Um meio de comunicação que consegue contemplar esses dois tipos de tecnostalgias e outros modos de nostalgias é a televisão, que tem em sua estrutura primária a lógica da repetição.

## 2.1 Nostalgias e televisão

A televisão é um meio propício para nostalgizar e tem utilizado dessa ação para alcançar seu público, tanto através de elementos estéticos nas obras, tentando recuperar o passado pelos cenários, cores, figurinos, efeitos especiais, etc., quanto pelas narrativas, além de estratégias de retomada de audiência como os *revivals*,

*reboots* e *remakes* e nostalgias ligadas às práticas cotidianas de serialização costumeiras nas vidas dos telespectadores. A tevê, desde suas primícias, funciona por meio de uma lógica de ciclicidade e repetição, e por isso, demorou até ser entendida como uma produtora de obras artísticas, sendo vista como disseminadora de serialidade degenerada, principalmente em uma época de preconceito com textos que não se apresentassem como uma ideia “original”. Porém, como afirma Eco (1989), a televisão é habilidosa em inovar dentro de sua lógica de repetição. Ela consegue veicular um produto que a princípio o telespectador não percebe durante a exibição que possui elementos de repetição, mas não deixa de ser bom por isso, inclusive, quem assiste se sente consolado por conhecer tal estrutura. Segundo Gomes,

[...] a capacidade de uma série televisiva ser reconhecida por sua qualidade não recai na encenação ou em uma linguagem carregada de valores representativamente cinematográficos, mas sim na sofisticação do texto que reproduz características basilares das obras seriadas, como a repetitividade, mas sem cair em clichês (GOMES, 2018, p. 17).

A partir do dialogismo intertextual entre obras e o reconhecimento que o leitor tem disto, a recepção se dá de maneiras díspares. Há um contrato de leitura entre produtores e consumidores que não pode ser rompido, ou seja, se as obras que estão sendo referenciadas não aparecerem de maneira lógica ao que já foi, o leitor não concederá crédito àquele produto. Como tenho tentado expor desde o início, essa preferência pela repetição, mesmo que com eventuais inovações, reverbera algo sobre nossa sociedade e cultura, nas palavras de Eco (1989, p. 128), “[...] repetição e serialidade nos meios de comunicação de massa propõem novos problemas de sociologia da cultura”.

A história da televisão nos mostra sobre a lógica de repetição sob qual o meio de comunicação se estruturou. Nas primeiras décadas, a grade de programação não conseguia ser preenchida com programas ao vivo, foi com a invenção do *videotape* na década de 1950 que programas ao vivo puderam ser gravados para serem reprisados depois, além da possibilidade de gravar programas anteriormente e já deixar pronto para exibição. Como a utilização do *videotape* era custosa, a grade não foi ocupada com programas inéditos, sendo assim, muitos conteúdos eram reprisados, e ainda hoje em tevê aberta no Brasil temos a repetição com quadros como *Vale a Pena Ver de Novo* (Rede Globo, 1980-Presente) ou a própria *Sessão da Tarde* (Rede Globo, 1974-Presente), que apesar de não reprisar um programa televisivo, reprisa um longa-metragem todo dia, participando de uma estrutura seriada. Desta maneira, a televisão é um meio propício para nostalgias, visto que se alimenta de sua própria história, suas próprias narrativas. O passado está constantemente acessível. Kompare (2005) chama de regime de repetição a onipresença de programas de outrora na programação televisual contemporânea, é uma recirculação do passado que repercute na cultura e identidade de uma nação. Este fenômeno contribui para a afirmação de Holdsworth (2011) em expor que a televisão por si só é um meio de comunicação altamente nostálgico, pois busca formas de expor diferentes narrativas sobre os mesmos eventos.

*Television, Memory and Nostalgia*, de Amy Holdsworth (2011), é uma importante obra nos estudos que se referem às formas de como a lembrança é trabalhada na tevê e está inserida no aspecto subjetivo e cultural de uma sociedade. A autora propõe que atualmente a televisão demonstra saudade de seu próprio passado, e isso ocorre tanto pelo contexto atual da sociedade em buscar sua identidade no passado quanto do próprio meio ter medo do esquecimento por causa das mudanças de espetato-



rialidade e dispersão para outras formas de entretenimento, em suma, como o meio tem sido alterado tecnologicamente sente falta de si mesmo. Esse medo do esquecimento traz como sintoma de sua aflição o retorno nas narrativas, seja reprisando programas ou fazendo referências em *shows* contemporâneos, é a tevê com saudade de si. Holdsworth tem duas perspectivas macros para explorar a lembrança na televisão: a partir de sua materialidade e na percepção da textualidade, que envolve as narrativas e como elas trabalham com o passado. Em relação a materialidade, a autora recorre à história da televisão em ser um aparelho doméstico, o “espelho preto” que está presente nas salas de casa e participa da construção identitária de um núcleo familiar. Apresenta o estudo de Ondina Fachel Leal sobre o espaço da tevê dentro dos lares brasileiros, em que no arranjo doméstico se assemelha esteticamente a um altar. A televisão está em alta posição na parede da sala com retratos de famílias *souvenirs* de viagens localizados embaixo e é soberana no ambiente, muitas vezes sufocando a conversa das pessoas presentes pelo som que sai do aparelho. A explanação da tevê a partir de sua estética de intimidade familiar propõe entender o poder que o meio de comunicação carrega para compreensão da lembrança subjetiva e cultural, principalmente no Brasil, em que o meio de comunicação tem tanta influência na formação cultural. Entender essa percepção material é interessante para percebemos como as práticas cotidianas de serialidade foram importantes para uma geração, em que até o horário das atividades poderia ser padronizado seguindo uma grade de programação televisiva. No texto *Mofotv: um arquivo online de Nostalgia*, Sacramento (2018) pontua a fala de José Marques Neto, criador do canal *Mofotv*<sup>38</sup> no Youtube:

---

38. Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/gdesetembro>>. Acesso em 01 jul. 2020.

“Gosto tanto que memorizei acontecimentos da minha vida de acordo com o que era exibido na televisão”. Apesar de ainda existirem, estas práticas foram alteradas no contemporâneo com a ascensão dos serviços de vídeo sob demanda, e as narrativas ficcionais podem explorar o sentimento de ter um horário para ver tevê. Em questão de textualidade, são diversos os modos utilizados pelos conteúdos para tratar do passado, seja através do estilo, ou de uma trama que passe no contemporâneo e faça retornos constantes, ou até uma narrativa que se passa em outro tempo diegético. A televisão tem a capacidade de passear entre passado, presente e futuro em um movimento de fluxo e refluxo do que é incorporado como cultura de seu público. Inclusive, é importante destacar que os outros tempos abordados nas narrativas ficcionais são produzidos a partir de uma perspectiva do presente, é como a premissa do que é memória que abordei anteriormente, ela é narrada através de uma reminiscência, específicos quadros da memória que são conservados em uma maioria de quadros esquecidos, sempre percebidos a partir de quem somos hoje, no presente. Nesta direção, Holdsworth aponta que a tevê utiliza de um conveniente retorno seguro para alcançar os espectadores, uma economia de bom senso em modos de narrar que recorrem à segurança comercial da reprodução sucessos do passado e abordagens já familiares aos espectadores. Uma observação que a autora faz é que talvez não queiramos recuperar esses tempos que são narrados nostalgicamente, apenas recordar, quem sabe seja vontade lembrar e não vivenciar novamente. De qualquer forma, é sempre utópico, pois há uma impossibilidade de retorno completo, a irreversibilidade do tempo é um prognóstico da vida.

Castellano e Meimaridis (2017) questionam o porquê de estarem emergindo tantos produtos com gestos nostálgicos em suas narrativas ou retomadas de programas (*reboots*, *revivals* e *remakes*), se a quantidade de projetos novos de ficções, sejam

seriadas ou fílmicas, também têm crescido. Se existem tantas rodadas de negócios, eventos para roteiristas e produtores tendo oportunidade de apresentar seus projetos audiovisuais aos grandes *players* do mercado, tantas ideias novas, por que a televisão recorre a produções em repetitividade? As autoras acreditam que é mais fácil, para angariar audiência, investir em algo que já se conhece e sabe que a experiência vai ser positiva, do que na novidade. Produtores percebem e instrumentalizam esse movimento espectral, que serve, principalmente, para manutenção de público, apesar de também operar com a aquisição de novos espectadores. Castellano e Meimaridis denominam de “retomada de audiência” o resgate de um público que estava adormecido e não precisa de muito para ser cativado, pois já tem em si o afeto com determinada ficção; “[...] nos referirmos a um processo específico, em que a audiência, embora exista, não está sendo estimulada, devido à ausência de novos elementos relativos àquele produto”. A Netflix tem utilizado da estratégia de retorno de obras canceladas com novas temporadas assinadas por seus produtores. Aconteceu com *Arrested Development* (Fox, 2003-2006/Netflix, 2013-2019), *The Killing* (AMC, 2011-2013/Netflix, 2014) e com *Gilmore Girls: a year in the life* (Netflix, 2016), que é o caso analisado pelas pesquisadoras. O processo de retomada começou quando a Netflix passou a distribuir as primeiras temporadas de *Gilmore Girls* (The WB, 2000-2006/CW, 2006-2007) no catálogo americano e a audiência, em um movimento nostálgico, passou a comentar no Twitter sobre a época em que assistiam a ficção e o fato de poderem assistir agora no conforto da escolha do horário e local, demandas proporcionadas pelo *streaming*. Havia uma identificação do público em ter assistido a série na adolescência e com o passar dos anos terem se tornado mães e poder assistir sob outra ótica. A Netflix, ao perceber o movimento, além de se utilizar do algoritmo da plataforma, percebeu uma oportunidade

de *revival*, pois a série foi cancelada repentinamente e o fim que a *showrunner* Amy Sherman-Palladino planejava não aconteceu. No *revival* alguns elementos foram mantidos para a identificação acontecer e o público buscar a rememoração do sentimento primeiro que tinham ao assistir à ficção original, como: os mesmos atores, ambientes, manutenção dos objetos, hábitos e personalidade dos personagens. A obra finalizou a frustração de fãs que ficaram sem final em 2007, entretanto, alguns desses fãs não conseguiram sentir o mesmo sentimento que tinham ao assistir a obra original, e essa é uma das grandes questões em trabalhar com produtos, de alguma maneira, nostálgicos, o objeto da nostalgia é sempre ilusório, além da inquietação da irreversibilidade temporal que já comentei. Nas palavras das autoras,

Revisitar universos narrativos conhecidos pode, dessa forma, oferecer o prazer reconfortante do reencontro e, ao mesmo tempo, o incômodo sobre a percepção de que o tempo passou, que aquelas pessoas na tela não são mais as mesmas, que nós não somos mais os mesmos e que o tempo age de forma inexorável também em nossas relações com os objetos culturais (CASTELLANO E MEIMARIDIS, 2017, p. 82).

Sendo assim, seja por uma abordagem de retorno porque os espectadores já estão acostumados por certa espécie de narrativa, ou reprises pelo próprio funcionamento estrutural da televisão, ou ainda formas nostálgicas de trabalhar o passado, a relação entre tevê e nostalgias é categórica.

## 2.2 Nostalgias de quem para quem?

### Uma discussão sobre tevê e as identidades no Brasil

Uma abordagem importante ao estudar este cerne mnemônico que são as nostalgias na produção audiovisual contemporânea é entender quem está produzindo e para qual público. Estou lidando com produções especificamente brasileiras, que rememoram programas infantis brasileiros, existe um contexto cultural específico que precisa ser avaliado. Nostalgias de quem para quem? Quais são as identidades culturais representadas nesses produtos? Quem consegue identificá-las? Acredito que assim como em *Stranger Things*, as narrativas dos produtos audiovisuais aqui analisados têm uma perspectiva de grande abrangência, ou: a trama pode ser entendida por qualquer audiência, mas existe uma experiência espectral diferente para quem viveu na década de 1980 ou pelo menos teve contato com as tradições da década, nem que sejam as tradições representadas por outros produtos, são construções de identidades a partir do audiovisual, a modalidade estética das nostalgias abordadas por Grainge (2000), em que o simbólico tem poder de construir reconhecimentos de vivências. Segundo Huyssen (2014), “[...] tanto o discurso do modernismo quanto a política da memória se globalizaram, mas sem criar um modernismo global único ou uma cultura global da memória e dos direitos humanos”, sendo assim, vale a ressalva de compreensão do modernismo nacional, para que o texto não se incline a um estudo da memória global por meio de uma narrativa mais difundida, que é importante, e a fiz no início, mas não é a única, nem a que leva ao entendimento dos objetos.

Antes de tudo, é necessário entender um pouco do desenvolvimento de canais abertos da televisão brasileira, sua ligação com o Estado, a publicidade e a modernização no país. Diferente da tevê

estadunidense, a brasileira não se fortaleceu atrelada à indústria cinematográfica, e sim à influência do rádio, o meio de comunicação mais difundido em 1950, ano em que a televisão foi inaugurada no Brasil. Utilizou-se dos mesmos profissionais, mesmo sistema de difusão e programas estruturalmente semelhantes. O modelo de radiodifusão brasileiro esteve, até a promulgação da Lei de 1988, Nova Constituição Brasileira, sob controle do Estado, e mesmo após a sua publicação, a concessão de canais na tevê dependia de favoritismo político. Além disto, há uma dependência de anunciantes para manter os programas no ar, de maneira tão forte que o conteúdo de muitos programas era ditado por essas empresas. Desta maneira, nossa televisão desenvolveu-se dependente do Estado e da publicidade, “[...] além de divertir e instruir, a televisão favorece aos objetivos capitalistas de produção, tanto quando oportuniza novas alternativas ao capital como quando funciona como veículo de valorização dos bens de consumo produzidos, através das publicidades transmitidas” (MATTOS, 1990, p. 8). Nos primeiros anos, os anunciantes eram estrangeiros, por já conhecerem a força que a televisão aberta poderia alcançar e ainda não havia alcançado porque entre 1950 e 1964 apenas a classe mais abastada podia ter um aparelho em casa. A partir de 1964, os programas que antes tinham um tom de improvisação ganharam uma conotação profissional, até pelo desenvolvimento e conhecimento sobre o próprio meio. É a partir da mesma década que os televisores começaram a se tornar um produto popular no país, e isto tem a ver com a regência do Brasil após o Golpe Militar em 1964. Segundo Ortiz (2012), o Golpe possui uma dimensão essencialmente política e outra econômica, é um momento de alterações na economia brasileira voltadas para internacionalização do capital e modernização das cidades. Deste modo, há um barateamento no preço de aparelhos televisivos, mas o investimento em cultura tem um fim, é uma forma de controle midiático sobre o que

é proferido, o mercado de bens simbólicos atribuído aos produtos audiovisuais é de grande valia para o Estado pois é uma maneira de consolidar maior base de apoiadores, “[...] a noção de mercado simbólico emerge no momento em que a esfera cultural adquire uma autonomia em relação ao mundo material” (ORTIZ, 2012, p. 82), o volume e dimensão do mercado cultural após 1964 cresce exponencialmente.

O estabelecimento da tevê aberta no Brasil acontece porque o Estado provê a infraestrutura tecnológica do sistema de telecomunicações, podendo, assim, deter o controle dos serviços sob a ideologia da segurança nacional, sendo o único a conceder canais para as emissoras (na maioria, empresas privadas), concentrando poderio. Atrelado a este momento de investimento em bens simbólicos, o Estado também se dedicou à modernização das cidades, construção de aeroportos e rodovias e alterações dos serviços de telégrafos e meios de comunicação; existe uma migração do campo para os centros urbanos. Neste cenário, alguns canais de televisão aberta, como Rede Bandeirantes, Rede Record, Rede Manchete, Rede Globo e SBT, desenvolvem um papel de símbolo moderno, principalmente por promover a venda de bens de consumo. Ortiz escreve que:

O ano de 1964 inaugura um período de enorme repressão política e ideológica, mas significa também a emergência de um mercado que incorpora em seu seio tanto as empresas privadas como as instituições governamentais. Durante o período 1964-1980 ocorre uma formidável expansão, no nível da produção, da distribuição e do consumo de bens culturais. É nesta fase que se dá a consolidação dos grandes conglomerados que controlam os meios de comunicação de massa (TV Globo, Ed. Abril, etc.); [...] (ORTIZ, 2012, p. 83).

Ainda segundo o autor, o movimento cultural pós-1964 é designado por uma grande produção e veiculação de bens culturais, mas também de grande repressão ideológica e política.

A televisão aberta cresce no país como um ícone do desenvolvimento, e a partir 1975, com o Plano Nacional de Cultura instaurado, há investimento para produções audiovisuais nacionais e suas respectivas exportações, culminando em uma padronização do conteúdo transmitido em todo o território nacional. Em 1980, 55% dos lares brasileiros já possuíam um aparelho televisivo, número significativo. Sérgio Mattos, ao analisar em 1990 a história de 40 anos da televisão brasileira, divide o período em quatro fases: elitista (1950-1964), populista (1964-1975), desenvolvimento tecnológico (1975-1985) e transição e expansão internacional (1985-1990). O recorte aqui proposto olha para a referencialidade da televisão na década de 1980, no caso, a terceira e quarta fases propostas pelo autor. Segundo ele, na terceira fase, tem-se a televisão detendo 60% dos investimentos publicitários nacionais, com grande capacidade de atingir a maior parte da população, programas nacionais de sucesso sendo exportados – como as telenovelas, fragilizando o cinema e o teatro e difundindo a identificação dos famosos no país, fazendo a população reconhecer “quem é quem” no universo televisivo. Há também um fim na operação dos meios de comunicação de massa pelo Ato Institucional n.º 5 (AI-5), mesmo que isso não signifique que a televisão consiga autonomia em relação ao Estado, existe certa liberdade entregue para os noticiários e seus jornalistas. Na quarta fase, acontece o fim da ditadura militar com a eleição indireta do primeiro presidente civil desde 1964, Tancredo Neves. Aqui, a manifestação livre de pensamentos, em premissa, não sofrerá mais restrições e as grandes redes de televisão aberta passam a competir exaustivamente por audiência. É interessante perceber que desde a terceira fase persevera a telenovela, um produto



nacional, sendo assistida em massa, auxiliando na formação de identidades culturais no país, e outros programas apontando sobre identificações de atores, atrizes e produtores televisivos. Nos objetos empíricos acontece uma espécie de idolatria a atores nessa época, condizendo sobre como a televisão e as pessoas que faziam a programação acontecer tomaram um porte de relevância na vida de brasileiros.

Em suma, na década de 1980 tinha-se a ascensão do capitalismo brasileiro, aumento dos contrastes sociais e econômicos, modernização tardia das cidades (se comparada com a modernização das cidades europeias, por exemplo), a fixação da televisão como meio de comunicação de massa, a identificação, por parte da população, dos artistas da tevê como grandes famosos, a criação de programas nacionais de sucesso – a exemplo das telenovelas, junto a exportação dos mesmos, e a televisão aberta brasileira como motor de formação das identidades culturais. Também era verificável a dependência que os programas televisivos tinham dos anunciantes e, apesar da promulgação da Nova Constituição em 1988, e a livre manifestação de pensamentos não sofrer mais restrições, a televisão aberta ainda possuía certa dependência financeira do Estado, então, nem todo pensamento era tão livre assim. Importante destacar que o conceito de “identidade nacional” já é demasiadamente discutido, interesse-me pela perspectiva de Ortiz (2012) em propor que a identidade é uma construção simbólica, eliminando ideais do que é nacional ou internacional, verdadeiro ou falso, etc. Segundo o autor, “[...] não existe uma identidade autêntica, mas uma pluralidade de identidades, construídas por diferentes grupos sociais em diferentes momentos históricos” (ORTIZ, 2012, p. 8).

Sobre a relevância da televisão aberta na história do povo brasileiro, Lopes (2014) afirma:

A presença central da televisão em um país situado na periferia do mundo ocidental poderia ser descrita como mais uma singularidade de uma nação que, ao longo de sua história, foi representada, reiteradamente, como uma sociedade de contrastes acentuados, entre riqueza e pobreza, modernidade e arcaísmo, sul e norte, litoral e interior, campo e cidade. Se é verdade que a televisão está implicada na reprodução de representações que perpetuam diversos matizes de desigualdade e discriminação, também é verdade que ela possui uma penetração intensa na sociedade brasileira, devido a sua peculiar capacidade de alimentar um repertório compartilhado de sentidos por meio do qual pessoas de classes sociais, gerações, sexos, etnias e regiões diferentes se posicionam e se reconhecem umas às outras (LOPES, 2014, p. 2).

Seis anos após a publicação do texto de Lopes, a televisão ainda tem uma grande relevância na formação de repertório compartilhado de sentidos na sociedade brasileira, mas tem vivido períodos de reestruturação após a ascensão da televisão digital e ubiquidade de *smartphones*, *tablets*, computadores e outros dispositivos conectados à internet. A Rede Globo, por exemplo, tem investido em produções com narrativas transmidiáticas, apoio nas redes sociais, criação do próprio canal de *streaming*, o GloboPlay etc., para manter a audiência. Outros produtores e canais também têm repensado seus produtos para conquistar o público, principalmente quando plataformas como o Youtube e Facebook se apropriam de lógicas televisivas de serialização, mas não possuem um gerenciamento editorial, os produtos não são adquiridos e comissionados, e as plataformas são focadas em outras atividades além da espetacularização de conteúdo. Mesmo assim, nichos dentro destes sites, como o *Facebook Watch* e *YouTube Premium*, tem produzido um conteúdo similar ao que conhecemos como televisão.

Neste cenário de reconfiguração do que é televisão, divisão de audiência com plataformas de *streaming* e outras mídias digitais, as narrativas que remetem às outras épocas da televisão são formas de manter acesa a memória de uma época que não voltará e instrumentalizar o sentimento como forma de capital. Fernandes (2013) sugere que quando se estuda a memória televisiva, é possível inferir que esta colabora como eixo imprescindível para o entendimento de uma memória coletiva e na construção de identidades coletivas. Ao analisar ficções televisivas, Lopes (2014) destaca que as telenovelas têm capacidade de conectar dimensões de passado, presente e futuro inseridos dentro de um repertório nacional, além de criar uma memória midiática e recriar uma memória coletiva. No caso das ficções que serão analisadas neste texto, acredito que exista potencial para criar (para quem não viveu na época) e recriar (para quem viveu ou consumiu produtos audiovisuais da época) espécies de memórias midiáticas importantes na formação da história da televisão aberta brasileira, na formação de nossas identidades. Segundo Lopes (2014, p. 15-16), “usamos as mídias como veículos de memória talvez mais agora do que nunca. Por isso, mais que uma modalidade de memória coletiva, a memória midiática vem ocupando uma posição central na memória coletiva do país”. Em síntese, as narrativas com gestos nostálgicos criam e recriam memórias midiáticas, além de modelar as memórias e identidades coletivas da nação.

Entretanto, persisto, que memórias são essas que estão sendo evocadas? E por que o retorno? Em um vídeo sobre a história do Brasil disponível no supracitado canal do YouTube *Nostalgia*, Felipe Castanhari diz: “Sempre se falou que o Brasil é um país de futuro, só que hoje parece que a sensação que nós temos é que esse futuro nunca chega, porque parece que o Brasil é um

país preso dentro de seu próprio passado”<sup>39</sup>, esta é uma referência empírica que leva a discutir o fenômeno nostálgico no país. A história de colonização brasileira por parte dos europeus propõe que esta trajetória sempre foi de submissão e dependência, os que se opuseram sofreram consequências danosas. Pergunto-me se os primeiros africanos que chegaram ao Brasil como escravos sentiam nostalgia, se tinham em mente que a África era um lugar melhor, de conforto e segurança. Quilombo dos Palmares, Conjuração Baiana, Guerra do Paraguai, Coronelismo, Regime Militar, não são caminhos simples de perpassar. Atualmente, percebo um movimento político de extrema direita que atenta com bons olhos o retorno de um regime ditatorial, e outro grupo, opositor, que ambiciona a época de ouro do Governo Lula... Como o objeto da nostalgia é a ilusão, essas épocas, para tais indivíduos, são pretensamente mais satisfatórias de se viver, por mais difícil que seja acreditar na existência de satisfação em estar inserido em um regime como a Ditadura Civil Militar no Brasil. É possível que o fato de não conseguirmos olhar para frente seja porque não sabemos lidar com o passado. Se não discutimos a fim de alcançar mudanças, buscamos um retorno para épocas presumidamente melhores? Entretanto, se nos produtos empíricos que serão analisados há um gesto nostalgizante de sátira, que envolve um posicionamento crítico para os espectadores atentos, existe brecha para perceber o passado analiticamente? Mesmo que haja um gesto romântico em concomitância? Acredito que sim.

*Samantha!* e *Verão 90* são narrativas voltadas para um público amplo, *Samantha!* por ser um produto de *video on demand* (VOD) tem uma segmentação pontual, mas as duas ficções possuem narrativas com ideologias transnacionais e ícones nacio-

---

39. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=q7E4XrfGGnE>>. Acesso em 20 jul. 2020.

nais, que, como já disse, apenas pessoas que consumiram produtos audiovisuais da década de 1980, ou que remetem ao período no Brasil, enfim, possuem maior proximidade com o universo ficcional, conseguem identificar. Quando menciono narrativas com ideologias transnacionais, não proponho que os programas infantis sejam um fenômeno mundial, até porque os produtos trabalhados aqui são brasileiros, o termo é usado por François Jost (2012) para as vias de acesso que roteiristas utilizam em ficções para abranger maior público, como: dispersão (acontecimentos fugazes que atravessam os cotidianos midiáticos dos indivíduos), persistência (aquilo que os espectadores sentem como contemporâneo, eventos mundiais de grande rememoração, como a Segunda Guerra ou a Pandemia do COVID-19), a universidade antropológica (o que é mais humano e social em nós) e a midiatisação (a comunicação por intermediação de imagens midiáticas).

De quem para quem? *Samantha!* é uma série televisiva de um serviço de *streaming* altamente difundido, a Netflix, “[...] maior serviço de *streaming* do mundo e o maior negócio de mídia e entretenimento da Internet, com mais de 120 milhões de assinantes pagos”<sup>40</sup> (SHATTUC, 2020, p. 1). A rede proporciona uma maior liberdade criativa na elaboração de programas e, por causa do algoritmo, consegue facilitar a criação de *shows* para nichos específicos, já que conhece os interesses do público e seus hábitos de visualização. A Netflix iniciou em 1997 como uma empresa de locação de DVDs na Califórnia (EUA) e com o aumento da banda larga na década de 2000, começou a entregar filmes e programas online, no sistema de *video on demand*. Após o sucesso, encabeçou a produzir filmes e séries vinculados a produtoras, os conhecidos “originais Netflix”, o que garantiu ao serviço de *streaming*

---

40. Original em inglês. Tradução da autora: [...] service is the world's largest streaming TV network and the largest internet media and entertainment business with over 120 million paid subscribers.

distinção e privilégio no meio de outros canais e distribuidoras de televisão e cinema, principalmente quando estas obras passaram a concorrer e ganhar premiações, como as ficções multi-premiadas *House of Cards* (Netflix, 2013-2018) e *Roma* (Alfonso Cuarón, 2018). *Samantha!*, por exemplo, é uma ficção criada em parceria a produtora brasileira Los Bragas e leva o selo de Original Netflix. Sendo assim, temos um serviço que surge com a demanda de locação de filmes e séries *online* na Califórnia, se torna uma grande rede de *streaming*, chegando a dispersar público de conglomerados televisivos já estabelecidos. Neste cenário, a Netflix consegue investir em produtos direcionados a um público nacional, com particularidades próprias. Seria *Samantha!* o *Stranger Things* brasileiro? A trama retrata a vida de uma mulher 30 anos após ter sido a maior estrela mirim da década de 1980 e representa os programas infantis da época, trabalhando a protagonista como um elo entre a época de ouro da televisão aberta no Brasil e a ascensão de tecnologias digitais individuais. Tem-se uma equipe de brasileiros por trás dos roteiros e direção de arte, além do auxílio da equipe internacional da Netflix, então, percebe-se que é uma ficção seriada que surge na mente de pessoas do país e é direcionada, não exclusivamente, para adultos que tiveram contato midiático com os programas nacionais da década de 1980. São gestos nostálgicos trabalhados a partir de um contexto cultural muito específico. Da história da nossa televisão aberta, da Rede Globo, Bandeirantes, Record, Manchete e SBT. Os nossos programas infantis. *Verão 90*, uma telenovela criada e veiculada pelo maior canal de tevê aberta do país, a Rede Globo, aborda nostalgias da televisão brasileira e da própria emissora. Diferente de *Samantha!*, os personagens são mais jovens, 10 anos após a fama dos programas infantis, e como já aponte, a série consegue nostalgizar sobre mais décadas, abrindo o leque de referências sobre a tevê aberta no país. A equipe da

telenovela é formada por roteiristas e diretores brasileiros, desta vez regidos por uma indústria televisiva originalmente nacional, para um público massivo de um canal aberto. Seguirei apresentando sobre os programas infantis da televisão brasileira na década de 1980.

### 2.3 Programas infantis televisivos da década de 1980

Os programas infantis veiculados pela televisão brasileira agregaram estudos de diversos campos dentro das Humanidades, porém, o que foi estruturado no espaço acadêmico até hoje pouco diz respeito aos programas infantis de auditório que tanto são evocados nas ficções contemporâneas que se constituem como *corpus* desta pesquisa. Busquei uma revisão bibliográfica a partir da temática “televisão brasileira e infância”; as pesquisas encontradas fazem referências aos elementos icônicos dos desenhos animados, às personagens, identificação e a aproximação afetiva com crianças, a relação que a criança estabelece com a mídia, a televisão como veículo educativo para este público, o ambiente familiar como mediador de programas televisivos para o público infantil, transformação de artistas em ídolos mirins, a influência dos desenhos animados nas brincadeiras e estudos de recepção dos desenhos com crianças de variadas idades.

Em *Televisão, Infância e Educação: os programas infantis Vila Sésamo, Sítio do Pica-Pau Amarelo e TV Colosso*, dissertação defendida em 2015 por Francielle Gonçalves, são abordadas as produções de sentido dos programas infantis ao longo de trinta anos de televisão no Brasil. A autora observa que na década de 1970 o conteúdo é predominantemente educativo (percepção atribuída através da análise do programa *Vila Sésamo* [Rede Globo, 1972-1975]), em 1980 traz conjunturas de modos de vida “mais simples” – como a vida no campo e sempre agregado ao

mundo literário (análise do *Sítio do Pica-pau Amarelo* [Rede Globo, 1977-1986]) e durante 1990 um contraponto, que acredito ter iniciado nos anos 1980, ou até antes, em 1970, são os programas que fazem alusão à fama, frases de duplo sentido, consumo, sexualidade, violência e diminuição do outro (análise da *TV Colosso* [Rede Globo, 1993-1997]). Esta perspectiva de programas de cunho educativo muito diz respeito ao momento civil que o país estava passando, é uma reflexão entender que talvez estes programas não tinham o cunho educativo por querer ter, mas por ser obrigado a ter, isto retira a romantização a *shows* da década. Sendo assim, programas pós-1985 podem ser vistos como um rompimento com a disciplina forçada do período ditatorial.

Na década de 1960 a televisão brasileira passou por uma disputa por audiência de programas infantis que partiram de dois personagens militares: Furacão e Aza. *Capitão Furacão* (Rede Globo, 1965-1968) foi um dos primeiros programas infantis produzidos nacionalmente, foi ao ar no dia em que a Rede Globo fez sua primeira transmissão. No *show*, o Capitão Furacão (interpretado por Pietro Mário), um velho marujo de barba longa e cachimbo na boca, ao lado de sua ajudante de palco Elizângela, realizava gincanas, apresentava desenhos e conversava com as crianças. O lema do Capitão Furacão era “Sempre alerta e obediente”, uma menção clara ao período ditatorial em que o país estava passando. Já no outro programa, *Clube do Capitão AZA* (Rede Tupi 1968-1979), tinha-se o Capitão Aza como apresentador, uma homenagem a um falecido aviador da Força Aérea Brasileira que serviu na Segunda Guerra Mundial, Adalberto Azambuja. A chamada do programa era: “Alô, alô Sumaré! Alô, alô Embratel! Alô, alô Intelsat 4! Alô, alô criançaçada do meu Brasil! Aqui quem fala é o Capitão Aza, comandante-chefe das forças armadas infantis deste Brasil”. O protagonista (interpretado pelo ator Wilson Vianna) costumava, junto a serventes do Exército



Brasileiro, fazer visitas às crianças nas escolas, uma forma de se manter junto ao público e reiterar a mensagem civil da época. Ou seja, as décadas que precedem os anos 1980 são marcadas na programação infantil televisiva por uma rígida disciplina ditatorial. Se temos em 1980 mulheres comandando programas infantis (discorrerei sobre eles nas próximas páginas), existe uma forma de ruptura, a tevê podendo, mesmo que pouco, apresentar outras narrativas. Claro que este processo é tangenciado por um capitalismo cabal em ascensão, então, não se pode apontar que os corpos femininos não estão sendo usados pela mídia para conseguir audiência e venda de produtos, mas, ainda assim, este espaço agora está sendo habitado pela presença de mulheres, o que anos antes não era visto. Outro *show* famoso na década de 1970 (adulto e infanto-juvenil) que influenciou a televisão brasileira foi *Os Trapalhões* (Rede Globo, 1977-1993), grupo que desde meados de 1960 já obtinha sucesso no cinema<sup>41</sup>. O cinema teve grande influência para os programas infantis televisivos, e vice-versa, exemplo: Xuxa<sup>42</sup> participou de vários longas-metragens junto com a turma dos Trapalhões, *O Trapalhão na Arca de Noé* (Del Rangel, 1983), *Os Trapalhões e o Mágico de Oróz* (Victor Lustosa e Dedé Santana, 1984), *Os Trapalhões no Reino da Fantasia* (Dedé Santana, 1985), *A Princesa Xuxa e os Trapalhões* (José Alvarenga Jr., 1989) etc. Esta pesquisa se concentra no campo televisivo, mas a menção ao cinema nacional é importante para compreensão do imaginário infantil da época.

---

41. Os Trapalhões foi um programa de humor criado por Wilton Franco e estrelado por Didi (Renato Aragão), Dedé (Manfried Sant'Anna), Mussum (Antônio Carlos Bernardes Gomes) e Zacarias (Mauro Faccio Gonçalves).

42. Maria da Graça Xuxa Meneghel, apresentadora, cantora e atriz, conhecida como “rainha dos baixinhos”, foi protagonista de um dos maiores sucessos televisivos do Brasil. A história é melhor explorada nas próximas páginas.

Segundo Gonçalves, nos programas infantis da década de 1990, os personagens imitavam as ações humanas adultas, eram repórteres, apresentadores, etc., além de ter um ar de ironia. Nas palavras da autora:

A intenção não era dotar de realidade o programa, mas fazer humor, com uma pitada de sarcasmo (neste programa frases de duplo sentido faziam parte do diálogo entre os personagens, em alguns casos os trocadilhos não se remetiam ao universo infantil, mas sim, ao mundo adulto, com temas de fundo como sexualidade, violência e diminuição do outro sujeito) (GONÇALVES, 2015, p. 166).

O programa *TV Colosso* faz referencialidade ao universo televisivo, tentando trazer aquele cenário para perto da vida das crianças, “um sentimento de participar e pontualmente um olhar para o que acontece atrás das câmeras na produção de um programa, começaram a ser explorados como mecanismos de manter o fetiche pela televisão” (GONÇALVES, 2015, p. 179). Essa iniciativa não é apresentada nos programas infantis representados em *Samantha!* e *Verão 90*, mas a alusão que as grandes celebridades estão presentes na televisão é evocada nas duas narrativas demasiadas vezes. Gonçalves aponta que as sátiras sociais e políticas chegam aos programas infantis com a entrada da televisão à cabo no país, através da veiculação de animações como *Os Simpsons* (FOX, 1989–Presente), que logo tomou a tevê aberta. As sátiras foram intensificadas com a apropriação destas narrativas nos programas infantis de tevê aberta, pois desde 1980 temos elementos de ironia, a exemplo o programa *Oradukapeta* (SBT, 1987-1990), em que o apresentador Sérgio Mallandro, com um jeito irreverente e descontraído, exibia um quadro chamado “Hora dos Desesperados”, uma sátira ao quadro “Porta da Esperança” do *Programa Silvio Santos* (TV Paulista/Rede Globo/Rede Tupi/TVS/Rede Record/

SBT, 1963-Presente), em que três portas eram mostradas a uma criança e ela precisava, na sorte, escolher em qual estava o prêmio, se errasse a porta um monstro a perseguia, causando o riso de colegas e as vezes desespero na criança que estava brincando. Para a autora, com o passar da década de 1970 a 1990, as histórias clássicas da literatura, questões educacionais diretas e o folclore são trocados pelo humor, sátira e crítica.

Questões de saúde e higiene ainda são tratadas pelos personagens, porém o foco mudou, o que outrora era tido principalmente como uma utilidade pública, “o cuidar de crianças”, na década de 1990 era parte de apenas pequenos trechos, o que realmente era transmitido era a sátira bem humorada, noções de sucesso, de beleza, de consumo, estas últimas sim mais presentes no programa mais recente [*TV Colosso*] (GONÇALVES, 2015, p. 177).

As características da *TV Colosso* apontadas por Gonçalves já se encontravam em programas da década de 1980, um exemplo é o programa que antecedeu a *TV Colosso*, o *Xou da Xuxa*, em que a apresentadora, Maria da Graça Meneghel, conhecida como Xuxa, sempre dava dicas de saúde, como tomar água, comer mais frutas, passar protetor solar etc., mas também aludia às brincadeiras, moda, consumo, etc. São especificamente os programas de auditório que estão sendo evocados nas ficções contemporâneas, gerando gestos nostálgicos, mediados pela memória afetiva, da infância de uma grande população de adultos brasileiros. A substituição de programas infantis como o *Sítio do Pica-Pau Amarelo* pelo *Xou da Xuxa* mostra a diferença que a televisão brasileira começou a abordar na programação infantil. Segundo Colvara,

Muitos consideram a década de 80 com a década perdida, sem grandes perspectivas, sem grandes marcos culturais.

A criança passa a ser explorada como um consumidor em potencial que precisa desde cedo ser educado para o consumo. Destaque para os musicais produzidos por grandes indústrias fonográficas, continuidade de um movimento que tomaria grandes proporções (COLVARA, 2007, p. 9).

Sendo assim, temos na década de 1980 a intensificação de programas de auditório, especiais musicais nos programas infantis, exploração do mercado infantil, percepção de crianças como consumidoras em potencial, e, com a ascensão das telenovelas, um investimento em novelas infanto-juvenis.

De acordo com Colvara (2007), atualmente na internet, os *blogs* e redes sociais, em um movimento nostálgico, devotam um “culto” aos programas infantis e desenhos desta época, muito disso ocorre porque na década a televisão já estava difundida como meio massivo de comunicação no país, os televisores situavam-se na maioria dos lares, tínhamos uma geração de crianças que desfrutou da tevê presente durante o período em que não estavam na escola, visto que a programação infantil era presente tanto pela manhã quanto pela tarde na televisão aberta. A qualidade dos programas foi uma temática muito discutida nas décadas seguintes, critérios que envolviam o público-alvo, crianças, e seus familiares, além de profissionais do campo da Educação, Comunicação, Psicologia, entre outros, entraram em debate, como: repertório estético e cultural, desenvolvimento cognitivo, violência na programação, fomentação de conhecimento através das narrativas, etc. Os estudos de Nikken (1999), Carenzio (2008), Vitorino (2012) e Borges (2014) são importantes nestes quesitos. Estas pesquisas promovem reflexão sobre a abordagem dos programas da década de 1980 e dos contemporâneos aos anos em que as pesquisas foram lançadas. A partir de agora, citarei e comentarei sobre alguns programas infantis de sucesso

na década de 1980: *Bozo, Turma do Lambe-lambe* (TV Educativa/Rede Bandeirantes, 1976-1986), *Bambalalão* (TV Cultura, 1977-1990), *Turma do Balão Mágico, Clube da Criança* (Rede Manchete, 1983-1998), *Xou da Xuxa, Show Maravilha* (SBT, 1987-1998) e *Oradukapeta*.

*Bozo* foi um programa de grande destaque na época, veiculado no Brasil pela Rede Record de 1980 a 1981, e pela TVS que após se tornou SBT, de 1981 a 1991, tendo uma reprise em 2013. O personagem foi criado nos Estados Unidos pelo escritor e produtor musical Alan Livingston em 1946 para uma coletânea de discos, *Bozo at the Circus*, mas o sucesso fez o palhaço ganhar espaço na televisão em 1949. O programa foi comercializado internacionalmente em 40 países, entre eles, a Grécia, Tailândia, México, Austrália e claro, o Brasil, onde ficou 11 anos no ar. O palhaço foi interpretado por vários artistas, entre eles Arlindo Barreto é o destaque que teve a vida retratada no filme *Bingo: O Rei das Manhãs* (Daniel Rezende, 2017). Com os bordões “Alô criançada, o Bozo chegou!” e “Bozo Bozoca Nariz de Pipoca”, o sorriso exagerado, cabelo cor de fogo, pés enormes, maquiagem exorbitante e nariz de palhaço, Bozo conquistou muitas crianças e adolescentes no Brasil, um fenômeno de faturamento e venda de discos, recordista de permanência no ar com um programa que chegou a ter dez horas diárias ininterruptamente. O programa de auditório foi inicialmente filmado em um cenário que simulava um circo, com sorteios, brincadeiras, participações especiais e veiculação de desenhos animados. As crianças que estavam em casa podiam interagir e ganhar prêmios através de ligações ou enviando cartas que eram lidas ao vivo. Por ser ao vivo, Bozo sofreu trotes no ar. Com o passar dos anos o cenário foi sendo alterado, teve a fase do cenário ser a imagem do rosto do Bozo atrás com o telefone na boca ou um florestas com brinquedos e arco-íris. Alguns personagens

já existiam na bíblia da série<sup>43</sup> como ajudantes de palco: Papai Papudo (interpretado por Gilberto Fernandes, conhecido como Gibe), Vovó Mafalda (Valentino Guzzo), Kuki (Ronilson Moreira, conhecido como Rony Cócegas) e Salci Fufu (Pedro dos Santos, conhecido como Pedro de Lara). Na versão brasileira, *Bozo* ainda apresentava fantoches: Zico (Fábio Vilalonga), Maroca (Leda Figueiró), Candinha (Zaira Zordan), Zecão (Lúcio Esper), entre outros. O programa foi finalizado em 1991 por dificuldades de renovação da licença americana. Em 2013, o SBT tentou fazer um *revival*, mas a empreitada durou apenas três meses.

Figura 01 – Programa *Bozo* (Rede Record [1980-1981]; TVS/SBT [1981-1991/2013])



Fonte: Google Imagens

43. Documento de apresentação de um projeto de série para tevê direcionado a um canal ou produtor de conteúdo. Após a comercialização, a bíblia é reestruturada e serve de guia para novos roteiristas e diretores do *show*, inclusive de base se o programa for comercializado internacionalmente, pois os elementos principais da bíblia devem ser mantidos.

Algumas questões tomaram a mídia na época de veiculação do programa, como a participação de uma criança chamada Vanessa rebolando no show ao dublar a cantora Mariane com a música “Levanta a Poeira”. Além disto, o ex-Bozo Arlindo Barreto ficou conhecido por ser usuário de cocaína e por anunciar Gretchen (Maria Odete de Miranda), conhecida no Brasil como a “rainha do bumbum”, que foi sua esposa, para participar do *Festival 30 Anos SBT*.

Figura 02 – Gretchen no *Festival 30 Anos SBT*, Vanessa ao dublar a música “Levanta a Poeira” e reportagem do jornal *Notícias Populares* em 1998



Fonte: Youtube e Folha Uol<sup>44</sup>

*Turma do Lambe-lambe* foi um programa infantil que ficou no ar por 10 anos na TV Educativa, de 1976 a 1986, se aproxima do *Bambalalão* da TV Cultura, visto que possui um forte aspecto didá-

44. Disponível em:

<<https://www1.folha.uol.com.br/banco-de-dados/2017/09/1874721-salvo-pela-religio-palhaco-bozo-cheirava-cocaina-ate-nariz-sangrar.shtml>>;

<<https://www.youtube.com/watch?v=2JZXRcRbepI>>;

<[https://www.youtube.com/watch?v=Pv5us\\_pIUJk](https://www.youtube.com/watch?v=Pv5us_pIUJk)>.

Acesso em: 30 jul. 2020.

tico. O programa era apresentado pelo artista plástico, desenhista e cartunista Daniel Azulay. Foi um marco nos programas infantis por não conter quadros com desenhos animados ou plateia. Azulay criou a Turma do Lambe-Lambe, nove personagens, animais falantes circenses: Pita (garoto que deseja ser um mágico), Tristinho (palhaço Pierrô), Professor Pirajá (coruja cientista), entre outros. Azulay falava sobre curiosidades, ensinava a fazer reciclagem, desenhos e dobraduras; além de tirinhas em jornais e revistas, um LP também foi lançado sob a assinatura da Turma do Lambe-lambe. Finalizar o programa assoviando e pegando na orelha era sua marca. *Bambalalão* foi um programa que atravessou a década de 1980 na TV Cultura, ao todo foram 13 anos no ar, de 1977 a 1990. O *show* era apresentado por Gigi Anhelli (Regina Anhelli) e Silvana Teixeira com três palhaços ajudantes de palco - Perereca (João Tadeu), Tic-Tac (Marilam Salles) e Pam-Pam (Matheus Esperança), e ambientado em um cenário que simulava um circo. Contava com a participação de crianças de escolas previamente inscritas que se dividiam entre as equipes vermelho e amarelo para brincadeiras com competições. Possuía teatro de fantoches, narração e encenação de contos infantis, tinha foco na educação, cultura e explorava um divertimento mais didático. Ficou conhecido pelo bordão “Esta história entrou por uma porta e saiu pela outra. Quem souber, que conte outra” proferido pelas apresentadoras e promover discos sob a assinatura de Turma do Bambalalão.

*Turma do Balão Mágico*, veiculado pela Rede Globo entre 1983 e 1986, foi um dos primeiros programas infantis a serem apresentados por crianças. Começou com trinta minutos de duração e por causa do sucesso, passou a ter uma hora e quarenta minutos, de segunda à sábado, pela manhã. No programa, Simony de 6 anos, e Fofão (interpretado por Orival Pessini), uma mistura de cachorro, homem e ser intergaláctico vindo do mundo ficcional “Fofolândia” apresentavam o *show*. Após um tempo,



o elenco cresceu, entrou para turma Tob (Vímerson Cavanilas) e Mike (Michael Biggs), que formaram a banda de sucesso entre as crianças da década: Turma do Balão Mágico. Um processo muito semelhante ao que acontece em *Verão 90* com Manuzita e Jofre Cachorrão com a chegada dos irmãos João e Jerônimo Guerreiro. Em *Samantha!* também temos um trio musical, Turminha Plimplom, formada por Samantha, Bolota (ou Afonso, interpretado por Maurício Xavier e Sidney Alexandre) e Tico (interpretado por Rodrigo Pandolfo e Enzo Oviedo). Os trios também se assemelham à banda brasileira infantil idealizada pelo produtor e compositor Michael Sullivan que ficou famosa na década: Trem da Alegria. Além dos principais, a *Turma do Balão Mágico* contava com a ajuda do palhaço Cascatinha (interpretado por Geraldo de Castro Filho, conhecido como Castrinho), e a prima de Simony que a substituía nas férias, Luciana Benelli. Em 1984, mais um integrante entrou para o elenco principal, Jairzinho (Jair Oliveira). O *show* possuía um cenário em que as crianças brincavam em casinhas de abelhas, cachoeiras, riachos, montanhas e um balão azul. Entre as atrações havia números musicais, sorteios, apresentações de desenhos animados, dicas de magia e atividades artesanais. O programa foi chegando ao fim quando o elenco fixo começou a fazer outros projetos, como Simony que assinou com a Rede Manchete e Fofão que assinou com a Rede Bandeirantes para protagonizar o *TV Fofão* (Rede Bandeirantes [1986-1996]; CNT/Gazeta, [1996-1998]). A Turma do Balão Mágico, além de discos, lançou muitos brinquedos. A figura feminina toma a frente no *show*, Simony liderava o programa e o grupo musical, ainda hoje é lembrada pela sua presença na Turma do Balão Mágico.

Figura 03 – Simony, Fôão e o palhaço Cascatinha na *Turma do Balão Mágico* (Rede Globo, 1983-1986). Capa do CD *A Turma do Balão Mágico* com Mike, Simony, Tob e Jairzinho



Fonte: Google Imagens

Uma questão relevante para compreensão dos programas infantis da década de 1980 é a ascensão das apresentadoras dos programas como ídolos, a exemplo de Eliemary Silva da Silveira – conhecida como Mara Maravilha, Angélica Ksyvickis – conhecida apenas como Angélica, Patrícia Nogueira Mesquita – conhecida como Pat Beijo, Xuxa ou a estrela mirim Simony Benelli Galasso – conhecida como Simony, da *Turma do Balão Mágico*. Teixeira (2011) analisa o fenômeno da transformação de artistas em ídolos na década de 1980 tomando como referência Xuxa, Angélica e Mara Maravilha. Segundo a autora, existiu uma grande teia de relações para construir a imagem destes três ícones da década, através de história de vida, ações na vida privada, figurinos, danças, cenários dos programas, músicas e produtos. Xuxa ou “Rainha dos Baixinhos”, iniciou a carreira no *Clube da Criança*, onde ficou entre os anos de 1983 a 1986, após isto foi substituída por Angélica (1987-1993), depois Mylla Christie (1993-1994),

Pat Beijo (1994-1995) e por fim, Debby (1997-1998). Ao sair do *Clube da Criança*, Xuxa migrou para Rede Globo, estreando seu mais famoso programa, *Xou da Xuxa*. Xuxa veio de uma família humilde, assim como Angélica e Mara Maravilha, sabia dançar, cantar e modelava. As trajetórias das três são parecidas, primeiro os concursos de beleza, após o ramo da publicidade, modelagem, e por fim, a televisão. Cada uma das apresentadoras possui suas particularidades como ícones da década, mas é interessante observar que há semelhanças claras nas vestimentas e modo de comportamento em tela, próprios da produção dos programas. Pelo sucesso do programa *Xou da Xuxa*, principalmente por sua exportação internacional, pode-se dizer que este *show* foi o de maior carga simbólica dos programas infantis da época, depois da *Turma do Balão Mágico*, em que as estrelas mirins começaram a ascender.

Xuxa começou a carreira na Rede Manchete, no programa *Clube da Criança*, foi substituída por Angélica quando migrou para Globo e estreou o *Xou da Xuxa*. Com o bordão “beijinho, beijinho, tchau, tchau”, encantava crianças de todas as idades nas manhãs de segunda a sábado. A apresentadora chegava em uma nave espacial rosa, com bocas vermelhas em sua padronagem, lembrando os beijinhos da Xuxa, luzes e a letra X, sua marca principal. A nave soltava gelo seco e a apresentadora saía cantando e dançando a música *Doce Mel (Bom Estar Com Você)*, sendo seguida pelas crianças, e mais tarde pelas Paquitas (famosas auxiliares de palco fantasiadas de soldadinho de chumbo que cantavam e dançavam junto à Xuxa, lançaram discos de sucesso), e ainda mais tarde, em 1989, os Paquitos (a versão masculina das Paquitas). Nos primeiros minutos de programa, Xuxa parabenizava os aniversariantes e dava dicas de saúde, como manter uma alimentação saudável, se proteger do sol, etc. O cenário simulava um parque de diversões, com brinquedos como mini

roda-gigante, carrossel, escorregadores e gangorras. Durante a programação, as crianças participavam de gincanas com direito a premiações para os vencedores, sempre meninos contra meninas, leitura de cartas (que as crianças enviavam para a apresentadora), sorteio de brinquedos, números musicais da Xuxa com As Paquitas e Os Paquitos, além de grupos e cantores convidados. Uma das preocupações era deixar as crianças que não estavam nas gincanas brincando livremente pelo parque, garantindo descontração; o programa sofria pouquíssimas edições, para manter a ideia de que estava sendo transmitido ao vivo. Dois outros personagens auxiliares de palco foram importantes na identidade do programa, Praga (interpretado por Armando Moraes), que vestia uma fantasia de verde remetendo a um inseto, e, Dengue (interpretado por Roberto Bertini), que vestia uma fantasia vermelha e amarela de um mosquito com vários braços. Xuxa tinha um figurino novo a cada dia, mas o estilo marcado eram as minissaias, “xuxinhas” de cabelo, ombreiras e botas de couro de cano alto. Xuxa lançou muitos produtos, entre eles, bonecas, bolas, sapatos, bolsas, lancheiras, cosméticos e materiais escolares. Conquistou discos de diamante, platina e ouro. Também ficou famosa no exterior, o *Xou da Xuxa* foi transmitido para 17 países da América Latina através da Rede de Televisão Telefe. Mantinha o aspecto infantil para conquistar as crianças, mas em roupas e capas de disco, tinha o corpo sexualizado como estratégia midiática. Sobre o fenômeno Xuxa, a dissertação *O “X” da Questão* de Sinval (2010) é abrangente sobre o assunto.

Figura 04 – Paquitas, linha de brinquedos Xuxinha e Xuxa no *Xou da Xuxa* (Rede Globo, 1986-1992)



Fonte: Google Imagens

Angélica, no *Clube da Criança*, programa que passava no período da tarde, também chegava em uma nave, que brilhava e soltava fumaça. As vezes descia as escadas iluminadas da nave só e as vezes era acompanhada pelos ajudantes, os Angélicos. Embaixo estavam as Angelicats, ajudantes mulheres, e todos faziam coreografias juntos por enquanto que Angélica cantava músicas famosas. A apresentadora começava a falar com as crianças, dava dicas de atividades cotidianas através do quadro “Angelical Touch” e começava a realizar as brincadeiras de palco, sorteio de prêmios, chamava os desenhos e o programa seguia. O cenário era demasiadamente colorido e através da marca Angélica muitos produtos foram comercializados.

Figura 05 – Angélicos, boneca da Angélica da marca Estrela, Angélica no *Clube da Criança* (Rede Manchete, 1983-1998)



Fonte: Google Imagens

Paralelamente ao *Xou da Xuxa* e o *Clube da Criança*, passava no SBT o *Show Maravilha*, mas assim como o *Clube da Criança*, o *Show Maravilha* era veiculado no período da tarde. Mara Maravilha chegava no programa em um trem e a base do cenário era um sol com rosto alegre, quando o trem parava, ela descia as escadas até a “Estação Maravilha”. Durante o *Show*, eram apresentadas brincadeiras com o auditório, convidados, atrações musicais, videoclipes, desenhos animados e Mara cantava suas próprias canções. Como ajudantes de palco para divertir as crianças, fazer as coreografias e cantar as músicas, Mara contava com uma mascote (homem fantasiado de banana), Os Marotos e As Maravilhas, que chegaram a lançar o Trio Maravilha, um grupo musical.

Figura 06 – Mara Maravilha, Os Marotos e As Maravilhas  
no *Show Maravilha* (SBT, 1983-1998)



Fonte: Google Imagens

Como expôs Teixeira (2011, p. 81), “os três programas tinham uma construção de imagem bastante lúdica que envolvia a criança em um universo espetacular, cheio de possibilidades para a sua percepção”. As crianças se abraçavam àquele universo e buscavam imitar os gestos, roupas, coreografias e estilo de vida das apresentadoras. O que era referenciado às três passou a ser desejo de consumo, sendo estes produtos uma forma da criança se sentir parte do mundo apresentado na televisão. Todos os sentidos das crianças estavam envolvidos no fenômeno. Teixeira explica:

Os programas aqui analisados estimulavam ludicamente os cinco sentidos no público infantil: a visão, com os cenários coloridos; a audição, com as músicas cantadas pelas apresentadoras e seus assistentes; o tato, com a possibilidade de as crianças estarem próximas das artistas e do cenário, interagindo com as pessoas e os brinquedos; o paladar, já que muitas vezes as apresentadoras faziam campanhas publici-

tárias de produtos comestíveis que licenciavam nos programas; e o olfato, pois tanto Xuxa como Angélica licenciaram produtos de beleza para crianças. Esse fator aponta mais uma característica propícia para o sucesso das atrações com as crianças (TEIXEIRA, 2011, p. 77).

Por fim, *Oradukapeta* ficou no ar durante três anos, de 1987 a 1990, e como expus, foi um programa de auditório irreverente, muito disto por causa de seu apresentador. Sérgio Mallandro, vestido como uma criança, famoso pelos bordões “Aha! Pegadinha do Mallandro” e “Xuxu beleza”, era visto com primor pelas crianças e adolescentes, que tentavam imitar seu estilo subversivo. O programa tinha quadros humorísticos, desenhos animados, ajudantes de palco dançarinas e duas mascotes, uma fantasiada de anjo e outra de demônio.

Apresentados alguns dos programas infantis veiculados na televisão brasileira na década de 1980, é possível notar semelhanças interessantes para compreensão dos objetos empíricos e a construção das identidades brasileiras na época, que fazem parte da constituição dos indivíduos de hoje, tanto em nível particular quanto social. Novamente, estou entendendo identidades como construções simbólicas, não estáveis, consolidadas ou imutáveis. São programas brasileiros, por mais que tenham sido influenciados por culturas de outros países, como *Bozo*, que tem o personagem cânone produzido nos EUA, mas o *show*, mesmo seguindo a bíblia original, tem particularidades próprias da televisão brasileira, a exemplo de sua permanência no ar durante dez horas ininterruptas. Tinha-se, na década de 1980, uma apologia à televisão no Brasil como veículo de comunicação, seja em âmbitos informacionais quanto de entretenimento. Em resumo, nos programas infantis da década, tínhamos três temáticas na construção dos cenários: a circense, espacial e natureza. *Bambalalão*,



*Bozo*, *Turma do Lambe-lambe*, possuíam temática circense, já *Balão Mágico* (por causa de Fofão – ser intergalático e o personagem HalleyFante que fazia alusão ao cometa Halley, muito esperado em 1986) e *Xou da Xuxa* abordavam o lado espacial, e, *Show Maravilha* tinha características de natureza, como o sol sorridente, as nuvens, etc. Esses temas se misturavam, *Turma do Balão Mágico* tinha esses aspectos espaciais, mas também abordavam o lado natureza no cenário, e *Clube da Criança* teve a fase circense e a fase que remetia aos elementos espaciais. A maioria, como era de se esperar, simulava uma espécie de parque de diversões, seja como no *Xou da Xuxa* com escorregos e rodas-gigantes, que isso era mais notável, seja como em *Oradukapeta*, em que as brincadeiras envolviam todas as crianças do estúdio. Outros elementos importantes são: as mascotes (exemplos: Praga e Dengue no *Xou da Xuxa*, *Banana Gigante* do *Show Maravilha*, Anjinhos e Capetinhas da *Oradukapeta*, Fofão do *Balão Mágico*, etc.), os ajudantes de palco (exemplos: Vovó Mafalda e Papai Papudo no *Bozo*, As Paquitas e Os Paquitos no *Xou da Xuxa*, Angélicos e Angelicats no *Clube da Criança*, Os Marotos e As Maravilhas no *Show Maravilha*, o palhaço Cascatinha em *Turma do Balão Mágico*, etc.), atrações musicais (sejam de artistas convidados ou de músicas do apresentador, neste caso específico, as apresentadoras cantavam as canções dos discos), plateia na gravação do programa, ligações, sorteio de prêmios, leituras de cartas, competições, brincadeiras com as crianças presentes, desenhos animados, apresentadoras sendo vistas iguais a ídolos – como aponta Teixeira (2011), figurinos coloridos, padrões de beleza estética nas ajudantes Paquitas/Angelicats/As Maravilhas, ou nos Paquitos/Angélicos/Os Marotos, e, comerciais ao vivo inseridos nos programas.

Figura 07 – Bozo apresentando o refrigerante Antarctica no programa ao vivo



Fonte: Youtube<sup>45</sup>

Nesta mesma época mitos foram espalhados pelo país, como o fato da boneca da Xuxa possuir um espírito maligno, a apresentadora Xuxa ter feito um pacto com o demônio<sup>46</sup>, a existência de uma foice dentro do boneco do Fofão<sup>47</sup>, ou até que o CD de alguns grupos infantis se tocado ao contrário possuía uma mensagem satânica<sup>48</sup>, entre outros.

Com o passar dos anos, principalmente na década de 2010, os programas infantis foram saindo da grade de programação da tevê aberta no Brasil. O maior motivo foram as mudanças na regulamentação de propaganda infantil, o que fez os anunciantes não investirem mais em tais programações. Além disto, o acesso à televisão a cabo com grandes opções de programas, a facilita-

45. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=9RAhe5ZGPIk&t=13s>>. Acesso em: 04 ago. 2020.

46. Disponível em: <<https://www.metro1.com.br/noticias/vida-alheia/45007,soltou-o-verbo-xuxa-comenta-suposto-pacto-com-o-diabo-e-cita-cara-la-de-baixo>>. Acesso em: ago. 2020.

47. Disponível em: < <https://super.abril.com.br/blog/superblog/leitores-dizem-que-o-boneco-do-fofao-realmente-escondia-uma-faca-ou-algo-parecido/> >. Acesso em: 04 ago. 2020.

48. Disponível em: < <https://entretenimento.uol.com.br/noticias/redacao/2018/04/08/satanas-ou-zoeira-as-mensagens-ao-contrario-mais-absurdas-da-musica-infantil.htm>>. Acesso em: 04 ago. 2020.

de do consumo de *DVD*, e a difusão em larga escala da internet, possibilitando as crianças a assistir conteúdos infantis pelas plataformas de *streaming* e pelo Youtube, fez com que a programação na televisão aberta fosse se dissipando. Diante do exposto, vou utilizar para leitura dos objetos empíricos duas categorias de análise: *Arco e construção das protagonistas & Composição cênica*, mas antes, justificarei a comparação entre as obras através dos conceitos de intermedialidade propostos por Rajewsky (2005) e Gumbrecht (2010).

### 3

## Metodologia

Para análise de duas ficções seriadas através da experiência com as imagens, procuro na Literatura Comparada algumas premissas para a comparação proposta. Existem muitas possibilidades para associação de obras, entretanto a escolha pelos caminhos narratológicos de construção de personagens e estilísticos foi proposital por entender que a partir desses dois campos os dois objetos conseguem ser abordados. Antes de tudo, nesta pesquisa, a conformação do *corpus* foi primordial, isto porque os produtos precisavam ser contemporâneos, representar o mesmo evento – os programas infantis da televisão brasileira na década de 1980 – e possuir o atravessamento da questão nostálgica como tangenciador, as ficções interagem ontologicamente entre si, possuem relações de afinidade. Os estudos sobre comparações nos campos da literatura e das artes em geral são antigos, na própria *Poética* de Aristóteles já temos princípios de comparação entre artes, o autor distingue os modos de produção da *mímeses* comparando dança, poesia e música, além da comparação clássica entre epopeia, tragédia e comédia no teatro. As artes estão em trânsito e suscitam comparações, fomentam umas às outras e se recriam ao entrarem em contato. Aqui, uma série de vídeo sob demanda e uma telenovela produzida para a tevê aberta, comparação entre artes diferentes, destinadas a públicos diferentes, com produções de presença distintas, uma carência analítica pertencente desde a formação dos estudos da Estética em meados do século XVIII. Os objetos que proponho para análise quando sozinhos possuem uma espécie de interpretação, mas quando postos em confronto,

outra perspectiva de leitura pode ser percebida. Com a força da empiria buscarei as produções de sentido das obras, e quando cotejadas, semelhanças e alteridades.

Xavier (2003) propõe que na análise comparativa é necessário escolher um eixo temático central para observar como diferenças e semelhanças se cristalizam em uma obra. Neste caso, o eixo chama-se: nostalgias, repetido desde o início. As duas obras estão imersas em processos de serialização, uma proximidade que as coloca no campo de estudos televisivos, mesmo que estas ainda possuam diferenças estruturais claras: a telenovela *Verão 90* é mais extensa e a série *Samantha!* tem uma temporada enxuta, destinada a um nicho específico em uma plataforma de *streaming*. Sobre o que está entre as mídias, Rajewsky (2005) trabalha uma perspectiva interartes e intermídia que é cabível para resolução do pequeno embate comparativo entre as obras. A autora aponta novas possibilidades de reflexão sobre as fronteiras mediais das obras propondo maior consciência da materialidade e medialidade destas. Esta premissa é encontrada em Gumbrecht (2010), em *Produção Presença*, publicado pela primeira vez em 2004, em que o autor perspectiva para a materialidade do produto, a experiência do contato, pois toda arte, seja uma ficção seriada ou uma poesia, precisa de um meio material para se apresentar ao mundo. Aqui, os dois objetos podem hoje ser encontrados em plataformas de *streaming*, mas são, em sua veiculação original, diferentes em materialidades, com efeitos de presença distintos, e isto muda a recepção de cada produto, uma vez que, segundo Gumbrecht, a presença é importante para a produção de sentido. Sendo assim, as produções também são pensadas de maneiras diferentes para os determinados públicos. Mas, o que constitui a semelhança entre objetos audiovisuais de naturezas dramáticas distintas? Neste caso, a premissa de operacionalização de nostalgias.

Rajewsky apresenta que o debate sobre intermedialidades tem seguido dois polos básicos: o primeiro percebe a intermedialidade como condição ou categoria, o segundo aborda intermedialidade como análise de produtos midiáticos com configurações diferentes; as duas não são em si homogêneas. A autora se concentra na segunda vertente e propõe três subcategorias: transposição medial, combinação de mídia e referências intermediárias. A primeira, transposição medial, diz respeito às obras que têm como base um texto cânone e se fundamentam nele para continuações e adaptações, como no caso das *spin-offs* ou serialização de longa-metragem, exemplos: *Young Sheldon* (CBS, 2017-Presente), *spin-off* de *The Big Bang Theory* (CBS, 2007-2019), ou a saga de filmes *X-Men* que já conta com doze obras fílmicas derivadas dos famosos quadrinhos americanos publicados pela Marvel Comics. Este último Rajewsky denomina novelizações. A segunda vertente, combinação de mídia, está envolta no que é conhecido como multimídia, mídia mista e hibridismo midiático. A qualidade desta categoria é combinar ou articular dois meios distintos, como a constelação medial entre uma música e um livro, um longa-metragem e uma propaganda, uma novela e uma série de vídeo sob demanda, ou até uma publicidade híbrida (COVALESKI, 2010), que une elementos de diversos campos em uma espécie de conteúdo. Segundo a autora, “essas duas mídias, ou as formas mediais de articulação, estão cada uma presentes em sua própria materialidade e contribuem à constituição e significação de todo o produto em sua própria maneira específica”<sup>49</sup> (RAJEWSKY, 2005, p. 52). Mantendo a unicidade de cada produto, esta segunda categoria menciona uma passagem entre os meios mantendo um ponto de intersecção próximo do que estou tentando fazer aqui: entender o

---

49. Original em inglês. Tradução da autora: These two media or medial forms of articulation are each present in their own materiality and contribute to the constitution and signification of the entire product in their own specific way.

que está entre e além da novela *Verão 90* e da série *Samantha!*. A terceira subcategoria, referências intermediárias, perspectiva a imitação ou referencialidade de técnicas de outras obras a fim de evocá-las, isto ocorre em demasia nos objetos desta pesquisa, que se utiliza de aspectos cênicos e narrativos para expor sobre a televisão brasileira na década de 1980. Em resumo, na construção metodológica de intermedialidade proposta por Irina Rajewsky, esta pesquisa se volta para o que está entre produtos midiáticos de configuração diferente, mais especificamente nas subcategorias combinação de mídia e referências intermediárias, entendendo o que está entre a novela e a série de *streaming* que serão analisadas, a que elas se referenciam e o que está para além delas, uma reflexão do que porque estes programas estão marcados de maneira pungente no imaginário midiático brasileiro, a ponto de estarem sendo evocados por estas ficções.

Sobre a escolha dos objetos, comecei a pesquisa fazendo uma ponte entre três objetos: *Bingo: O Rei das Manhãs*, *Samantha!* e *Verão 90*, a opção na diminuição do *corpus* visou principalmente a aderência ao campo dos estudos televisivos e a opção narrativa de retorno no tempo, que *Bingo* não faz, pois diferente das outras duas obras, não trabalha com a memória dos personagens, apenas com a memória do espectador, é uma história linear. A perspectiva de retorno no tempo é importante para a categoria de construção das protagonistas, em que é interessante observar como estes indivíduos lidam com a fama ou a falta dela e a influência da televisão em suas vidas na idade adulta, desvelando histórias para melhor compreensão do presente. Para acadêmicos que se interessam pela temática, *Bingo* é um importante objeto de análise, o premiado longa-metragem é distribuído pela Warner e é representativo ao recontar, com tons ficcionais, a história do emblemático palhaço Bozo, uma figura estadunidense que no Brasil recebeu nova roupagem.

A abordagem dos objetos seguirá uma questão estrutural básica de análise fílmica e televisiva, em que o analista se distancia do objeto em sua completude, pois o decompõe, e após, cria categorias para estabelecer novas conexões entre o que foi despedaçado. Segundo Vanoye e Goliot-Lété (2012):

Analisar um filme ou um fragmento é, antes de mais nada, no sentido científico do termo, assim como se analisa, por exemplo, a composição química da água, decompô-lo em seus elementos constitutivos. É despedaçar, descosturar, desunir, extrair, separar, destacar e denominar materiais que não se percebem isoladamente “a olho nu”, uma vez que o filme é tomado pela totalidade. [...] Uma segunda fase consiste, em seguida, em estabelecer elos entre esses elementos isolados, em compreender como eles se associam e se tornam cúmplices para fazer surgir um todo significativo: reconstruir o filme ou o fragmento (VANOYE; GOLIOT-LÉTÉ, 2012, p. 14-15).

A apresentação dos objetos foi feita sumariamente na *Introdução* e retornarei mais à frente com questões de enredo e estrutura dramática no tópico *Samantha!* e *Verão 90*, este é o ponto de decomposição dos objetos. Discorrerei no próximo tópico sobre as categorias analíticas que auxiliarão a demonstrar os gestos nostálgicos dos objetos (*Construção das protagonistas* e *Composição cênica*), e, por fim, a análise propriamente dita com reflexões sobre o material, isto é, as novas conexões entre o que foi decomposto. O texto de Rajewsky (2005) e suas proposições sobre intermedialidade auxilia a formar uma base para caminhar entre os dois objetos e assim constelar entre as mídias com o propósito de inferir as produções de sentido que estas obras estão transmitindo.

A categoria *Construção das protagonistas* tem como fundamento teórico-metodológico o texto de Lajos Egri (2004) e McKee



(2006). A categoria *Composição Cênica*, que está inserida em perspectiva estilística, trabalha com as obras de Bordwell (2008), Bordwell e Thompson (2013) e Butler (2010). O importante texto de Picado e Souza (2018) atenta para duas perspectivas de estudos de estilo televisivo: os processos de autoria e a gramática textual do estilo televisivo, nesta última esta análise se encaixa. Nas análises filmicas mais recorrentes, o estilo, por ser observado a partir de longas-metragens, atribui ao diretor um papel primordial em sua construção. No caso deste texto, este controle não tem a mesma medida, visto que serão analisadas obras que possuem *showrunner*, como *Samantha!*, em que o *showrunner* é Felipe Braga, mas que os roteiristas também têm um papel primordial na construção da série, este é um problema encontrado por pesquisadores de estilo televisivo, mas, como propõe Picado e Souza (2018), aqui o estilo se deterá sobre a gramática textual do que é visto, não necessariamente estes estejam associados a uma figura central da criação da obra. O olhar da categoria está voltado para os princípios de encenação audiovisual, discutindo a encenação, figurino, maquiagem, cores e iluminação, cenários e comportamento dos personagens. Por fim, a proposta é que as categorias consigam abranger os dois objetos para compreensão dos gestos nostálgicos apresentados nas obras, gestos estes que foram apresentados sumariamente em um artigo publicado na revista *Comunicacion y Medios*. Na ocasião foi abordada a narrativa da primeira temporada de *Samantha!* e encontrados dois gestos: o romântico e o crítico (SILVA; LOPES, 2020).

Uma das maiores dificuldades da pesquisa em ficções seriadas é a quantidade de material a ser analisado. Portanto, como tem-se aqui dois produtos seriados, e um deles é uma telenovela, é necessário optar por um recorte que possa abranger as nostalgias dos programas infantis, objetivo principal proposto. Para tal, a perspectiva de pontos nodais ou pontos centrais de Pucci Júnior

(2014) é relevante, o autor mostra, através de um método indutivo, que não é necessário trabalhar com todos os episódios de um programa, portanto que as cenas escolhidas não empobrecem a análise, pelo contrário, auxiliem a entender o objeto em sua completude. Nas palavras do autor:

Para uma análise proveitosa devem bastar os pontos que possam conter elementos para que se atinja o objetivo da investigação. Não ter em vista essa possibilidade é um dos motivos por que críticos que se propõem a analisar telenovelas se limitam, com frequência, a uma sinopse e à passagem rápida de uma cena marcante para outra, sem chegar propriamente a se caracterizar uma análise audiovisual (PUCCI JÚNIOR, 2014, p. 682).

A questão faz sentido quando busca-se entender que produtos seriados, como já disse, são feitos, antes de mais nada, a partir da repetição, as telenovelas ainda mais, segundo Pallottini (2012), pela repetição, reiteração e redundância. Sendo assim, em relação aos produtos seriados, optei por trabalhar, principalmente nas questões de estilo, apenas com cenas da primeira temporada de *Samantha!* e os capítulos de *Verão 90* que aparecem os programas infantis. No que se refere à narrativa, em *Verão 90*, o arco da protagonista, Manuzita, será trabalhado em totalidade e o de Samantha na primeira temporada também.

### 3.1 Construção das protagonistas

Na futura análise esta categoria será responsável por discutir sobre a construção das protagonistas, além das formas em que seus olhares perspectivam os programas infantis, ou até a televisão aberta no Brasil. Antes de apresentar sobre esta construção propriamente dita, é preciso entender alguns quesitos próprios

da narrativa e como esta é construída em produtos ficcionais seriados, utilizarei aqui tanto uma abordagem cinematográfica como televisual, enfim, audiovisual. A narrativa de um produto audiovisual engloba tanto o texto quanto as imagens, sons, ruídos, música, etc., dividir a análise das protagonistas e os aspectos cênicos das obras é apenas para facilitação na análise e no entendimento da mesma para o público leitor. Existe a opção de usar o termo “texto narrativo”, partindo da ideia de Christian Metz (1980) de “texto fílmico”, uma análise semiológica, o texto como discurso significante. A perspectiva de Metz é interessante para considerar o filme como mensagem, com vários códigos cinematográficos diferentes, além de perceber o papel deles, como a influência da montagem na obra, por exemplo. Entretanto, como abordarei mais à frente o enredo e estrutura dramática para apresentar melhor as ficções, e isto abarca mais que o sistema interno dos produtos vistos como textos, além da noção de texto fílmico de Metz não ser usualmente proposta para análises de produtos audiovisuais serializados, dou preferência ao termo narrativa. Aumont et. al. (2012, p. 107) propõe que “a narrativa fílmica é um enunciado que se apresenta como discurso, pois implica, ao mesmo tempo, um enunciador (ou pelo menos um foco de enunciação) e um leitor-espectador”. Incluídos na narrativa estão presentes: a gramática fílmica, que corresponde ao reconhecimento do público quanto aos objetos e ações apresentadas, é a primeira instância para compreensão do filme; a coerência interna do filme, ou como os elementos fílmicos conversam entre si; e, por fim, a ordem e ritmo da narrativa, que está ligada aos efeitos do gênero do produto. Na perspectiva de Vanoye e Goliot-Lété (2012), a narrativa é a associação entre conteúdo e expressão fílmica, ou seja, entre o que o filme quer passar e como fará isso. Na narrativa, a história que vai ser contada tomará forma. No caso deste texto, tomando *Samantha!* como exemplo, a

história a ser contada é de uma ex-estrela mirim buscando fama nos anos 2010, na narrativa da série a história toma forma com os significantes que o *showrunner* quis passar daquele recorte de vida da personagem.

Outros pontos importantes no aspecto macro da narrativa são: a interpretação sócio-histórica, simbólica e a ideia de realismo. Todo produto audiovisual está inserido em um contexto sócio-histórico e representa, de maneira direta ou indireta, a sociedade em que está inserida. Representa, encena, simula, retrata, reproduz, não é a sociedade propriamente dita que está na ficção. Mesmo os filmes do gênero documentário operam, imersos na diegese, com escolhas de produção que modelam o que será exibido. Segundo Vanoye e Goliot-Lété,

[...] o filme opera escolhas, organiza elementos entre si, decupa no real e no imaginário, constrói um mundo possível que mantém relações complexas com o mundo real: pode ser em parte seu reflexo, mas também ser sua recusa (ocultando aspectos importantes do mundo real, idealizando, amplificando certos defeitos, propondo um “contramundo” etc.). Reflexo ou recusa, o filme constitui um ponto de vista sobre este ou aquele aspecto do mundo que lhe é contemporâneo (VANOYE; GOLIOT-LÉTÉ, 2012, p. 28).

Neste sentido, as produções podem simular lutas e papéis sociais, hierarquias, relações de poder, lugares, tempos, etc. No caso da futura análise, os dois objetos lidam com uma dupla representação, visto que referenciam programas infantis que representavam uma situação ao vivo, pois as duas ficções trabalhavam com programas de auditório. Os programas de auditório da década de 1980 eram gravados e procuravam ter o mínimo de alterações possíveis, mesmo assim, eram gravados, apenas *Bozo* era transmitido ao vivo. No âmbito da interpretação simbólica,

cada obra possui um conjunto de códigos que estão inseridos em um contexto sociocultural específico e se relacionam de uma forma própria, cabe ao espectador ler e decifrar parcialmente ou completamente o que está sendo apresentado. Algumas obras possuem mais simbolismos que outras que buscam ser literais. No caso de *Samantha!* e *Verão 90*, as obras possuem elementos narrativos e estilísticos que são simbólicos e remetem a outros tempos da televisão brasileira. Sobre o realismo em relação aos programas infantis da década de 1980, é preciso entender que são obras ficcionais, se baseiam em eventos que de fato ocorreram, mas simulam uma narrativa com personagens, tramas, músicas, enfim, são ficções, e mesmo se não fossem, a realidade não pode ser atingida em uma obra audiovisual, pode se aproximar. O efeito de realidade nunca será de fato o real, mas pode se aproximar da representação através do material fílmico – os efeitos técnicos e estéticos, da proximidade da temática com um evento que aconteceu e da coerência do universo diegético, dentro de um gênero específico ou não.

Especificamente no campo da televisão, Newman (2006) propõe que mesmo que os programas de televisão sejam diferentes um do outro, neste caso, *Samantha!* como série de VOD e *Verão 90* como telenovela, podem compartilhar princípios narrativos. O autor acredita que a tevê desenvolveu um método de contar história que prende a atenção de seus espectadores a cada novo episódio, ele é baseado em três níveis narrativos: micro (*beat*), médio (episódio) e macro (arco). Os três níveis se correlacionam e têm como base os objetos comerciais e estéticos da televisão. A narrativa é um processo de acumulação de elementos, o *beat* auxilia para dividir e reiterar as informações de maneira que sejam sempre emocionantes. Mas o que seria o *beat*? Ele é o menor nó da narrativa, a unidade narrativa mais básica no audiovisual, pequeno ponto de virada disperso na trama que a faz caminhar

para frente, fabricante de ações, nos faz lembrar porque os personagens estão ali. Geralmente, na televisão, há um *beat* em, no máximo, duas páginas e meia, isto é, dois minutos e meio de conteúdo, isto mantém o ritmo da história sem deixar a trama cansativa e atrapalhar o progresso dos personagens. Cada *beat* pode trazer frustração, entusiasmo, ratificação, complexidade, surpresa, etc., mas ele sempre traz algo, sempre faz a trama avançar. Newman aponta que episódios de uma hora possuem de 20 a 40 *beats*, uma média de 25,12 *beats* por episódio. A recapitulação, outra função do *beat*, é recurso essencial nos programas de televisão, pois é suposto que durante a transmissão, mesmo que seja de *streaming*, o espectador pode se dispersar. Sendo assim, sem irritar o público, o *beat* auxilia a rememorar a premissa básica do *show* ou o nome dos personagens ou um evento importante, enfim, isso faz com que até os espectadores que não assistem ao programa regularmente consigam acompanhar a história e aqueles que são espectadores fiéis aprofundam suas experiências. O nível médio corresponde ao episódio, que possui uma unidade dramática em si, como possui um outro papel se inserido dentro da temporada. Inclusive,

[...] o drama seriado contemporâneo se define enquanto forma artística própria a partir do modo como engendra um mecanismo dramático que possui, dentro de sua estrutura mais profunda de significados, um equilíbrio tenso entre as forças episódicas e seriais, de modo que um potencializa o outro (SILVA, 2015, p. 141-142).

Existem vários tipos de estruturas de episódios, em geral, segundo Allrath e Gymnich (2005) temos a estrutura episódica e a folhetinesca. A episódica corresponde a séries de cunho procedural, em que o problema é dado no início do episódio e finalizado com o seu término e a folhetinesca funciona a partir de um arco

longo que guia a trama, a unidade dramática é efetivada na temporada e não no episódio. Entre esses dois extremos podemos encontrar as séries procedurais que possuem um arco longo em *background* e as antologias, em que apenas o tema conecta os episódios, eles não têm ligação dramática entre si. *Verão 90* se caracteriza como uma série folhetinesca, em que o arco da temporada guia a trama principal, que é ladeada por tramas secundárias. Os personagens vão se revelando ao longo da história e ao final de cada episódio acontece o gancho narrativo, ou *cliffhanger*. No caso de *Verão 90* outros ganchos, menores que o do final, são propostos durante a exibição antes do intervalo comercial. Já *Samantha!* possui uma estrutura episódica bem mais demarcada que *Verão 90*, uma unidade dramática balizada e mesmo mantendo um arco longo na temporada e ganchos ao final dos episódios, poderia ser considerado um procedural folhetinesco ou um serializado episódico. Como em *Samantha!* não existe o intervalo durante a programação, os *beats* cumprem o dever de manter a curiosidade durante o episódio. *Verão 90* possui uma estrutura capitular por enquanto que *Samantha!* é voltada para a estrutura episódica, as duas avançam o arco longo a cada veiculação, possuem uma organização básica para obra como um todo e para cada episódio em particular. O drama seriado contemporâneo segue um “[...]equilíbrio tenso entre as forças episódicas e seriais, de modo que um potencializa e sustenta o outro” (SILVA, 2015, p. 142), é o que ocorre nas duas ficções.

A telenovela no Brasil diferencia-se da produção americana de *soap operas* tradicionais, que inauguraram o gênero folhetinesco melodramático na tevê e chegam a durar anos no ar, intensificando as peripécias constantemente dos personagens. Aqui, segundo Pallottini, a história é:

[...] contada por meio de imagens televisivas, com diálogo e ação, uma trama principal e muitas subtramas que se desenvolvem, se complicam e se resolvem no decurso da apresentação. Naturalmente, a trama planejada como principal é a que leva o enredo básico, a fábula mais importante, do começo ao fim da ação, e a que justifica todo o projeto, dando-lhe unidade (PALLOTTINI, 2012, p. 48).

A telenovela é uma espécie de obra dramática com fortes características do romance de folhetim veiculado em jornais no século XIX, radionovelas e melodrama teatral. Estruturalmente, possui cerca de 150 a 200 capítulos, em média 6 meses de veiculação, com uma hora cada capítulo, sendo 45 minutos destinados para a ficção em si e os demais para chamadas, aberturas, fechamentos e intervalos comerciais. A trama tem entre 30 e 40 personagens, dos quais seis a dez são principais, destacando um par entre eles (PALLOTTINI, 2012). No caso de *Verão 90*, tem-se um triângulo amoroso formado por Manuzita e os irmãos Jerônimo, porém, apenas um dos irmãos forma o par romântico final com Manuzita, o “amor verdadeiro”. Na categoria de arco da protagonista, a atenção se voltará para a personagem feminina, pois apesar de serem três principais, ela é responsável pela organização do enredo. Cada capítulo da telenovela possui entre três a quatro atos sendo intercalados pelo intervalo comercial e finalizando em um gancho narrativo. Essas características mais pontuais folhescas aparecem na trama de *Samantha!*, mas isto é feito em menor escala pelo tamanho da ficção, a primeira temporada tem apenas sete episódios. *Samantha!* é uma *sitcom* com um arco longo na temporada, cada episódio apresenta um problema inicial que precisa ser resolvido, no estilo ação e reação. Necessário levar em consideração que *Verão 90* foi uma obra aberta durante certo tempo, pelo próprio funcionamento da telenovela brasileira, que é escrita de acordo com que o programa é transmitido e



o público o responde, assim, há possibilidade de várias organizações dramáticas, já *Samantha!* não, a obra de *streaming* lançou os episódios da primeira temporada em apenas um dia, como é comum no serviço da Netflix.

O terceiro nível abordado por Newman (2006) corresponde aos arcos, tanto os arcos dos personagens, quanto o arco da temporada, ou se a obra possuir uma temporada só, o grande arco da trama em si. A macroestrutura de uma obra ficcional é normalmente entendida em quatro passos básicos: exposição, desenvolvimento, clímax e desenlace, evidente que episodicamente a mesma premissa também é seguida. Mas avanço para um âmbito macro. Tendo o arco fechado, como vou avaliar, com os produtos já veiculados na íntegra, a análise consegue ser mais pontual. Segundo Pallottini (2012), a apresentação inicial na telenovela ocupa cerca dos vinte primeiros capítulos, quase um décimo do todo, e comparado a uma obra cinematográfica o tempo equivale, visto que a exposição clássica é dada em cerca de dez minutos, a nona parte do filme, isto em um longa-metragem de cerca de uma hora e meia. *Samantha!*, com sete episódios na primeira temporada, vai ter a exposição no piloto, desenvolvimento do *Episódio 02* ao *06* (com muitas peripécias), e clímax, desenlace e gancho para segunda temporada no *Episódio 07*. Todos os episódios são finalizados com ganchos narrativos. É importante lembrar do conceito de pontos nodais de Pucci Júnior (2014) que citei anteriormente, visto que não será possível, em um texto de dissertação, analisar todas as tramas de todos os episódios de *Samantha!*, muito menos de *Verão 90* com seus 154 capítulos, além da falta de necessidade, que é o principal, afinal a exposição de todas as tramas não aproxima o objetivo de compreensão da instrumentalização das nostalgias nos programas infantis da década de 1980. É possível analisar estes objetos sem precisar de tantos detalhes sobre arcos episódicos. O fato de as duas ficções

possuírem caracterizações de protagonistas que guiam a trama ajuda na análise, é um ponto em comum entre os dois objetos.

No cinema, o paradigma de Field (2001) aborda a narrativa clássica. O autor observa que um longa-metragem possui configuração, confronto e resolução, sendo dividido em 30 minutos - 60 minutos - 30 minutos. No primeiro ato tem-se a apresentação, o incidente incitante e o ponto de virada (*plot point*); no segundo ato, vários conflitos são ensaiados para que o protagonista alcance seu objetivo, o *midpoint* (meio do filme, momento de crise), exploração do mundo extraordinário e mais um ponto de virada; no terceiro ato, o protagonista se ergue após uma queda de caráter, enfrenta os conflitos, alcance o clímax e soluciona a trama. Este tipo de narrativa é o que McKee (2006) chama de *design* clássico ou arquitraba, baseados em princípios de narrativa transculturais. Segundo McKee, o *design* clássico é caracterizado por: causalidade, final fechado, tempo linear, conflito externo, protagonista único, realidade consistente e protagonismo ativo.

Desta forma, após expor esses métodos, a proposta para a análise de macroestrutura é observar os arcos, podendo ainda os dividir em atos, isto é, “[...] sequências que culminam em uma cena climática, causando uma grande reversão de valores, mais poderosa em seu impacto do que em qualquer cena ou sequência anterior” (MCKEE, 2006, p. 52). Em níveis micro e médio (NEWMAN, 2006), abordarei alguns *beats* e cenas em episódios que remetem aos programas infantis, algumas, porém, fora destes programas, aparecerão para trabalhar a referencialidade dos *shows* à televisão aberta brasileira. Além disto, será estudado o arco dramático das duas protagonistas e como eles agem nostalgicamente nas tramas. São as nostalgias da trama em si e as nostalgias dos personagens em relação a isto. Aqui, o que mais interessa, ademais de uma análise estilística e narrativa clássicas, é entender como as nostalgias são operacionalizadas nas obras,

em vista disto, os *beats*, episódios, arcos e atos da trama são formas de se alcançar o objetivo.

O arco gera interesse no público de se envolver com o personagem no cotidiano da transmissão da ficção seriada, mas é preciso entender que o tempo de construção do personagem é diferente em um filme e uma ficção seriada, pois o segundo tem mais possibilidades de desenvolvimento dos modos de comportamento do personagem. O público espera pelo desenvolvimento da trama e do personagem e,

O dispositivo que melhor garante esse compromisso com a narrativa é o arco do personagem. O arco está para o personagem como o enredo está para a história. Colocado de forma ligeiramente diferente, o arco é plotado em termos de personagem. Um arco é a jornada de um personagem de A até B, C e D a E<sup>50</sup> (NEWMAN, 2006, p. 23).

Na telenovela, esse fenômeno de envolvimento do público com o arco do personagem possui o recurso do tempo a seu favor, visto que são cerca de 150 a 200 episódios e os roteiros dos capítulos são escritos durante a veiculação da novela, tendo sempre a resposta do público como aporte. No caso do cinema, o protagonista tem até uma hora e meia a duas horas para se apresentar ao público, e na ficção seriada depende do gênero e quantidade de episódios. Entretanto, como apontei, um ponto positivo entre os objetos é o fato de terem protagonistas que guiam a trama, fortes, finítimo ao *design* clássico cinematográfico, que ao final da trama possuem uma carga de valores transformados. Existe ainda a perspectiva de Rabkin (2011, citado por Cruz, 2018). O

---

50. Original em inglês. Tradução da autora: The device that best ensures this commitment to the narrative is the character arc. Arc is to character as plot is to story. Put slightly differently, arc is plot stated in terms of character. An arc is a character's journey from A through B, C, and D to E.

autor estuda séries procedurais norte-americanas e entende que o protagonista, quem personifica o enredo, lida com ideais irreconciliáveis e não consegue atingir seu objetivo final por imersão no conflito, os desejos inconscientes se contrapõem ao objetivo a cada novo episódio. Cruz (2018) acredita na existência de harmonia entre o lado personificado heroico, que conquista o objetivo a fio, e este outro lado conduzido por desejos inconscientes que o afastam do alvo, principalmente em uma telenovela, em que há tempo para tal desenvolvimento. À vista disso, é possível que o personagem possua profundos conflitos internos e mesmo assim consiga manter sua posição heroica arquetípica que procura a mudança absoluta.

Em relação à construção do personagem, baseio-me nas concepções de Lajos Egri (2004) e Mckee (2006). A abordagem analítica privilegiará a construção das protagonistas em vez das tramas, subtramas e personagens secundários. Egri propõe que os objetos possuem três dimensões: profundidade, altura e largura; comparativamente, os seres humanos também possuem três: fisiologia, sociologia e psicologia, isto é o que o autor chama de *character bone structure* (estrutura óssea do personagem). A partir destas três vertentes é possível perceber sobre o comportamento de um ser humano, não o que ele é, mas o que o motiva a ser desta forma, o por quê, o estímulo, a causa. Similarmente, o que fundamenta as atitudes de um personagem. A primeira dimensão é a fisiológica, ou seja, a forma física do corpo. Um doente dá mais valor à saúde do que uma pessoa que a tem plenamente, um corcunda vê a vida de maneira diferente de uma pessoa que não tenha essa questão, etc. As características físicas tornam os personagens tolerantes ou humildes ou arrogantes, enfim, tensiona sua posição diante dos outros. Se está feliz com seu corpo se comportará de uma forma, seus objetivos serão outros de um personagem insatisfeito com o físico. As afetações são outras. A cate-

goria fisiologia engloba o sexo, a idade, altura e largura, cor do cabelo, olhos e pele, postura, aparência (bonito, acima ou abaixo do peso, limpo, arrumado, agradável, desarrumado, formato da cabeça, rosto e membros) defeitos (deformidades, anormalidades, marcas de nascença e doenças) e hereditariedade. A questão da beleza é relativa ao referente, mas, acredito que o autor se refira ao padrão de beleza socialmente midiaticizado. A segunda dimensão, sociológica, diz respeito ao contexto social e cultural em que o personagem esteve imerso durante sua existência: a classe social (baixa, média, alta), ocupação, educação, vida familiar, religião, raça e nacionalidade, lugar na comunidade, filiação política e *hobbies*. Por fim, a última dimensão, psicológica, é o produto das outras duas, “sua influência combinada dá vida à ambição, frustração, temperamento, atitudes, complexos”<sup>51</sup> (EGRI, 2004, p. 34), abrange: vida sexual, padrões morais, premissa pessoal, ambição, frustrações, principais decepções, temperamento (colérico, tranquilo, pessimista ou otimista), atitude perante a vida (resignado, militante ou derrotista), complexos (obsessões, inibições, superstições e fobias), se é extrovertido, introvertido ou ambivertido, habilidades, qualidades e quociente de inteligência (QI). De acordo com Egri, é essencial perceber a tridimensionalidade do personagem, entender que o seu físico, contexto social e laços psicológicos demonstram suas motivações, razões de continuar existindo. O público se identifica com um personagem profundo com qualidades inatas manifestas sob pressão.

A ficção audiovisual existe assegurada de conflitos, logo, conflitos dos personagens são essenciais para um enredo. O protagonista contemporâneo possui conflitos consigo, com a sociedade e com o Divino, McKee (2006, p. 144) sugere que “o mundo de

---

51. Original em inglês. Tradução da autora: Their combined influence gives life to ambition, frustration, temperament, attitudes, complexes.

um personagem pode ser imaginado como uma série de círculos concêntricos ao redor de um núcleo de identidade, ou de uma consciência pura [...]”. Estes círculos ou níveis são: o interno, o de relacionamentos pessoais e o de conflitos extrapessoais. O primeiro está relacionado ao próprio personagem e seus dilemas mentais, corporais e emocionais, em que o próprio ser é seu principal antagonista. O segundo, relacionamentos pessoais, coteja os relacionamentos profundos do personagem, deixando de lado os papéis sociais convencionais. O terceiro, conflitos extrapessoais, corresponde aos antagonismos que vêm de fora, instituições sociais *vs* indivíduos, igreja *vs* devoto, garçom *vs* cliente, patrão *vs* empregado, entre outros. A partir de uma brecha na vida do protagonista, em que as esferas objetivas e subjetivas são tensionadas, o personagem busca um objeto de desejo. Para atingir o objetivo, ele precisa ultrapassar os conflitos internos, pessoais e extrapessoais; quanto mais difícil o desejo, maior o risco sofrido pelo personagem. Apesar de McKee não tratar diretamente de uma relação com o Divino, acredito que no conflito interno, quando se refere a mente, esta questão possa ter uma abertura para ser tensionada. O personagem pode não ter os três níveis de forma definida e clara na ficção, e pode ter com o adendo de nem todos os níveis serem trabalhados da mesma maneira, isto depende do gênero da ficção ou da forma como os personagens são construídos. Em suma, Egri sugere três dimensões para construção de personagem (fisiológica, sociológica e psicológica) e McKee aborda níveis de conflitos que o personagem pode enfrentar para atingir seu objetivo. São duas vertentes de análise interessantes para trabalhar com as duas protagonistas dos objetos empíricos: Samantha e Manuzita. Seguirei debatendo sobre composição cênica.

### 3.2 Composição cênica

O objetivo da categoria é desvelar as funções dos sintagmas estilísticos dentro dos objetos. Como disse, estilo pode ser configurado como padrões técnicos de imagens e sons que possuem funções na trama; exemplo: a função do figurino de Zé Cigarriho na construção do universo ficcional de *Samantha!*, a utilidade das cores utilizadas nos programas infantis, a finalidade dos planos cinematográficos e movimentos de câmera em que são trabalhados os programas infantis nos objetos, etc. Como exposto anteriormente, não é intenção aqui trabalhar com especificações de diretores, como faz Bordwell (2008) em *Figuras traçadas na luz* analisando o estilo fílmico de Louis Feuillade, Kenji Mizoguchi, Angelopoulos e Hou Hsiao-Hsien, neste texto utilizo a abordagem de encenação audiovisual para comparar os objetos e encontrar padrões que auxiliem a atingir o objetivo central. Não vai ser possível, por medidas de tempo, analisar todos os personagens e as músicas extra e intra diegéticas, apesar destas questões poderem sustentar melhor o caminho até o objetivo.

Bordwell e Thompson (2013) trabalham entre o estilo e a encenação, tendo no horizonte a *mise-en-scène* cinematográfica, usual nas análises estilísticas do cinema. Segundo os autores, estilo é um “[...] uso unificado, desenvolvido e significativo de determinadas escolhas técnicas” (BORDWELL; THOMPSON, 2013, p. 204), já a *mise-en-scène* cinematográfica “[...] inclui os aspectos do cinema que coincidem com a arte do teatro: cenário, iluminação, figurino & maquiagem e comportamento dos personagens” (BORDWELL; THOMPSON, 2013, p. 205). Os autores possuem a visão debruçada sobre o diretor, que não me é interessante agora, entretanto, a perspectiva da *mise-en-scène* é importante para análise de *Samantha!* e *Verão 90*. Chego à questão: quais estilos são repre-

sentados nas ficções contemporâneas dos programas infantis da década de 1980? Entendendo que “[...] todos os textos de televisão contêm estilo. Estilo em sua textura, a sua superfície, a teia que une seus significantes e através dos quais suas expressões são comunicadas”<sup>52</sup> (BUTLER, 2010, p. 15). Butler propõe uma metodologia analítica do estilo televisivo a partir de uma análise descritiva e outra funcional. A primeira esmiúça elementos que compõem o sintagma televisual e a segunda engloba percepções sonoras e visuais e seus respectivos sentidos no texto através das funções denotativa, expressiva, simbólica, recapitulativa, persuasiva, interpelativa, entre outras. Desde a descrição já acontece uma espécie de interpretação, visto que, se assim não fosse, a descrição dos objetos precisaria se deter a cada pixel de cada plano de uma ficção. Ou seja, existem escolhas feitas pelo analista até no momento de descrição do produto. “Uma descrição de um programa de televisão não deve replicar esse *show*. Deve, obviamente, servir apenas para aprofundar a análise”<sup>53</sup> (BUTLER, 2010, p. 11). Deste modo, primeiro o analista realiza uma descrição do texto televisivo a partir de uma série de imagens narradas para depois propor a função de partes dessa descrição na trama. Ele vai observar o funcionamento dos padrões estilísticos e como eles operam entre si, no caso deste texto, haverá comparação entre os estilos observados nos diferentes objetos. Uma obra importante sobre os estudos em estilo televisual no Brasil é a organizada pela professora Simone Maria Rocha (2016), *Estilo televisivo e sua pertinência para a TV como prática cultural*, em que os autores se baseiam na metodologia

---

52. Original em inglês. Tradução da autora: [...] all television texts contain style. Style in their texture, their surface, the web holds together their signifiers and through which their signifieds are communicated.

53. Original em inglês. Tradução da autora: A description of a television show should not replicate that show. It should, obviously enough, only serve to further the analysis.



de Butler (2010) para refletir sobre programas brasileiros, tanto ficcionais como informativos, a exemplo dos telejornais, tendo no horizonte uma influente vertente cultural. Resumindo, irei trabalhar com as concepções de encenação audiovisual para observar as funções dos padrões estilísticos presentes nos dois objetos.

Para compreensão da composição cênica, pretendo abordar os figurinos, maquiagens, cores, iluminações, cenários e comportamentos dos personagens nas obras, principalmente quando representam os programas infantis. Nos textos sobre cinema, e o próprio Bordwell (2008) afirma isto, o termo *mise-en-scène*, na perspectiva cinematográfica, é polivalente. Pensá-la em um âmbito ficcional pode envolver ainda mais elementos, visto que, em tradução, o termo aponta para tudo que está em cena, entretanto, para o que estou propondo aqui, observar operacionalizações de nostalgias nos objetos empíricos, trabalhar com os elementos já citados (figurinos, maquiagem, entre outros) parece suficiente. Para Bordwell (2008, p. 29), a *mise-en-scène* cinematográfica costuma passar despercebida da atenção dos espectadores, que se detém sob o humor, a emoção, o rosto dos atores, etc., sendo assim “somos afetados, mas não percebemos” a *mise-en-scène*, é como uma arte imperceptível. Talvez o seja, talvez esteja presente para criar camadas simbólicas para entender o objetivo do texto. Bordwell também propõe:

Os defensores da estética da *mise-en-scène* raramente distinguem seus vários aspectos, [...]. Para mim, o essencial sentido técnico do termo denota cenário, iluminação, figurino, maquiagem e atuação dos atores dentro do quadro. Alguns críticos incluiriam o movimento de câmera como um elemento da *mise-en-scène*, mas prefiro deixá-lo como uma variável independente. A movimentação da câmera diz respeito à cinematografia, não constituindo uma característica do que é filmado (BORDWELL, 2008, p. 36).

A partir desta perspectiva de Bordwell, prefiro utilizar o termo *mise-en-scène* cinematográfica, por entender que em algum momento os elementos de encenação citados e a planificação se entrecruzam, contudo, os elementos cênicos ou, a composição cênica, mencionada por Bordwell se faz relevante na futura análise.

Cada um dos elementos cênicos possui função importante para compreensão da representação do universo infantil televisivo na década de 1980. O figurino e a maquiagem, por exemplo, produzem subjetividade, comunicam simbolicamente sobre o perfil do personagem, sua classe social, acentuação de personalidade, enfim, caracteriza-o, mesmo sendo uma camada superficial, é a representação arquetípica do personagem, carrega características sociais e culturais. Segundo Cortinhas (2010, p. 17), “o figurino materializa o personagem e privilegia a sua silhueta em todas as suas proporções. O corpo do ator é transformado em imagem, lugar originário do sensível. Toda a imagem produz efeitos para quem as recebe e também para quem a produz”. As cores e a iluminação também corroboram na construção de sentido da cena. Martin (1993) observa que a iluminação é uma força motriz para expressar climas, percebe, uma cena cantada por um casal ao ar-livre em uma comédia romântica é diferente do filme em preto e branco com baixa iluminação como no cinema *noir*. Neste caso, o cenário também tem valor, uma cena em ambiente aberto tem uma perspectiva diferente de um lugar fechado, como os estúdios de televisão, e não é apenas por causa do efeito das cores e da iluminação. A “aparência” do produto audiovisual, o que é apresentado visualmente, provoca sentimentos, sensações e sentidos.

Nesta categoria analítica, usarei como exemplificação, sequências de planos, a fim de representar as cenas, visto que não vou expor todos os planos. A definição usual de um plano corresponde a uma porção de filme inclusa entre outras duas, ou, um plano é o que está entre duas mudanças de planos (AUMONT; MARIE,

2004). Quando se propõe um plano cinematográfico, também se acomete sentido às sequências (séries de planos), que envolve movimento e duração. Segundo Aumont et. al. (2012, p. 39), “a noção muito difundida de *plano* abrange todo esse conjunto de parâmetros: dimensões, quadro, ponto de vista, mas também movimento, duração, ritmo, relação com outras imagens”. Não é objetivo aqui utilizar o método de análise fílmica plano a plano, mas quando necessário utilizarei a pausa na imagem, ou fotograma, para elucidar a cena, mesmo sabendo que a cristalização momentânea de uma obra audiovisual é prejudicial à sua análise em interim porque suprime o áudio e o movimento, entretanto, na pesquisa acadêmica escrita, essa forma recorrente de análise é uma das mais efetivas, é a citação de maior proximidade da obra que posso usar neste texto.

## Análise: *Samantha!* e *Verão 90*

*Samantha!* é uma produção Netflix em parceria com a produtora brasileira Los Bragas, dirigida e roteirizada por uma equipe de brasileiros, Felipe Braga como *showrunner*, direção de Luis Pinheiro, Felipe Braga e Julia Jordão e roteiro de Roberto Vitorino, Patrícia Corso, Rafael Lessa e Filipe Valerim. A ficção possui duas temporadas, a primeira veiculada em 2018 e a segunda em 2019, cada uma com sete episódios entre 24 e 37 minutos cada. Vou me deter aqui na análise dos pontos nodais da primeira temporada por questão de espaço e tempo desta dissertação e por acreditar que este recorte seja necessário para alcance do objetivo final. Sobre os modos de produção, *Samantha!* tem um corpo de profissionais brasileiros por trás das câmeras. Em entrevista ao *podcast* Primeiro Tratamento<sup>54</sup>, a roteirista Patrícia Corso falou sobre a produção da série<sup>55</sup>. Patrícia comenta que a primeira temporada possuiu seis meses de sala de roteiro e nas gravações, dois roteiristas ficaram no *set*, algo atípico no meio televisivo. Ao ser questionada sobre como é produzir para Netflix, ela comenta da quantidade de tratamentos que o roteiro recebe, cerca de cinco a seis, existindo profissionais qualificados para avaliar cada movimento do roteiro, o que na televisão aberta, principalmente em uma novela, não ocorre com tanto cuidado, visto que é um programa diário, imediato. Em contrapartida, a telenovela tem a

---

54. *Podcast* brasileiro de entrevistas com roteiristas criado por Bruno Bloch e Filippo Cordeiro.

55. Disponível em: <<https://www.primeirotratamento.com.br/2017/11/07/primeiro-tratamento-patricia-corso-ep2/>>. Acesso em: 28 out. 2020.

vantagem de ser produzida aos poucos e ir recebendo o *feedback* do público ao longo do percurso, dando autonomia aos diretores para modificar o que for necessário, a série de *streaming* é lançada em um mesmo dia, o *feedback* vem por temporada. Em relação à distribuição, como todo produto que leva o selo de Original Netflix, fica a cargo da própria rede de *streaming*, então a série pode ser encontrada em seu *site* oficial<sup>56</sup>. O *show* em câmera única é considerado uma *sitcom* (comédia de situação) pelo *site* da Netflix, entretanto, mesmo que possua um conflito central a cada episódio, o arco longo persiste durante uma temporada, com ganchos ao final de cada episódio.

A primeira temporada se assemelha estruturalmente a um longo filme com arquitrama/*design* clássico (MCKEE, 2006) ou os três atos de Field (2001), apenas com a mudança do final, pois a primeira temporada possui *cliffhanger* para a segunda. Os *beats* estão presentes em cada episódio dando ritmo à história e conectando cenas, em *Verão 90* os *beats* possuem uma função maior de recapitulação, pela própria estrutura da telenovela e o fato dela ter sido pensada para um público disperso, que assiste televisão muitas vezes ligado a um aparelho na sala ou cozinha por enquanto que realiza outras atividades. A ficção seriada possui nove personagens recorrentes: Samantha, a protagonista (interpretada por Emanuelle Araújo e quando criança por Duda Gonçalves); Dodói, esposo de Samantha e famoso ex-jogador de futebol (interpretado por Douglas Silva); Cindy e Brandon, filhos de Samantha e Dodói (interpretados por Sabrina Nonato e Cauã Gonçalves); Marcinho, agente de Samantha (interpretado por Daniel Furlan); Zé Cigarrinho, um homem na faixa dos 60 anos, mascote da Turminha Plimplom e melhor amigo de Samantha

---

56. Disponível em: <<https://www.netflix.com/br/title/80173174>>. Acesso em: 23 out. 2020.

(interpretado por Ary França); Alfonso, ou Bolota, como Samantha apelidou na infância, integrante da Turminha Plimplom (interpretado por Maurício Xavier e Sidney Alexandre)<sup>57</sup>; Tico, o terceiro integrante da Turminha Plimplom (interpretado por Rodrigo Pandolfo e Enzo Oviedo); e a Menina Cogumelo, ou Liliane, personagem que tem a voz por trás da gravação oficial da música *Abraço Infinito* e era considerada a quarta Plimplom, até Samantha intervir por medo que tomasse seu lugar (interpretada por Alessandra Negrini e Fernanda Matias). O arco narrativo da personagem na temporada, em uma questão macro (NEWMAN, 2006), corresponde a Samantha procurando atingir seu objetivo tangível: voltar a ter fama nos anos 2010 como tinha na década de 1980, com isto atingido ela se sentirá completa, plena, para ela o *glamour* da televisão que foi vivido na infância é o significado de felicidade. Samantha quer ser reconhecida, mas apesar de aparentar, não é uma personagem fútil, é uma boa mãe, preocupada com seus filhos, quer ser vista, mas também quer fazer disto algo bom, deseja transmitir uma mensagem de paz. Como espectadores, sabemos que atingir a fama não a trará felicidade, não pelo ato da fama em si. E em um *beat* do último episódio, a personagem cai em si e percebe isto, mas como toda boa personagem de comédia de situação, a transformação não é grande, logo, volta a querer ser famosa, mas por outros meios, de uma forma que a mensagem transmitida a seus fãs seja positiva. Irei por partes, apresentarei o enredo básico de cada episódio da primeira temporada. Todas as referências feitas a *Samantha!* serão da primeira temporada, por isso não colocarei a temporada nas citações. Nas citações sobre o tempo em que as falas dos personagens são anunciadas, uso os apóstrofos para indicar minutos (') e segundos (").

---

57. Vou dar preferência a usar o nome Bolota durante o texto, pois foi assim que ele ficou conhecida na televisão.

O primeiro episódio começa com o ano 1985 por extenso estampado em vermelho na tela, um longo corredor com cores marcantes, fantasias brilhantes e Samantha (ainda criança), em primeiro plano, dentro de seu camarim, com a figurinista por trás testando novas tiaras, porque Samantha não sabe onde a sua se encontra. A protagonista é exigente e está atrasada para o programa, *Turminha Plimplom*, mas parece não se importar, pois o programa, como ela diz “só começa quando eu chegar” (*Samantha!, Episódio 01, 0’49”*). Samantha anda pelo estúdio chateada procurando a tiara e se depara com adultos que a importunam ao chamá-la de “Samontra”. No *backstage*: insultos, palavras torpes, pessoas namorando, e itens que rememoram a televisão brasileira na década de 1980, como um cheque gigante oferecido pós-sorteio ou concurso de talentos e um Volkswagen Beetle embrulhado para presente. Samantha encontra a tiara com Bolota e sai furiosa. O clima é hostil e seu único amigo naquele lugar é Zé Cigarrinho, a mascote do programa. Ele tenta acalmá-la dizendo que ela é a criança mais amada do Brasil. Todos se organizam na posição do palco, estão claramente chateados, mas a diretora ordena um sorriso, e, naquele momento, quando as luzes acendem, seus rostos se transformam, parecem ser pessoas felizes e satisfeitas, o espetáculo está no ar e Samantha dubla a célebre frase da Turminha Plimplom “o importante é não deixar de acreditar” (*Samantha!, Episódio 01, 3’03”*). A Turminha Plimplom canta *Abraço Infinito*, música que conta a história de uma conversa com um alienígena, que expõe sobre uma mensagem positiva de que o espaço é um lugar bom e a Turminha Plimplom é fruto de sentimentos agradáveis. No palco do programa de auditório: algumas crianças, mulheres de maiô dançando (algumas em simulações de jaulas, em uma delas o *zoom* da câmera visa a exposição de seu corpo como objeto de desejo), Zé Cigarrinho e os três integrantes do trio musical. De repente, saltamos para 2018

e Samantha adulta está cantando e dançando a mesma canção em um decadente bar com apenas uma fã. Esse é o tom da série.

Figura 08 – Sequência de planos da primeira cena de *Samantha!* (Netflix, 2018-2020)



Fonte: *Samantha!* (Netflix, 2018-2019)

No primeiro episódio acontece a exposição do arco da temporada. Marcinho avisa a Samantha que não será mais seu agente, o *show* no restaurante é um fracasso, ela é abordada por uma mulher chamada Symantha que parece ter a mesma idade e seu nome é uma homenagem ao da protagonista (a mãe era fã da Turminha Plimplom), enfim, o fim da carreira se aproxima. Ao chegar perto de casa, no carro com Cindy e Brandon, os três observam muitas pessoas na rua gritando eufóricas. Ao entrarem em casa está Dodói, que acabou de sair do presídio. As luzes da casa estão apagadas, pois Dodói tenta fugir dos holofotes. Samantha ainda sente raiva de Dodói por tudo que ele fez a ela, mas ele tenta reconciliação. Dodói acredita que Samantha assinou o divórcio e os dois não estão mais casados judicialmente, só que ela nunca assinou. Samantha vê uma oportunidade de estar à frente das câmeras e sai de casa para avisar que Dodói não vai



aparecer, quando ela começa a conversar com os repórteres e o público os conquista e suas feições se alegram ao ouvir as pessoas gritarem em coro seu nome. Ela volta para casa, permite que Dodói passe a noite lá, entra no quarto e lembra de situações vividas no *show* infantil, rememora Zé Cigarrinho falando “as pessoas em casa precisam de você, é pra Samantha que elas olham quando o céu parece entristecer” (*Samantha!*, *Episódio 01*, 14’22”), e sente que vai ser importante de novo. Aqui temos um *plot point* (FIELD, 2001), Marcinho volta a procurar Samantha, avisa que Dodói e ela juntos podem gerar renda, pois segundo o empresário, “casal vende”. Por enquanto que Dodói cuida das crianças, ela é chamada para uma entrevista e depois um novo *show*, em que Zé Cigarrinho vai, mas falece antes de entrar em palco. Samantha não realiza o *show* sem o amigo. No velório, Samantha chora. Ao sair, Marcinho fala sobre a proposta de comercial da Cerveja Canoa para que ela e Dodói façam como casal, este é o gancho para o segundo episódio. Ou seja, existe aqui uma exposição sobre como a série vai abordar os anos 1980, com sátira e romantismo, uma decadência inicial na carreira da protagonista e um ponto de virada com a chegada de Dodói que a faz perceber uma brecha para chegar ao estrelato novamente, e ela aproveita. Agora sem Zé Cigarrinho ao seu lado, Samantha seguirá o sonho, usando Dodói como uma ponte para conquistar a fama.

No segundo episódio, os conflitos familiares se intensificam, como em um bom drama burguês, e os arcos de Cindy e Brandon começam a se desenvolver. Cindy é uma adolescente inteligente, não se importa muito com a aparência, possui ideologias de vida muito fortes, principalmente às ligadas ao feminismo e veganismo, mas não segue o padrão “rebelde”, é gentil em defender o que acredita; já Brandon é parecido com a mãe, é uma criança que acabou de escrever sua biografia, conhece sobre estrelas do mundo *pop* e quer ser famoso. Ainda no *Episódio 02*, Samantha

e Dodói gravam o comercial da Cerveja Canoa juntos, Samantha precisa lidar com o fato de ter envelhecido e ser vista como uma “patroa”<sup>58</sup> e utiliza as premissas do movimento feminista proclamadas por Cindy para dizer ao diretor do comercial que a “patroa”, nesta nova geração, deveria estar no lugar da “gostosa” e com seu jeito influente e esperto de ser, faz a modelo que seria a “gostosa” do comercial se demitir. Atua ao lado de Dodói e chama mais atenção que ele na propaganda. O episódio acaba com uma mulher do estúdio vendo Samantha gravar a publicidade e a chamando para participar como jurada de um *show* de Talentos.

No *Episódio 03* Samantha participa como jurada do *show Enjaulados Kids*, uma sátira aos programas de talentos musicais infantis, como *The Voice Kids Brasil* (Rede Globo, 2016-Presente). Samantha percebe que quando é gentil com as crianças é vaiada pela plateia, sendo assim, tenta mudar sua posição, se torna insensível como jurada. Só que, acaba sendo impiedosa com uma cantora mirim amada pela plateia, este é o centro do conflito do episódio. Dodói, com a ajuda de Brandon, tenta voltar à velha forma física para jogar futebol novamente, e Cindy resolve se apresentar no *show* de talentos como uma forma de protesto. O clímax do episódio se dá quando Samantha precisa escolher quem é a melhor candidata: a cantora que ela disse não gostar e o público a vaiou, sobre a qual agora ela precisa demonstrar apoio para conseguir afeição do público, ou sua filha. O desenlace é feito com Samantha subindo ao palco para cantar com as duas adolescentes. Samantha e Cindy são expulsas do programa. Em casa, Cindy e Brandon ligam o karaokê por enquanto que Samantha conversa com Dodói, que está triste porque não tem esperanças de voltar a ser jogador de futebol, a protagonista diz:

---

58. Patroa e gostosa são as diferenciações de tipos feitas pelos próprios personagens da série.

“Dodói, quando o mundo quer te botar pra baixo, o que você deve fazer? Segue por cima” (*Samantha!*, *Episódio 03*, 25’29”), ele fala que ela sempre escapa das situações e Samantha responde: “Escapo. Vou pra Paris”, esse é o primeiro gancho para o próximo episódio. O segundo gancho é a aparição de uma jovem chamada Laila, influenciadora no Instagram (profissão também conhecida como *digital influencer*), dizendo que no vídeo desta semana estará “sem filtros”, mostrando sua intimidade de maneira sincera.

No *Episódio 04*, Samantha finge estar em Paris pelas redes sociais, Dodói vai à uma festa para conseguir contatos e acaba namorando com a jovem Laila e a leva para casa. A protagonista se sente acuada pela presença de Laila, uma mulher mais nova e famosa na internet, que até os filhos seguem nas redes sociais digitais. Samantha rememora seus momentos de fama e conta para Laila sobre a época de estrelato na tevê. O episódio faz uma ponte entre a fama na televisão e a fama através das redes digitais. No gancho, um homem desconhecido vê Samantha pelas redes digitais e diz “Encontrei a nossa morena misteriosa” (*Samantha!*, *Episódio 04*, 25’51”).

No *Episódio 05*, Flávio Júnior, o homem desconhecido do episódio passado, pede Samantha em casamento em seu *reality show Vivendo e Amando com Flávio Júnior*, e ela aceita. O programa visa mostrar a vida íntima de pessoas, uma sátira a *shows* como *A Fazenda* (Rede Record, 2009-Presente) e *Big Brother Brasil* (Rede Globo, 2002-Presente). No episódio, Samantha e Flávio vão preparar o casamento, o oitavo de Flávio. Dodói e Samantha ficam juntos e Flávio Júnior descobre, acabando o programa. Tudo isso vai ao ar no *reality show*. Dodói descobre que Samantha nunca assinou o divórcio. O gancho acontece com uma desconhecida olhando postagens referentes a Samantha em um *tablet*.

No *Episódio 06*, Samantha relembra as cinzas de Zé Cigarriño, a família pede que ela jogue fora, mas ela mostra um vídeo

que Zé gostaria que as cinzas fossem jogadas no local em que os Plimplons fizeram o primeiro *show*, e todos deveriam ir reunidos. Samantha vai atrás de Bolota e Tico e percebe o quão problemáticos eles estão, todos afirmam estar assim por conta dela e suas exigências na infância. Paralelamente, Marcinho está no escritório esperando uma empresária (a do último gancho). Ao final, depois de um forte movimento nostálgico por parte dos três Plimplons em relação à infância, eles conseguem jogar fora as cinzas do Zé Cigarrinho. A nostalgia evocada pelos três ao recordarem o programa infantil que fizeram juntos os deram forças para seguir em frente, mesmo que continuassem problemáticos. Marcinho diz que a empresária está chegando e pede para Samantha ir para o escritório. Samantha diz que tem uma proposta para a empresária, este é o gancho para o último episódio da temporada.

No *Episódio 07*, Samantha, Bolota e Tico fazem um *remake* da *Turminha Plimplom* na televisão aberta. Uma personagem, que seria a quarta Plimplom, Liliane, quem gravou a música *Abraço Infinito*, é convidada por Marcinho e fala que está “ótima”, tentou suicídio, nunca pegou sol, e por isto, precisa agradecer à Samantha. Ou seja, mais uma personagem problemática do programa infantil que culpa a protagonista. Entre memórias e representações do presente, a trama faz sátiras sobre a televisão aberta brasileira na década de 1980 e nos anos contemporâneos, pois apesar de muitas situações terem mudado, algumas permanecem; segundo Marcinho: casal vende, programa só vai ao ar com patrocínio, sangue, briga de família, audiência é mais importante que uma “mensagem de amor”, etc. O clímax da temporada ocorre quando Samantha percebe que aquele programa não vai realizar sua vontade de ficar famosa pela transmissão de uma boa mensagem, seu microfone cai da mão, ela começa a tirar a maquiagem e diz que está na hora de crescer. No desenlace, a personagem rasga o papel do divórcio e beija Dodói. No gancho

para a segunda temporada, ao ouvir as pessoas ao lado de fora de sua casa aclamando seu nome após a desistência dos Plim-plons em tevê aberta, Samantha decide que ainda tem algo bom para mostrar ao mundo e cogita carreira política. Este é o enredo básico da temporada. Cada episódio possui um arco próprio delimitado e um arco longo, principalmente em torno do *will-they-won't-they* entre Samantha e Dodói, ou se eles vão ou não ficar juntos ao final da história, comuns em séries de comédia (SEABRA, 2016), sem mencionar a questão das nostalgias em torno dos programas infantis da década de 1980 e as sátiras à televisão brasileira, claro.

*Verão 90* é uma telenovela veiculada pela Rede Globo entre janeiro e julho de 2019, a 93<sup>a</sup> obra do “horário das sete”, e se encontra disponível na plataforma de *streaming* do canal, GloboPlay<sup>59</sup>, ou seja, a ficção foi construída para uma recepção massiva pela rede de tevê de maior audiência no país, até porque a trama age nostálgicamente sobre três décadas no tempo diagético – 1970, 1980, 1990, e ainda aponta para o que acontecerá nos anos 2000, abarcando uma construção simbólica maior da televisão, mixando elementos de várias décadas, abrindo o leque de reconhecimentos pelo público, e agora se encontra armazenada em uma plataforma para assinantes de um serviço da própria emissora – este é o circuito da obra. A comédia dramática segue o formato estilístico em multicâmera e cada capítulo possui 50 minutos de duração. A criação da obra é de Isabel de Oliveira e Paula Amaral, direção geral de Jorge Fernando e Marcelo Zambelli e colaboração de Daisy Chaves, Isabel Muniz, João Brandão, Luciane Reis, Ana Paula Guimarães, Diego Morais e Bia Coelho, sendo assim, toda a produção e roteiro está a cargo de brasilei-

---

59. Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/verao-90/t/FSMqBDH86g/>>. Acesso em 27 out. 2020.

ros, pessoas que possuem em seus repertórios culturais os simbolismos da televisão brasileira nas décadas de 1970, 1980, 1990 e 2000. Sobre questões cenográficas e construção do ambiente diegético, percebe-se um esforço em reproduzir os programas infantis da década de 1980, os eventos televisivos entre 1980 e 1990 – usando, inclusive, arquivos de outros programas da própria Rede Globo, e a cidade do Rio de Janeiro com bares e boates da época, exemplos: a Galeria Alaska e a boate Dr. Smith, além de orelhões, carros, placas e pessoas com figurinos que simulem a década de 1990. *Verão 90* começou a ser planejada por Izabel de Oliveira e Paula Amaral no segundo semestre de 2015 e foi aprovada como projeto pela Rede Globo no primeiro semestre de 2016. Inicialmente a novela se chamaria *Anos Incríveis*, mas como o título *Anos Incríveis* foi a tradução brasileira da série estadunidense *The Wonder Years* (ABC, 1988-1993) o nome foi alterado para *Verão 90 Graus*, e, por fim, encurtado para *Verão 90*. Isto configura os modos de produção da obra.

Como é de se esperar, a matriz no folhetim faz da novela um produto mais *serial* que procedural, em que a progressão de arco longo é mais importante do que a capitular, sendo difícil estabelecer uma sequência aristotélica em cada capítulo. Por causa da estrutura teleológica do objeto, é melhor expor o arco da temporada (NEWMAN, 2006), ou seja, o arco da telenovela inteira, e abordar pontos nodais (PUCCI, 2014) na análise. O *show* possui mais personagens recorrentes que *Samantha!*, devido ao próprio tamanho da obra, vou abordar os personagens que giram em torno dos conflitos da protagonista. Manuela Renata de Andrade, também chamada de Manu e Manuzita (interpretada por Isabelle Drummond e Melissa Nóbrega)<sup>60</sup> é a protagonista, ela estru-

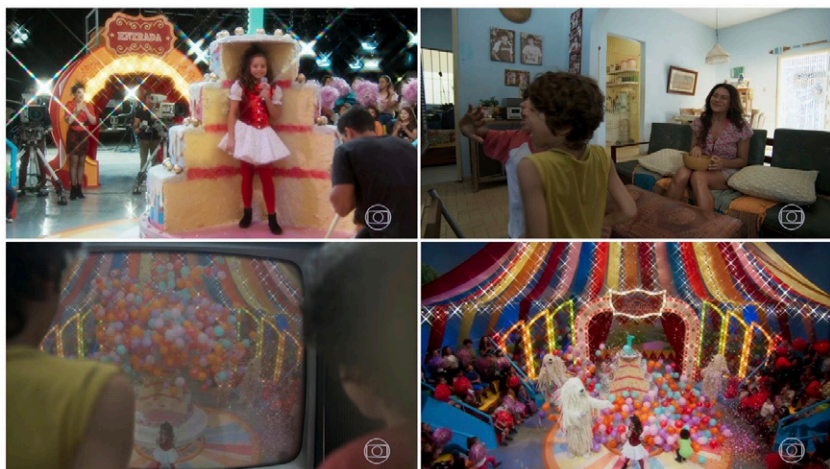
---

60. Vou dar preferência a usar o nome Manuzita durante o texto, pois foi assim que ela ficou conhecida na televisão.

tura o enredo. Formando com ela o triângulo amoroso comum em comédias românticas estão os irmãos Guerreiro, João (interpretado por Rafael Vitti e João Bravo) e Jerônimo (interpretado por Jesuíta Barbosa e Diogo Caruso). Manuzita é apaixonada por João e ele por ela, Jerônimo também gosta da protagonista, mas não é correspondido. A mãe de Manuzita é Lidiane Andrade (interpretada por Cláudia Raia), ou Lidi Pantera como foi conhecida na época da pornochanchada, e a mãe dos irmãos Guerreiro é Janaína Guerreiro (interpretada por Dira Paes). Por fim, Jofre Araújo (Luiz Henrique Nogueira) é o personagem que interpreta a mascote Jofre Cachorrão no programa infantil.

A ficção começa em 1981 com os irmãos Guerreiro em Armação do Sul (Santa Catarina) se acomodando em frente à televisão para assistir ao programa de comemoração de um ano do *Patotinha Mágica*, eles estão ansiosos para ver Manuzita na tela por enquanto que passa o desenho animado do *Batman*. Ao mesmo tempo, no Rio de Janeiro, Manuzita está em *studio* atrasada para entrar em palco pois Lidiane não acredita que aquela maquiagem está satisfatória na filha, quando o diretor pede que Lidiane se apresse ela responde algo parecido com o que Samantha diz no início do *show*: “sem Manuzita não tem programa”. Manuzita está com nove anos, é uma estrela mirim no campo musical e televisivo, apresenta o *Patotinha Mágica* e é uma menina amada pelo povo brasileiro. A música inicial do programa tem uma letra que menciona que aquele espaço do *Patotinha*, o programa de auditório, é um lugar de diversão, seguro, onde tudo é possível. Do outro lado da tevê, os irmãos Guerreiro dançam, cantam e fazem ar de apaixonados pela estrela mirim.

Figura 09 – Sequência de planos da primeira cena de *Verão 90* (Rede Globo, 2019)



Fonte: *Verão 90* (Rede Globo, 2019)

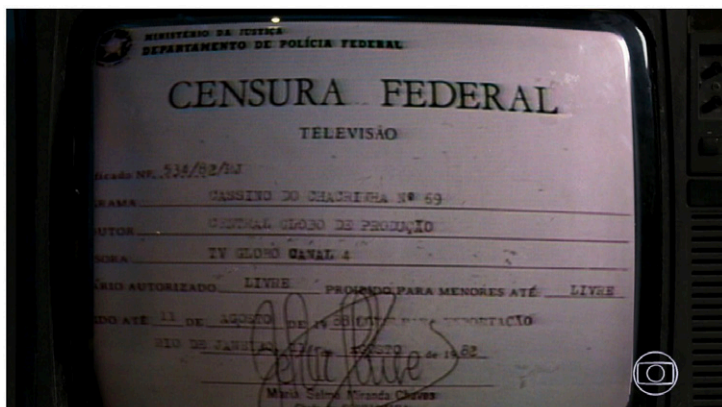
Durante o primeiro episódio acontece uma queda de audiência no *Patotinha Mágica* e a equipe de produção fala sobre um possível cancelamento para Lidiane. Revoltada, a ex-atriz estrategema que durante a apresentação do *Cassino do Chacrinha* (Rede Globo, 1982-1988)<sup>61</sup>, Manuzita, que é convidada, fará o anúncio de um concurso para uma criança protagonizar o *Patotinha* ao seu lado, levando as crianças do Brasil à loucura e impedindo a possibilidade de um cancelamento. O momento da apresentação do *Cassino do Chacrinha* rememora várias cenas da televisão brasileira, inclusive cenas próprias da Rede Globo, como a abertura oficial do programa e um *take* da Censura Federal concedida ao *Cassino* na época. Aqui existe um equívoco em relação ao tempo, pois o *Cassino* estreou em 1982 e o ano diegético em que

61. Programa de auditório com atrações musicais e show de calouros apresentado nas tardes de sábado por Abelardo “Chacrinha” Barbosa. No último ano de programa o apresentador precisou se afastar devido à saúde e foi substituído por João Kléber.



a novela está é 1981, acredito e mais à frente exponho isso, que *Verão 90* não está tão aficionada a corresponder com precisão aos momentos históricos, suas instrumentalizações nostálgicas são mais genéricas a fim de alcançar um público massivo através de simbolismos do final do século passado.

Figura 10 – Censura Federal concedida ao programa *Cassino do Chacrinha* (Rede Globo, 1982-1988)



Fonte: *Verão 90* (Rede Globo, 2019)

Em casa Janaína vibra com a apresentação do cantor Fábio Júnior no programa, o que de fato aconteceu na década, as imagens são as mesmas. Os irmãos Guerreiro fogem de Armação do Sul para fazer parte do concurso, pois Janaína não permite que eles possam participar. A ideia parte de Jerônimo, que sonha em sair de Armação do Sul. Jerônimo é um filho rebelde, diferente de João, isto é melhor trabalhado durante toda a novela, as duas características contrastantes dos irmãos são aprofundadas em seus arcos. Ao chegar no Rio de Janeiro, Jerônimo é aprovado pela produção do programa, por enquanto que Manuzita conhece João e insiste que ele seja seu acompanhante na jornada, por conseguinte, os dois são escalados para participar. Janaína chega preocupada com os filhos no *studio* do Rio de Janeiro e

diz que eles não vão fazer parte deste projeto, gerando embate de imediato com Lidiane (embate este que irá perdurar a novela inteira), mas é convencida a mudar de ideia após uma conversa com Jofre Cachorrão que avisa que este momento pode render investimentos financeiros na educação das crianças, o que ela não pode pagar neste momento, e, como deseja que os filhos tenham o melhor na educação, aceita a proposta. Entre as agendas de *shows* e banhos de mar entre João e Manuzita, João fica com febre e Janaína o proíbe fazer o concerto de natal, deixando Lidiane furiosa. Quando Janaína sai de casa, Jerônimo liga para Lidiane e pede que os busquem em casa, assim, contra vontade da mãe, João faz o *show* doente e desmaia no palco. É carregado direto para o hospital e o Patotinha Mágica fica conhecido como um grupo em que os produtores exigem muito das crianças, levando ao final do trio musical e o programa televisivo. Após João se recuperar, conversa com Manuzita e entrega a ela um colar especial, os dois são separados pelas mães. A obra faz uma transição com cenas da década de 1980, tanto do cenário mundial quanto do nacional, menciona o Diretas Já, aumento da inflação, vitória de Ayrton Senna na Fórmula 1, etc., tudo ao som de *Brasil* na voz de Cazuza.

Em 1990, João cursa jornalismo e é radialista no Rio de Janeiro, Jerônimo está envolvido com falsificação de documentos em Armação do Sul e Manuzita continua na carreira de atriz, porém, agora, sem muito sucesso, tentando fazer papéis de figurantes em algumas telenovelas. Ela não parece uma boa atriz, fica nervosa perante as câmeras ou ri das situações apresentadas, sua mãe continua tentando mandar na jovem como empresária, fazendo escândalos nos programas que não a aceitam como atriz. Manuzita é convidada para um papel em um filme que está sendo gravado em Armação do Sul e no caminho para a cidade encontra João, que está indo visitar sua mãe. Os dois começam a namorar

e este é o *plot point* para a novela seguir. Outras muitas tramas estão ladeadas a esta, núcleos paralelos que recebem destaque ao decorrer dos capítulos, exemplos: o ex-ator e agora diretor de cinema que contracenou com Lidiiane nos filmes de pornochanchada e agora vai contratar Manuzita para participar de um filme é o mesmo homem que se apaixona por Janaína, ou a trama que envolve o conglomerado de herdeiros que vão gerir a *PopTV* (representação da MTV no Brasil), nova emissora brasileira que aborda música e cultura *pop* na programação. Em 1990 Manuzita está como atriz esquecida por parte da população brasileira, poucos lembram de sua participação no *show Patotinha Mágica* e agora ela precisa driblar o caráter ambicioso, desaforado e extremamente protetor da mãe e empresária para voltar às telas. É o que fará nos capítulos da telenovela, este é seu objetivo tangível, e mesmo não sendo a melhor no que faz não desiste de tentar ser famosa e reconhecida. Com a ajuda de João, Manuzita consegue um programa na *PopTV* e segue buscando seu estrelato de volta. Em meio tempo, muitas reviravoltas e histórias ladeadas, com traições, perdões, casamentos e contratos televisivos ocorrem. As tramas fazem parte da estrutura clássica folhetinesca. No penúltimo capítulo, Jerônimo, em um movimento de instrumentalização nostálgica, escreve um roteiro para um filme sobre o *Patotinha Mágica*, e João se apresenta como diretor. Manuzita e João se casam ao final da novela.

*Sites* de notícias chegaram a comparar as duas ficções seriadas<sup>62</sup>, afinal, as duas possuem trios musicais infantis (*Turminha*

---

62. Disponível em: <<https://tvefamosos.uol.com.br/blog/nilsonxavier/2019/01/03/tem-muito-de-samantha-e-segundo-sol-na-nova-novela-das-7-verao-90/>>; <<http://telepadi.folha.uol.com.br/serie-danetflix-e-novela-da-globo-tem-protagonistas-de-perfil-identico/>>; <<https://natelinha.uol.com.br/novelas/2019/01/31/verao-90-x-samantha-confira-semelhancas-e-diferencas-entre-as-duas-producoes-124283.php>>. Acesso em: 28 out. 2020.

Plimplom e Patotinha Mágica) formados por dois rapazes e uma garota, sendo a menina a “líder” do grupo; as duas protagonistas foram estrelas de programas infantis na década de 1980 e depois se encontram como subcelebridades, Manuzita nos anos 1990 e Samantha nos anos 2010; os integrantes se reencontram em dado momento das ficções; e, utilizam o artifício do humor nos diálogos e representações.

#### 4.1 Construção das protagonistas

Nesta categoria vou abordar primeiro a perspectiva de construção de personagem de Egri (2004) e McKee (2006), de uma maneira pragmática, para depois trabalhar como as personagens expõem essas características na trama. Na concepção de Lajos Egri, a personagem possui três dimensões: fisiológica, sociológica e psicológica. Fisiologicamente, Samantha é uma mulher na faixa dos quarenta anos, 1.65m de altura (apesar de não ser muito alta, ela aparenta ser por causa do uso de sapatos de saltos), magra, pele morena, olhos castanhos, postura ereta, sempre maquiada e vestida com roupas que demarcam o corpo; Manuzita possui um perfil fisiológico parecido, é uma mulher com 1,67m de altura, magra, branca, olhos castanhos, postura ereta, cabelo com mechas loiras, sempre maquiada, mas diferente de Samantha, está na faixa dos vinte anos, afinal, a novela se passa na década de 1990, e *Samantha!* em 2018. Quando crianças, as duas protagonistas eram parecidas fisicamente, cabelos e olhos castanhos, magras e no perfil midiático: crianças charmosas.

Figura 11 – Em cima, Samantha criança e adulta.  
Em baixo, Manuzita criança e adulta



Fonte: *Samantha!* (Netflix, 2019-2020) e *Verão 90* (Rede Globo, 2019)

Sociologicamente, Samantha é uma pessoa de classe média, atriz e apresentadora, em 2018 uma subcelebridade, quando criança: uma estrela da televisão aberta. No trabalho, Samantha sempre se mostrou competitiva, exigente, persistente e chamando a atenção para si, tanto criança quanto adulta. É órfã, foi deixada na sede da emissora quando criança. Quando adulta, mora com os filhos e depois com o esposo, é uma dedicada mãe, amorosa e presente. Teve apenas um amigo durante a vida: Zé Cigarzinho. Já Manuzita, em aspectos sociológicos, também pertence à classe média, é uma atriz, apresentadora, cantora e no início da trama tem a carreira no ostracismo. Diferente de Samantha, quando criança era gentil, educada, meiga e divertida no trabalho. Na vida adulta, ainda com as mesmas características, busca o estrelato de volta. Em *Verão 90*, o papel de mulher impetuosa que faz tudo para voltar às telas, no caso, para a filha voltar às telas, é Lidiane, mãe de Manuzita. Lidiane é exigente e as vezes não possui tato para lidar com diretores da tevê, pois exige os melho-

res papéis para a filha e Manuzita não costuma corresponder às expectativas dos diretores. Percebe-se sutilmente que a culpa de alguns traumas da filha no meio televisivo não é do próprio meio, mas da mãe da estrela mirim, que impulsionou a carreira da filha. Ainda que *Verão 90* aponte alguns elementos satíricos sobre os programas infantis dos anos 1980, *Samantha!* observa bem mais, e na trama de *Samantha!*, além da personagem, o próprio meio recebe a fama de não ser exatamente o que a televisão aberta da época propagava. Neste quesito, a Globo tenta reconstruir seu passado, celebrando a própria emissora. Bem, a protagonista de *Verão 90* quer voltar ao estrelato, mas diferentemente de Samantha, não é grossa com as pessoas por causa disso, leva o objetivo de maneira mais tranquila. Samantha é uma pessoa difícil de conviver, gosta de ser o centro das atenções e é egoísta, sendo conhecida pelos colegas de trabalho por ter uma personalidade complicada. Talvez essa diferença possa ser explicada não só pela construção da personagem, como também pelo próprio tempo da telenovela, Manuzita não poderia passar 154 capítulos impetuosa pelo sucesso a todo custo, seria cansativo para o público. Manuzita sempre morou com Lidiane e é a pessoa a quem possui mais afeto, além disso, tem uma boa relação com amigas e amigos do convívio próximo e com João, seu par romântico. No âmbito psicológico, Samantha possui temperamento colérico, é comunicativa, enérgica, otimista, prática, destemida, audaciosa, irritadiça, vaidosa, sarcástica, prepotente, e possui atitude militante perante a vida. Sobre sua moralidade, é fiel aos filhos, ao casamento (mesmo que o esposo tenha passado dez anos no presídio) e a Zé Cigarrinho, mas quando criança chegou a prender uma criança em um armário por medo do público gostar mais de sua colega de trabalho, então, quando se diz respeito ao trabalho, se não tocar em sua família ou em Zé Cigarrinho, ela não é uma pessoa eticamente confiável. Manuzita é moralmente devota às pretensões da socie-

dade, obediente à mãe e fiel ao parceiro amoroso, ou seja, tem o ar clássico na telenovela de ser uma heroína angelical (PALLOTTINI, 2012, p. 59). A protagonista de *Verão 90* possui temperamento sanguíneo, é otimista, extrovertida, contagia o ambiente, sociável, espontânea, impulsiva, desatenta e, por vezes, superficial. Acima da carreira, demonstra pulsão por estar bem, principalmente com João, então acaba perdendo sessão de fotos para estar com ele por esquecimento, algo que Samantha jamais fez, antes, leva os filhos para os trabalhos. Manuzita não é uma personagem muito frustrada, a ponto disto pesar em suas atitudes, se entristece por não conseguir certos papéis como atriz no início da trama, mas não se desaponta demais, leva a vida com tranquilidade.

Mckee (2006), como expus anteriormente, propõe que um personagem pode ter três níveis de conflitos: interno, de relacionamentos pessoais e conflitos extrapessoais. Não necessariamente todos os personagens apresentarão de maneira clara os três níveis. Samantha tem seus conflitos internos melhor trabalhados na segunda temporada, quando o espectador descobre que ela é órfã e possui embates interiores por não conhecer seus pais, assim, mostra seu desejo por não ser esquecida, resultando na pulsão em querer ser superior a outros para não ser abandonada novamente, possui medo de se entregar e alguém lhe ferir. Na primeira temporada, os conflitos mais abordados são os de relacionamentos pessoais, em âmbito familiar possui pequenos conflitos com os filhos, procura ser uma mãe prestativa às crianças, já com o esposo os conflitos são maiores, por ele ter ficado toda a vida dos filhos na prisão e quando ter tido direito a um final de semana em liberdade, quando os filhos eram mais novos, ter dado preferência a sair com os amigos, deixando Samantha de lado. O contexto profissional em *Samantha!* tem o lado extrapessoal e pessoal, mais pessoal que extrapessoal, ela lida com um público amplo e isso é extrapessoal, mas ao mesmo tempo,

os círculos de afetos que ela tem no trabalho, mesmo que sejam afetos negativos, são de relações pessoais. Neste ambiente, Samantha vive o problema de querer ser famosa, e lutar por isso a todo custo, mas também desejar transmitir uma mensagem de paz, que nem sempre é o que a televisão aberta deseja, por isso, no último episódio da primeira temporada ela deixa o programa que está sendo apresentando, não aguenta o fato daquele *show* ser sobre brigas e desavenças, e não uma “mensagem de amor”, como diz a própria personagem. Sobre Manuzita, os conflitos internos não são muito explorados, isto está conectado com aos aspectos dramáticos da própria *soap opera*. Segundo McKee (2006), este tipo de estrutura, que combina drama doméstico e história de amor, acomoda personagens que “[...] sofrem por não conseguir o que querem, mas como são ou boas pessoas ou más, raramente encaram dilemas internos verdadeiros” (MCKEE, 2006, p. 205). Manuzita não apresenta fluxos de consciência ou problemas profundos sobre sua existência no mundo, os conflitos mais trabalhados são os pessoais. Possui dilemas com a mãe que é também empresária da jovem, quando pequena foi uma estrela porque a mãe estava presente auxiliando em tudo, mas quando adulta, a mãe atrapalha a filha na volta ao estrelato pela sua exigência com os diretores de dispor papéis importantes para a protagonista. Algumas vezes Manuzita busca separação da mãe para conseguir trabalhar só e isto causa desentendimentos, mas como as duas possuem uma ligação muito forte, empecilhos assim são superados para o bem da relação. A relação extrapessoal de Manuzita com o trabalho é muito similar à de Samantha, são relações que se entrecruzam e acabam sendo mais pessoais que extrapessoais. Manuzita quer voltar a ser famosa, mas não é uma boa atriz, não sabe dançar direito, é desastrada e ri na frente das câmeras quando fica nervosa. É um processo extenso de muitas aulas e concentração até conseguir algum papel de figurante, a



carreira só decola quando João a ajuda secretamente a ser uma apresentadora, ele vê nos bastidores que o lado descontraído de Manuzita pode ser bom para a emissora e é na sinceridade na forma de agir que ela ganha carisma do público. Em suma, na vida adulta, as duas são midiaticamente atraentes e de classe média, Samantha possui um conflito interno maior que Manuzita e é mais impetuosa e colérica em relação à busca pela fama, por enquanto que Manuzita dirige esse sonho em sua vida de maneira tranquila. Existe um momento na infância, no primeiro capítulo, em que Manuzita expõe a João que não quer uma criança para dividir o palco, e ele a diz que assim ela pode ter com quem brincar, a protagonista responde que não costuma ter tempo de brincar, mas quando vê a oportunidade surgir, personificada em João, anseia em ter amigos ao seu lado para estar na frente do *show*, sendo assim, em dado momento ela quer a atenção para si, entretanto muda de ideia quando percebe que a convivência com outras crianças pode ser melhor do que estar sozinha. Na trama de *Verão 90*:

– João: Mas não quer um parceiro por que?

– Manuzita: É porque eu já tenho o Cachorrão, pra quê que eu vou querer uma criança pra dividir o palco comigo?

– João: Com uma criança pode brincar mais.

– Manuzita: Nunca dá tempo de brincar mesmo.

– João: Com outra criança o ensaio pode ser mais legal. Você não disse que não te deixam fazer nada? Se tivesse outro menino no programa, de repente iriam parar de pegar no seu pé.

(*Verão 90, Capítulo 01, 21'38"*)

Samantha não é assim, prefere que a atenção se volte para ela, independente se terá tempo para brincar ou não, pois não viveu afetos familiares, Zé Cigarrinho era a única pessoa em que

confiava, ele a dizia que ela era a criança mais amada do Brasil e possuía carinho pela menina. Na infância, Samantha é impositiva e até egoísta, tranca a Menina Cogumelo no armário, pois em sua cabeça, por alguma hipótese, poderia tomar seu lugar, e diz: “Não é nada pessoal, tá? É que o meu lugar é na televisão, e o seu, em qualquer outro lugar” (*Samantha!*, Temporada 01, *Episódio 02*, 12’20”), ao contrário disto, Manuzita é gentil e aberta a opiniões. As duas possuem dificuldades em lidar com o fracasso e o sucesso, em intensidades diferentes, e as ficções conseguem trabalhar através dos gestos nostálgicos os anseios das protagonistas sobre o passado e o futuro.

Uma questão interessante é o ostracismo que as duas protagonistas vivenciam, pois foram famosas na década de 1980 como apresentadoras, mas hoje não são lembradas. Antes eram necessárias, hoje são esquecidas. Os olhos de Samantha chegam a brilhar quando se fala da televisão. As duas possuem um olhar romântico para a época, mas, como propõe Boym (2001), uma das premissas do sentimento nostálgico é justamente a irreversibilidade temporal, o que faz as protagonistas ficarem confusas sobre como agir em relação ao futuro por não saber lidar com o fato de terem sido abundantemente famosas e hoje estarem no ostracismo, elas vivem o sentimento moderno de tentar a cada momento reafirmar sua dignidade no presente criando um local em que possa se sentir em casa, mas como não conseguem, buscam a nostalgia de reconstrução de um lar ideal em um passado pretensamente melhor, pretensamente porque essa idealização de que o passado é melhor é ilusória, afinal, o objeto da nostalgia é utópico. A instrumentalização das nostalgias com programas infantis nos produtos audiovisuais contemporâneos é intrigante porque operacionaliza com a infância das pessoas que hoje são adultas, o momento de suas vidas em que podiam sentar em frente à televisão sem se preocupar com as responsabilidades de uma

pessoa na maior idade. É ludíbrio imaginar que os anos 1980 foram perfeitos, mas há uma aura nostálgica em relação aqueles símbolos, por causa da vivência daqueles tempos, como citei anteriormente e repito, “[...] a nostalgia parece ser um anseio por um lugar, mas é o desejo por um tempo diferente – *o tempo da nossa infância*, os ritmos mais lentos dos nossos sonhos” (BOYM, 2001, p. 6, *grifos da autora*). Importante entender que os espectadores de *Samantha!* e *Verão 90* não se sentirão iguais se sentiam quando crianças ao assistir as ficções, nem se assistissem o mesmo programa através do *YouTube*, por exemplo, pois são pessoas diferentes, com mentalidades diferentes e outras experiências de vida, este é um dos apontamentos de Castellano e Meimaridis (2017) ao analisarem o *revival* de *Gilmore Girls*.

O gesto de Samantha e Manuzita pela infância é de uma nostalgia romantizada do passado, o sentimento de Samantha ainda é mais forte do que o de Manuzita, devido à própria construção da personagem. Em *Samantha!*, Zé Cigarrinho fala para a protagonista: “As pessoas de casa precisam de você, é pra Samantha que elas olham quando o céu parece entristecer” (*Samantha!*, *Episódio 01*, 14’), assim Samantha entende que é uma pessoa necessária para o público. No mesmo episódio, quando se esconde para que o programa demore a começar, o produtor grita “Samantha, isso não é brincadeira, você vai destruir o Brasil!” (*Samantha!*, *Episódio 01*, 13’30”), e Samantha se sente empoderada. Quando cresce e é desprezada pelo público, Marcinho fala que não a quer mais como cliente, e eles discutem:

– Samantha: Eu sou um patrimônio.

– Marcinho: Tombado, né, Samantha? Se você fosse mais nova, eu tentava te ajudar, te colocava pelada numa revista, te casava com um veado da televisão, mas... Quer um conselho de pai? Aceita lá o convite para o pornô, enquanto dá tempo né...

– Samantha: Você olha bem pra minha cara, viu, Marcinho. *Você vai me ver na televisão*. Sabe o que vai acontecer? Você vai rastejar me pedindo pra voltar.

(*Samantha!*, Episódio 01, 05'42", grifos da autora)

Samantha, mesmo nesse momento da vida, não desiste de tentar, e fala com orgulho que voltará a ser uma estrela, que vai voltar para a tevê. Percebe-se uma personagem que saiu do pico da fama e chegou ao fundo. Em *Verão 90*, Manuzita se sente perdida sobre sua carreira, mas acredita que no futuro ainda vai voltar às telas, no *Capítulo 02*, a protagonista acaba de reencontrar João dez anos após o término do *Patotinha Mágica*, e diz ao rapaz “Eu sinto, João, eu sinto, que minha estrela uma hora vai voltar a brilhar” (*Verão 90*, *Capítulo 02*, 5’). Esta mensagem de estrelato é proposta por Lidiane para a protagonista desde a infância até a vida adulta, no *Capítulo 05* Lidiane diz a Manuzita antes de um teste de elenco: “Levanta a cabeça, procura a luz. Cuidado com a sombra que a sombra derruba” (*Verão 90*, *Capítulo 05*, 5’35”). De maneira semelhante a Manuzita, João quer ter uma carreira nas telinhas, transformar seu programa de rádio em um programa televisivo, já Jerônimo tem o intuito de ser rico, famoso e respeitado, diferente dos outros dois. Neste aspecto de acreditar em um futuro melhor, as duas tramas trabalham com o discurso de crença quando buscam representar os programas infantis, a música *Abraço Infitino*, tema do *show Turminha Plimplom*, começa com a frase “O importante é não deixar de acreditar”, sentença que vai ser reiterada durante toda a temporada, já a frase que termina a música tema do *Patotinha Mágica* é “Basta ter fé e acreditar na leveza do amor”. As duas canções falam de uma maneira positiva do futuro, assim como propõem que o momento vivenciado no presente é bom.

Sobre o apego com a televisão e o romantismo com o que o meio representa, o momento em que o Brasil está vivenciando é

relevante. Como mencionei, na década de 1980 o Brasil presenciou a ascensão do capitalismo, dos contrastes sociais e econômicos, e a tevê se estabeleceu como meio de comunicação de massa, formando identidades coletivas no país. Os programas infantis e as telenovelas são dois gêneros de produtos brasileiros que foram exportados para vários países na década. O *Patotinha Mágica* passa no ano de 1981, em que a televisão brasileira ainda era censurada pela Ditadura Civil Militar, já *Turminha Plimplom* é veiculada na trama em 1985, ano em que acabou o Regime. Inclusive, na música tema do *Patotinha Mágica*, há uma mensagem de que aquele lugar em que estão é seguro e precisam acreditar que o amanhã será bom: “[...] vamos ver o mundo de um lugar seguro onde a gente pode ser o que quiser [...]”, em minha perspectiva, isto remete a ideia de que mesmo em momentos difíceis, como uma intervenção civil, a tevê é um ambiente “protegido”. Os dois enredos mostram pessoas que veneravam a televisão e os símbolos que ela carregava na sociedade, com a fantasia de quem está na tevê tem dinheiro, poder e é bem-querido por todos, ou: apenas as pessoas influentes poderiam estar na tevê. Essa abordagem é presente nas figuras de Samantha e Lidiane. No *Episódio 02* de *Samantha!*, a protagonista e o esposo discutem sobre um comercial de cerveja que foram convidados para fazer juntos:

- Dodói: Ai, Samantha, é um comercial de cerveja vagabundo.
  - Samantha: É uma passagem só de ida para o horário nobre.
  - Dodói: E quem falou que eu quero ir para o horário nobre?
  - Samantha: E você quer ir pra onde, Dodói?
- (*Samantha!*, *Episódio 02*, 22’)

Para Samantha, o horário nobre da televisão aberta é o ponto alto de qualquer carreira, aquele é o mundo dela, para ela, na televisão as situações são mais especiais. No *Episódio 05*, quando

Samantha é convidada para casar com Flávio Júnior e apresentar o *reality show Vivendo e Amando com Flávio Júnior*, discute com Dodói:

– Dodói: É um programa de tevê, tu acha que é verdade?

– Samantha: E televisão mente, Dodói? É um *reality*, você quer que eu traduza? Tudo que acontece ali é 100% real, ou quase.

(*Samantha!*, Episódio 05, 02')

O diálogo corrobora com a visão romantizada da televisão pela personagem. Por outro lado, o próprio roteiro de *Samantha!* é satírico em relação aos programas infantis e à televisão. Enquanto temos uma personagem apaixonada por tudo que fez na década de 1980 e sentindo falta da fama, a trama mostra que os bastidores da televisão eram um ambiente hostil. Na primeira cena da temporada, pessoas do *cast* chamam Samantha de “Samontra” e dizem que ela engordou, a trama também mostra como o corpo de mulheres eram vendáveis, através de aproximações no corpo de dançarinas do programa. Em determinado *show* da *Turminha Plimplom*, quando Tico se aproximou para dar um beijo em Samantha na infância, ela colocou a bunda de sua boneca no lugar, o que fez a criança vomitar até a fase adulta, já Alfonso foi ela quem apelidou de Bolota, o fazendo sofrer *bullying* por causa de seu peso. Inclusive, quando os Plimplons se reencontram no *Episódio 06*, Samantha questiona a Bolota o porquê de ter emagrecido se as pessoas o amavam acima do peso, ele conta que foi porque sofreu três infartos e quase foi a óbito, mas ela continua acreditando que ele devia permanecer gordo, mostrando que a fama vem antes da saúde. O enredo também aborda representações da televisão contemporânea, no *Episódio 03*, em que Samantha vai participar do *Enjaulados Kids*, a trama apresenta que a plateia fica feliz quando as crianças são mal

tratadas. Apesar de Samantha querer ser uma pessoa gentil no começo, quando percebe que para ser querida precisa destratar as crianças muda de comportamento. São três jurados: Leon, Soraya e Samantha. O comportamento que é aclamado pela plateia é o de Leon, que chega a falar para uma criança: “Ah, que ótimo querida, que você entende rejeição, porque aqui no *show business*, ninguém vai ter pena de você” (*Samantha!*, Episódio 03, 02’55”). Quando a protagonista muda o comportamento para assemelhar-se a Leon, o jurado chama as duas outras juradas para conversar e se dirige a Samantha:

– Leon: Você fugiu do *script*. Cada jurado aqui tem um papel muito claro. Todo mundo sabe que eu sou a bicha má, Soraya é a figura maternal e você é a colega de profissão fofa.

– Samantha: Eu não sou colega de ninguém, Leon, e muito menos fofa.

– Leon: Você acha que a Soraya é a figura maternal?

– Soraya: Sou maternal sim. Tomo medicamentos pra isso. Sou maternal.

– Leon: Essa mulher aqui responde por homicídio triplicamente qualificado e eu não sou *gay* não, porra!

(*Samantha!*, Episódio 03, 11’20”)

Ou seja, aquele ambiente é fundamentado em aparências e isto deve ser seguido para manter a audiência. Em uma conversa com Dodói, Samantha diz:

– Samantha: Você viu como a plateia vibrou quando o Leon acabou com a aquela garotinha?

– Dodói: Eu vi, foi horrível.

– Samantha: Ah, mas eu posso ser muito pior. Claro que eu posso. Se a plateia quer sangue, é isso que eu vou dar.

(*Samantha!*, *Episódio 03*, 3'24")

Samantha tinha a esperança que se conseguisse fazer sucesso poderia ganhar um programa próprio na emissora. Ela só muda a forma de agir quando sua filha, Cindy, vai ao palco, e a protagonista sabe que aquele ato é para humilhar a adolescente. Quando mexem com a família, Samantha muda a conduta. A ação nostálgica (NIEMEYER, 2014; LEAL, BORGES, LAGE, 2018; SILVA E LOPES, 2020) romântica (Samantha) *vs* satírica (trama) é cristalizada nos *Episódios 06 e 07*. No *Episódio 06*, Samantha vai atrás de Tico e Bolota para jogarem juntos as cinzas de Zé Cigarrinho onde o falecido pediu. O lugar está em ruínas e é o antigo Vasourão, teatro em que os Plimplons se apresentaram como grupo musical pela primeira vez. Bolota é um homem que não gosta de novidades e trabalha em uma locadora de vídeo cassete, mesmo alegando raiva de Samantha e do que ela fez com ele no passado, não consegue se desprender do que foi. Tico é um ator com corpo considerado midiaticamente bonito que faz papéis de Jesus Cristo, uma forma de superar o fato de Samantha o ter recusado quando criança. Tico ainda possui obsessão por Samantha, já Bolota a acusa de ter destruído sua vida e a de todos ao redor. Nenhum dos três superou o passado. Bolota ainda é mais sensato sobre alguns momentos, mas quando Samantha senta para conversar com os dois, expõe:

– Samantha: Você não sente saudade daquele tempo não, hein, Alfonso? O Bolota era amado, as pessoas queriam te pegar, te cheirar, te abraçar. Era real, que nem suas fitas de vídeo cassete.

– Bolota: É, pois é, mas hoje em dia os pais não deixam as crianças chegarem nem perto de mim.



– Tico: A gente brigava, brigava, mas era uma família, né?  
(*Samantha!*, Episódio 06, 24’32’)

Com esse diálogo percebe-se que os integrantes da Turminha Plimplom mantêm gestos nostálgicos românticos pelo passado. A trama, por outro lado, vai trabalhar ainda mais no *Capítulo 07* sobre os traumas psicológicos que os programas infantis causaram naqueles personagens. Por parte do enredo de *Samantha!* existe uma nostalgia satírica, eles conseguem ironizar, e com isso, em certa medida, criticar, o conteúdo veiculado na televisão das duas épocas, mostram que apesar de ser espantoso algumas condutas nos programas infantis da década de 1980, a televisão aberta contemporânea continua com atitudes similares, só que com uma nova roupagem, aceita pela lei. Por enquanto que as propagandas atuais não podem ser direcionadas para crianças com verbos impositivos, segundo o Conselho Brasileiro de Auto-Regulamentação Publicitária (CONAR)<sup>63</sup>, a televisão contemporânea se utiliza de outras narrativas, como os programas de notícias policiaiscos, para angariar o público. Em *Samantha!* isto é mostrado antes mesmo que se assine um contrato, quando Marcinho está falando com um anunciante ao telefone sobre Samantha e Dodói, expõe: “Propaganda de cerveja? Claro que fazem, porra. Cerveja, salsicha, remédio, cigarro, o importante é se comunicar com o jovem” (*Samantha!*, Episódio 01, 17’20’’). Quando o *revival* da *Turminha Plimplom* vai ao ar no *Capítulo 07*, Samantha fica chateada, pois imagina um programa com a “inocência” do seu programa na década de 1980, para ela, aquele programa era assim, mesmo que não fosse. No *show* contemporâneo, eles atendem a ligação de uma mulher falando sobre o casamento e Bolota diz que

---

63. Disponível em: <<http://www.conar.org.br/>>. Acesso em 12 nov. 2020.

o esposo a está traindo há tempos, Marcinho chama os comerciais e Samantha vai conversar com o empresário:

– Marcinho: Público não pensa, Samantha, e não tem ninguém assistindo essa merda. Fica difícil levantar audiência assim... *Luta no gel? Você não quis fazer. Briga de família? Você não quis fazer. Minha ideia da *cena do cadáver?* Você não quis nem ouvir.*

– Samantha: Público quer os Plimplons, Marcinho. E os Plimplons são uma mensagem de amor.

– Marcinho: Amor é meu ovo, Samantha. *Sabe o que dá audiência? É sangue!*

*(Samantha!, Episódio 07, 04'36", grifos da autora)*

Marcinho cita alguns temas que poderiam obter audiência para o programa: luta no gel, briga de família, cena com cadáver e sangue, mas este não é o *show* que Samantha deseja. Sendo assim, por conta própria, Marcinho convida a quarta integrante da Turminha Plimplom, a Menina Cogumelo, que gravou a música *Abraço Infinito*, para uma ligação e depois aparição no programa. Após a ligação, Samantha vai falar com Marcinho:

– Samantha: [...] Esse bloco foi um desastre.

– Marcinho: Desastre? Essa ligação foi a melhor coisa. Estamos em segundo na audiência, perdendo só para aquela novela francesa.

– Samantha: Esse não é o programa que eu quero, Marcinho.

– Marcinho: É muito melhor, né? Por você o programa que você ia fazer ia ter piscina de Chantilly, *makeover* de uma velha, receita de pavê...

– Samantha: A gente ia fazer um programa diferente, um programa relevante.

– Marcinho: Relevante é sexo, escândalo, *merchandising*. Nos anos 80 você acha que quem pagava teu programa? *Ketchup Berenice*.

– Samantha: Se você não quer um programa com conteúdo, tá trabalhando com a pessoa errada.

(*Samantha!*, Episódio 07, 06'45", grifos da autora)

Marcinho reitera que o conteúdo da ligação é o que pode dar audiência ao programa e que uma marca de *ketchup* pagava a veiculação da *Turminha Plimplom* nos anos 1980. Mais uma vez, a trama apresenta um gesto nostalgizante de sátira, se coloca de frente com as problemáticas da tevê aberta no Brasil e de forma cômica nos apresenta isto. E ainda, aponta que as pessoas que conviveram nesse meio podem ter problemas psicológicos por causa da pressão vivenciada, ou porque foram pessoas de grande fama e caíram no ostracismo, sendo negligenciados pelo público e pela própria tevê:

– Menina Cogumelo: Quando eu saí dos Plimplons, eu tava um pouco desorientada, mas aí eu tive um tempinho pra refletir e é muito comum pra quem trabalha nesse tipo de coisa ter *traumas psicológicos* profundos, né, Samantha?

– Samantha: Não, eu não.

– Menina Cogumelo: Bom, mas não interessa os problemas. Quando eu vi, eu tava aqui de volta. E eu tou ótima! Olha só, meu cabelo. Eu tou feliz. Eu tentei suicídio, eu nunca peguei sol. E tudo isso eu tenho que agradecer a você, Samantha.

(*Samantha!*, Episódio 07, 10'42", grifos da autora)

Esses traumas também estão presentes na narrativa de *Verão 90*, entretanto *Verão 90* realiza menos sátiras em relação ao meio, acredito que pelo fato de ser uma novela da Rede Globo, não

poderia expor problemáticas tão sérias sobre a própria emissora, é necessário ser mais cautelosa em seu roteiro. Mesmo assim, ainda existe uma pontada de sátira na conversa entre Lidiane e Janaína sobre o que aconteceu no término do Patotinha Mágica. Lidiane é ressentida porque Janaína não tinha permitido João ir ao concerto de Natal e Janaína é magoada por Lidiane ter levado o filho dela, mesmo com pneumonia, e apenas com a permissão de Jerônimo, outra criança, que enganou a mãe dizendo que ia cuidar do irmão e disse a Lidiane que ele estava bem para ir.

– Lidiane: [...] o fim do Patotinha abalou muita gente. Eu não tou falando só dos fãs não, eu tou falando de todo mundo que teve seus sonhos destruídos. O Jofre por exemplo, teve até hemorroidas. Cachorrinho 01: virou alcoólatra. Cachorrinho 02: tentou suicídio. Tudo por causa de um escândalo que você deu por uma gripe.

(*Verão 90, Capítulo 18, 01'44"*)

Lidiane afirma que as pessoas vivenciaram seus sonhos destruídos e três mascotes tiveram problemas de saúde, um chegando a tentar suicídio com o fim do programa, logo, o fim do trabalho, do salário e a dificuldade de volta de atuação na tevê. Sendo assim, ainda que haja romantismo com o passado e crença eterna no amanhã por parte dos personagens, há clareza na trama que aqueles momentos não foram perfeitos e acarretam problemas até o tempo diegético contemporâneo dos personagens (década de 1990 e 2018). As tramas, mais *Samantha!* do que *Verão 90*, possuem um gesto nostálgico satírico.

Em relação à reverência pelo ambiente televisivo, Lidiane possui atitudes similares à Samantha quando se trata dos programas da televisão e o que estão em torno deles. Em *Verão 90*, Lidiane fala para Manuzita: “Filhota, vai se acostumando, hein? Depois

das gravações, um jantarzinho no Baixo Leblom... Vida de artista” (*Verão 90, Capítulo 06, 06’*), ou ainda, no *Capítulo 01*, quando ela está conversando com um dos produtores do programa por enquanto que assiste ao vivo Manuzita se apresentando no *show* de comemoração de um ano do *Patotinha Mágica*: “O que mais me emociona ali é que cada lugarzinho do Brasil está ligado na minha Manuzita [...] Se a Manuzita já é estrela de um programa diário da Rede Globo, imagina o que o futuro reserva pra minha filhota?” (*Verão 90, Capítulo 01, 02’19” | 03’10”*), ou mais, no *Capítulo 05*, por enquanto que conversa com a filha: “Duvido que você vai pensar nesse João Ninguém quando tiver brilhando na novela *Top Model*” (*Verão 90, Capítulo 05, 03’40”*). A relação entre Lidiane e Manuzita é muito forte e toda a carga que a mãe carrega sobre a televisão recai à jovem. Isto posto, outro gesto nostálgico em *Verão 90* é o da Rede Globo nostalgizando a si mesma, utilizando cenas do *Cassino do Chacrinha*, do pronunciamento ex-presidente Fernando Collor de Mello e como todas as pessoas estavam assistindo àquele momento, principalmente na hora em que a ex-ministra Zélia Cardoso de Mello fala que as poupanças serão confiscadas, o instante em que Senna ganhou a Fórmula 1, cenas do *Jornal Nacional* (Rede Globo, 1969-Presente), transmissão de desfiles de carnaval no Rio de Janeiro, protestos, cenas da Copa Mundial, entre outras. Casetti e Odin (1990) observam o funcionamento da televisão na França e Itália e pontuam as transformações operacionais da passagem do que os autores denominam paleo e neotelevisão. A paleotelevisão foca em um contrato de comunicação pedagógica com o espectador e um fluxo de programação atuante de maneira estrutural, já a neotelevisão evidencia os processos de interação entre interlocutor e espectador, além dos fluxos de programações sofrerem interrupções através de vários tipos de inserções. Uma dessas inserções abordadas pelos autores é a da metaimagem,

em que há uma referência à própria imagem já veiculada na tevê. Esta última questão, a da metaimagem, é interessante para pensar o que acontece em *Verão 90* na nostalgização proposta pela emissora. Uma abordagem mais precisa é a de Nöth (2006) sobre metaimagens e imagens autorreferenciais. Segundo Nöth, as metaimagens correspondem às imagens sobre imagens, “[...] em vez de se referirem ao mundo dos objetos não-imagéticos, elas se referem a outras imagens”, já as imagens autorreferenciais, “[...] referem-se a elas mesmas, ou seja, elas possuem os seus objetos de referência dentro e não fora do seu quadro imagético próprio” (NÖTH, 2006, p. 307). O que acontece em *Verão 90* é um conjunto das duas abordagens de Nöth, pode-se apontar que na telenovela há um gesto nostálgico metaimagético e autorreferencial.

Figura 12 – Gesto nostálgico metaimagético e autorreferencial



Fonte: *Verão 90* (Rede Globo, 2019)

Ao assistir *Verão 90* e *Samantha!* observa-se que as estrelas mirins não possuíam tempo para brincar e precisavam se dedicar em demasia ao trabalho. Manuzita e Samantha ensaiavam sem cessar as coreografias, mesmo que estivessem cansadas. O grupo

Patotinha Mágica acabou porque João estava doente e foi fazer um *show*, gerando comentários negativos pela população. Desta maneira, as tramas apresentam que as crianças se dedicavam em exaustão ao trabalho na televisão e *shows* dos grupos musicais infantis. E no *Episódio 07*, a Menina Cogumelo revela sobre a infância de Samantha e a protagonista se orgulha de tal feito:

– Menina Cogumelo: Essa guerreira aqui, casca grossa. Essa mulher é foda. Com dez anos ela excursionou o Brasil inteiro.

– Samantha: Nove...

– Menina Cogumelo: Com nove anos, fazia *show* oito vezes por semana. Sem dormir, sem brincar, sem estudar [...].

(*Samantha!*, *Episódio 07*, 12'32'')

Figura 13 – Samantha sendo orientada pelo diretor de coreografia e Manuzita sendo orientada por Lidiene



Fonte: *Samantha!* (Netflix, 2019-2020) e *Verão 90* (Rede Globo, 2019)

É perceptível também nas personagens uma questão moderna de pertencimento, inadequação e incerteza. Manuzita quer ser famosa, todavia suas características não dizem respeito ao am-

biente de luxo e até prepotência, que Jerônimo, por exemplo, se encaixa bem. E apesar de confiar que vai conseguir voltar às telas, por muitas vezes possui incerteza se é talentosa o suficiente, pois já foi bastante recusada. Já Samantha não consegue se adequar aos novos meios de comunicação, mídias como Instagram, por exemplo, pois está acostumada com a televisão, então quando as pessoas sugerem para ela que o interessante agora é ser famosa nas mídias sociais a protagonista até busca realizar tal feito, mas se citar a palavra “televisão”, ela larga tudo. Em entrevista ao *site Mulher no Cinema*<sup>64</sup>, Felipe Braga, *showrunner* de *Samantha!*, expõe que a ficção seriada foi guiada pela pergunta “como seria a vida de uma mulher de trinta anos depois de ter sido a criança mais amada do Brasil?”, e expôs que parte do cômico da série é a inadequação da protagonista aos novos meios de comunicação, “ela é um elo perdido entre aquele momento em que todos assistiam tevê ao mesmo tempo e hoje, em que cada um está na sua tela”.

Outra questão apontada nas duas ficções é que os próprios personagens instrumentalizam nostalgias ao criarem programas que relembram suas infâncias, eles mesmos, diegeticamente, induzem a mídia a nostalgizar. Em *Samantha!* há um *revival* da *Turminha Plimplom* no *Episódio 07*, o programa possui cenário com totens laranjas, painel em *background*, que relembra o original, e na abertura os três integrantes – Tico, Samantha e Bolota cantam e dançam *Abraço Infinito*, porém no meio do *show* as situações passam a desandar, como mencionei: Bolota responde mal a ouvinte, Samantha discute com Marcinho e a Menina Cogumelo aparece. Samantha não consegue superar o passado e toma a iniciativa de propor esse programa, neste formato, com estes apre-

---

64. Disponível em: <<https://mulhernocinema.com/tv/5-coisas-que-voce-precisa-saber-sobre-samantha-nova-serie-brasileira-da-netflix/>>. Acesso em: 09 nov. 2020.



sentadores, para a produtora. Ela tenta reviver a infância, mas o ato é falho, é a irreversibilidade temporal (BOYM, 2001) batendo à porta do ser nostálgico. No diálogo de Samantha com a Menina Cogumelo a irreversibilidade temporal é melhor abordada:

– Samantha: Quando eu pensei em trazer de volta os Plimplons, eu tinha uma ideia muito clara na minha cabeça, que era resgatar uma ideia de amor, quando as pessoas sentavam na frente da tevê...

– Menina Cogumelo: *Samantha, ninguém pode viver no passado.*

– Samantha: Então, o que você está fazendo aqui?

– Menina Cogumelo: Eu tou aqui porque, como uma Plimplom, eu não podia deixar o programa fracassar. E não vai ter despedida. Eu e os meus ajudantes, nós vamos levar um pouco de alegria pra suas casas. *Mas só um pouquinho, porque a vida também é feita de decepção, de tristeza e de cena com cadáver.*

*(Samantha!, Episódio 07, 17'20", grifos da autora)*

Após isto, a Menina Cogumelo, Tico e Bolota, começam a cantar *Abraço Infinito*, e Samantha cai em si, percebe que a mensagem de amor que ela quer levar às pessoas pela televisão não está sendo alcançada. Neste momento, acontece uma desistência da protagonista pelo programa que está sendo apresentado, ela diz: “Boa noite, Plimplons. Essa é a última vez que eu chamo vocês assim. Tá na hora de crescer” (*Samantha!, Episódio 07, 20'46"*). Percebe-se uma pequena transformação do arco (MCKEE, 2006), mas como uma boa personagem de comédia, ela não muda por completo e logo após busca fama no gancho para a segunda temporada.

Figura 14 – Programa *Turminha Plimplom* em 1985 e 2018



Fonte: *Samantha!* (Netflix, 2019-2020)

No penúltimo capítulo de *Verão 90* Jerônimo sugere um roteiro contando a história do Patotinha Mágica para João e Manuzita, em que João seria o produtor e Manuzita a atriz. Jerônimo diz que inicialmente pensou em um livro, mas depois achou que a ideia de um filme seria melhor. João sugere que outra pessoa dirige e Jerônimo responde:

Você é meu diretor, você vai dirigir esse projeto. É a nossa história, João, por isso que ela não pode ser contada por outra pessoa, cara. Pô, imagina... *Imagina a jogada de marketing*: eu escrevendo, você dirigindo e Manuela Renata atuando. *Isso é um fenômeno, cara! Pô, imagina: Manuzita e os irmãos Guerreiro juntos outra vez.*

(*Verão 90, Capítulo 153, 32'43"*, grifos da autora)

Jerônimo propõe que um longa-metragem contando a história do Patotinha Mágica com os irmãos Guerreiro na direção e roteiro e Manuzita atuando será bem recepcionado pelo público, prin-

principalmente porque os três estão juntos no projeto. Assim sendo, surge no personagem a pretensão em instrumentalizar nostalgias para alcançar determinado público. Nas revistas as notícias são: “Os Patotinhas contam a sua versão da história. A pré-estreia mais esperada da década de 90!” ou “Irmãos Guerreiro dirigem e assinam o roteiro do filme que será lançado em várias salas do Brasil”. O filme conta a história desde que Jerônimo propõe re-lizar o filme, fazendo uma atuação com o mesmo discurso de como aconteceu no penúltimo capítulo, só que agora dentro de uma tela de cinema. Ou seja, Jerônimo propõe no roteiro uma instrumentalização nostálgica do presente e do passado.

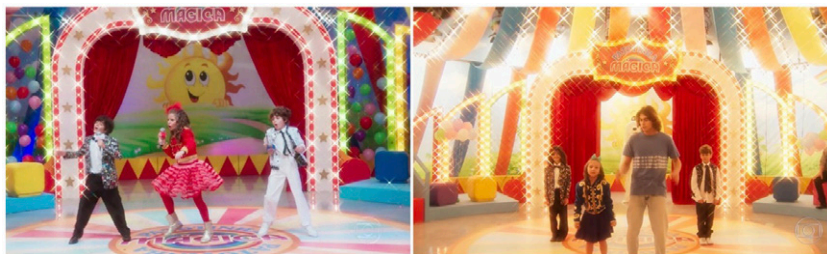
Figura 15 – João, Manuzita e Jerônimo em *Verão 90* (Rede Globo, 2019) e os mesmos personagens encenados em um longa-metragem



Fonte: *Verão 90* (Rede Globo, 2019)

Na instrumentalização nostálgica do *Patotinha Mágica* no longa-metragem, João se encarrega de ensinar às crianças as coreografias. Eles também restituem por igual o cenário do antigo programa para realizarem as cenas das gravações.

Figura 16 – Manuzita e os irmãos Guerreiro no *Patotinha Mágica* e a sua representação no longa-metragem roteirizado por Jerônimo e dirigido por João



Fonte: *Verão 90* (Rede Globo, 2019)

Isto posto, é possível apontar que os gestos nostalgizantes percebidos nessa categoria são: romântico – proposto pelas personagens Samantha e Manuzita ao olharem para seu passado; satírico – da trama de *Samantha!* sobre a década de 1980 e poucas vezes, mas ainda existindo, da trama de *Verão 90*; e, metaimagético e autorreferencial – ao trazer para trama de *Verão 90* grandes eventos e noticiários já veiculados pela emissora, ou ainda pelas falas de Lidiane reverenciando que ser uma atriz da Rede Globo é um ponto alto na carreira. Por fim, observa-se personagens induzindo a mídia para instrumentalizar nostalgias de suas próprias vivências na década de 1980 – como acontece com o longa-metragem proposto por Jerônimo e o *revival* da *Turminha Plimplom* proposto por Samanta.

## 4.2 Composição cênica

Nesta categoria abordarei os sintagmas estilísticos presentes em *Samantha!* e *Verão 90* que instrumentalizam nostalgias dos programas infantis da década de 1980, buscando as funções desses objetos cênicos, como predito, as categorias de análise estão entre as teorias de Bordwell (2008), Bordwell e Thompson (2013) e Butler (2010), isto é: cenários, iluminação, figurino e

maquiagem e comportamento dos personagens. Começarei pelos cenários dos programas. Tanto o programa da *Turminha Plimplom* quanto o *Patotinha Mágica* são programas de auditório, trabalham com multicâmera, crianças na plateia e ajudantes de palco para as brincadeiras com as crianças. Outra característica presente nos dois programas é a apresentação feita por um trio de crianças, que também são cantores e fazem *shows* como banda pelo Brasil, a composição é de uma menina (vista como a “líder”) e dois meninos. Como expus na categoria anterior ao comparar o programa *Turminha Plimplom* em 1985 e 2018, o cenário do *show* em *Samantha!* era formado por um painel com imagem de um céu, uma estrela e um planeta gigante, pequenos pedestais para as modelos dançarem, totens laranjas, quadrantes com cercas laranjas, crianças da plateia com a camisa da *Turminha Plimplom* pulando, muitas cores, brilhos e purpurinas, um ambiente lúdico. Os figurinos de Tico, Samantha e Bolota visam rememorar um fardamento de astronauta, com algumas particularidades próprias dos apresentadores: a roupa de Samantha é rosa e a dos meninos é azul, Samantha usa tiara, Tico usa chapéu e cinto de caubói, além de uma capa e Bolota tem uma roupa mais grossa e brilhosa. A temática espacial foi bastante utilizada no *Xou da Xuxa*, que chegava em uma nave, além das crianças no palco que também estavam presentes no *Xou*. A mascote do programa é Zé Cigarrinho, uma gigante caixa de cigarro sorridente.

Já em *Patotinha Mágica* o programa começa apenas com Manuzita como apresentadora e cachorros gigantes como mascotes, após o concurso de escolha de novos membros temos o Trio Patotinha, a história é parecida com a da Simony da *Turma do Balão Mágico*, que começou o programa apenas com a mascote Fofão e após teve a ingresso de outros membros. No cenário do *Patotinha Mágica* é possível visualizar cortinas de teatro em *background* com o cenário de um sol sorridente, plateia lateral preenchida

da com crianças, muitas cores, brilhos, balões e teto circense. Os elementos circenses relembram os *shows Bambalalão* e *Bozo*, a plateia lateral é vista no *Bozo*, o sol alegre em *background* rememora o cenário de *Show Maravilha* e um elemento lateral no *Xou da Xuxa*. Os elementos cênicos, sejam os cenários, ou as muitas cores, aspectos circenses, enfim, são utilizados como operacionalização de cenários já conhecidos na mente dos espectadores.

Figura 17 – Cenários do *Patotinha Mágica* em *Verão 90* (Rede Globo, 2019) e comparação entre os elementos nos cenários de *Show Maravilha* (SBT, 1983-1998), *Xou da Xuxa* (Rede Globo, 1986-1992) e *Bozo* (Rede Record [1980-1981]; TVS/SBT [1981-1991/2013])



Fonte: *Verão 90* (Rede Globo, 2019) e Google Imagens

O *blazer* do figurino de Manuzita faz alusão às roupas das paquitas de Xuxa, e a saia é similar ao estilo que Xuxa e Angélica usavam. Já os figurinos de João e Jerônimo são compostos por ternos brilhosos e despojados.

Figura 18 – Figurino dos integrantes do *Patotinha Mágica*. Comparação do figurino de Manuzita com o das Paquitas (*Xou da Xuxa* [Rede Globo, 1986-1992]) e de Angélica e as Angelicats (*Clube da Criança* [Rede Manchete, 1983-1998])

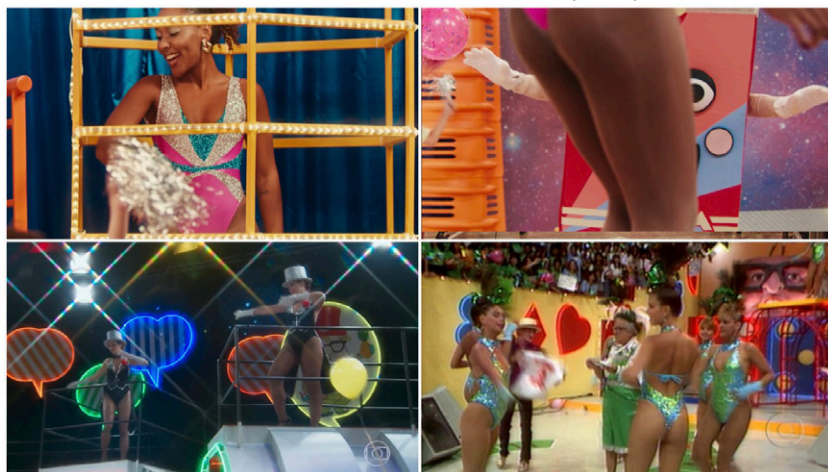


Fonte: Rede Globo/Estevam Avellar e Google Imagens

Os dois trios trazem como referência a Turma do Balão Mágico e o trio musical Trem da Alegria, tanto na forma de se vestir quanto nas composições musicais positivas sobre o mundo, a vida e o amor. No cenário de *Samantha!* é possível observar uma referência à forma pela qual o corpo feminino era exposto na televisão: vestindo maiôs coloridos e tendo as pernas, nádegas e seios evidenciados com câmeras em *closes*, plano detalhe e movimento vertical de câmera em velocidade lenta (conhecido como *tilt*). Essas cenas podem ter duas perspectivas, a de exploração do corpo para fins capitais e a do corpo feminino como resistência de estar presente neste ambiente. Em *Samantha!* os *closes* acontecem com as ajudantes de palco, não na apresentadora, que

está liderando o ambiente para o público. Nas cenas da série, há simulação de que a mulher está em uma jaula, só que na verdade são os quadrantes com cercas laranjas do cenário. As imagens são similares as do *Cassino do Chacrinha*, que inclusive aparece em *Verão 90*.

Figura 19 – Comparação entre *Samantha!* (Netflix, 2018-2020) e *Cassino do Chacrinha* (Rede Globo, 1982-1988)



Fonte: *Samantha!* (Netflix, 2019-2020), *Verão 90* (Rede Globo, 2019) e *Cassino do Chacrinha* (Rede Globo, 1982-1988)

Outra característica dos programas visto nas duas ficções é a presença da mascote. Em *Samantha!* existe Zé Cigarrinho, que possui função na trama (BUTLER, 2010) de auxiliar no palco do programa infantil, encorajar Samantha e realizar uma sátira às mascotes da época. No *Xou da Xuxa* dois mascotes possuíam o nome de algum mal: Praga e Dengue, o que é estranho para um programa infantil, mas isto tem a ver com a história do Brasil, pois a partir de 1980 a Dengue se tornou um problema de circulação viral (BRAGA; VALLE, 2007), o *Aedes aegypti* virou uma praga. Então é algo de nossa identidade. Utilizar a imagem de Zé Cigarrinho também aborda a ideia de ironia à um hábito que



era comum na década, até considerado chique e sofisticado. Tão comum que se tinha a fabricação de um chocolate da marca Pan chamado *Cigarrinhos de Chocolate ao Leite*. Em 1996 a Procuradoria de Proteção e Defesa do Consumidor (Procon) notificou a marca a mudar a embalagem do produto e a Pan seguiu o que foi pedido.

Figura 20 – Zé Cigarrinho e embalagens dos *Cigarrinhos de Chocolate ao Leite* da marca Pan



Fonte: *Samantha!* (Netflix, 2019-2020) e Google Imagens

Quando ocorre a transição de 1980 para 2018 na primeira cena de *Samantha!* pode-se ver a referência de Zé Cigarrinho ao Dengue do *Xou da Xuxa* com mais clareza, quando até o figurino de Samantha é similar ao da “rainha dos baixinhos” e a disposição cênica das pessoas é similar entre as duas imagens:

Figura 21 – Comparação entre Zé Cigarrinho e Dengue e entre os figurinos de Samantha e Xuxa



Fonte: *Samantha!* (Netflix, 2019-2020) e Google Imagens

No figurino de Samantha é possível notar um elemento importante na trama da ficção seriada, que é a tiara. No primeiro episódio Samantha está arduamente procurando sua tiara e trazendo aborrecimento para a figurinista que não sabe onde a tiara se encontra, sem a tiara ela não entra em palco. Em 2018, Samantha ainda usa a tiara em *shows* e quando segura a tiara rememora os momentos da década de 1980. Mais tarde, no *Episódio 07*, a Menina Cogumelo pergunta se Samantha guardou a sua tiara, ou seja, Samantha pegou a tiara da colega. O elemento cênico proporciona poder, estilo e força para a personagem, esta é sua função na trama. A tiara é similar à que Xuxa usou no longa-metragem *Super Xuxa Contra o Baixo Astral* (Anna Penido e David Sonneschein, 1988) e depois em *A Princesa Xuxa e os Trapalhões* (José Alvarenga Jr., 1989).

Figura 22 – Comparação entre a tiara de Samantha e Xuxa



Fonte: *Samantha!* (Netflix, 2018-2020) e Google Imagens

Um figurino parecido ao de Samantha adulta é o utilizado no *revival* de *Xou da Xuxa*, a turnê nacional que a apresentadora e cantora Xuxa fez em 2018. Nas apresentações, Xuxa cantou músicas que marcaram sua carreira e a infância das pessoas que estavam na plateia, como: *Ilariê*, *Lua de Cristal* e *Planeta Xuxa*. Acompanhada de paquitas, paquitos e um cenário lúdico, similar ao *Xou* na década 1980 e 1990, inclusive saindo da famosa nave espacial rosa, a “rainha dos baixinhos” conseguiu angariar grande público ao realizar tal movimento nostálgico.

Figura 23 – *Revival do Xou da Xuxa*



Fonte: Manuela Scarpa/*Brazil News*<sup>65</sup>

Voltando às mascotes, em *Verão 90* existe a presença de Jofre Cachorrão e mais outros dois cachorros em palco, auxiliando Manuzita, e depois Manuzita e os irmãos Guerreiro. As mascotes são uma alusão aos cachorros da *TV Colosso*, entretanto, *TV Colosso* só foi ao ar em 1993 e o *Patotinha Mágica* se passa em 1981. É uma característica de *Verão 90* nostalgizar de maneira mais ampla que *Samantha!*, pois chega a abordar até três décadas no tempo diegético – 1970, 1980, 1990, e ainda aponta para o que virá nos anos 2000. Como a telenovela é veiculada por um canal aberto e tem como foco audiência massiva, nostalgizar sobre todos esses períodos é uma maneira de manter a atenção do grande público. Sobre 1970 temos a figura de Lidiane como atriz da pornochanchada, esta diz que fez sucesso na década de 1970,

65. Disponível em: <<https://tvefamosos.uol.com.br/album/2019/08/18/xuxa-xou-rainha-dos-baixinhos-traz-noite-de-nostalgia-a-sao-paulo.htm?mode=list&foto=8>>. Acesso em: 18 nov. 2020.

entretanto a música que toca quando ela rememora as cenas é uma sonoridade similar a *Conga, Conga, Conga* da cantora Gretchen, e esta música só foi lançada em 1981 no álbum *You and Me*. Ou seja, há uma incompatibilidade temporal. Sobre os anos 2000, eles não chegam a acontecer, a trama termina em 1997, mas já aponta para a televisão digital em notícias, expandida nos anos 2000. Em suma, *Verão 90* instrumentaliza uma mistura de elementos e ícones próprios da memória do povo brasileiro presentes em muitas décadas de histórias.

Figura 24 – Nas fileiras de cima, as mascotes de *Verão 90* (Rede Globo, 2019) e abaixo os cães apresentadores do programa infantil *TV Colosso* (Rede Globo, 1993-1997)

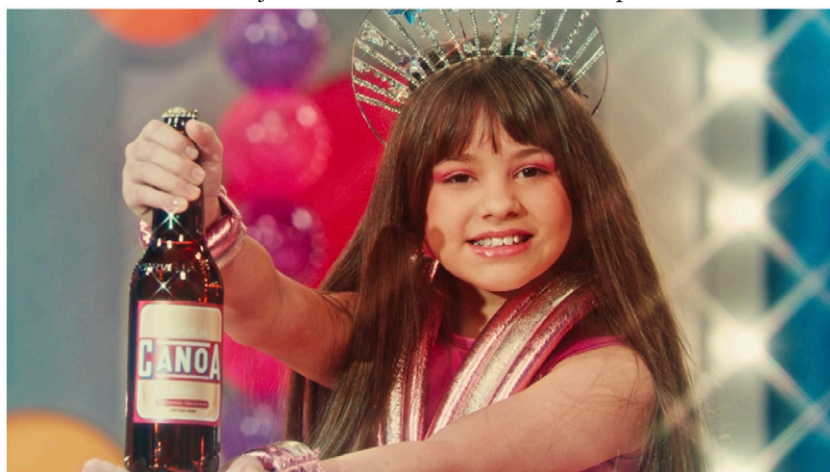


Fonte: *Verão 90* (Rede Globo, 2019) e Google Imagens

Nos programas infantis da década de 1980 era comum os anúncios publicitários de produtos direcionados para crianças durante a veiculação do programa, essa foi uma das questões que pesaram para a finalização de tais programas no final da década de 2000 e início de 2010 na televisão aberta, pois as propagandas com apelo direto ao público infantil foram proibidas e grande parte dos anunciantes, maiores responsáveis por manter os pro-

gramas no ar, precisaram terminar seus contratos. Em *Samantha!* existem duas propagandas realizadas pela protagonista na *Turminha Plimplom*: a da Cerveja Canoa e a de sua boneca. A propaganda da Cerveja Canoa acontece no *Episódio 02*, pois ela vai realizar a publicidade da mesma cerveja com Dodói e lembra que na infância já trabalhou com a marca. Por enquanto que está com Dodói, Cindy e Brandon no carro, ela diz que inventou a fórmula “mulher jovem vende cerveja” e em um movimento de retorno ao passado, rememora a propaganda realizada na infância quando tinha nove anos: “Toda criança quer os pais felizes. Para abrir o sorriso no rosto do papai e ajudar a mamãe a dormir de boa: Cervejas Canoa” (*Samantha!*, *Episódio 02*, 02’13”).

Figura 25 – Samantha realizando a propaganda da Cerveja Canoa no show *Turminha Plimplom*



Fonte: *Samantha!* (Netflix, 2018-2020)

A ficção apresenta uma abordagem satírica sobre as propagandas realizadas nos programas infantis da década, que não chegaram a fazer uma propaganda de cerveja tão explícita, ou pelo menos, essa propaganda não está acessível na internet hoje, afinal,

compilar vestígios dos programas infantis da década de 1980 é uma árdua façanha pois as fontes se resumem, em larga escala, aos *sites* de notícia, *sites* das emissoras, *sites* de fãs, Youtube e Google Imagens. Entretanto, mesmo que não tenha acontecido na tevê, ou estes vídeos não estejam disponíveis, propagandas de cerveja para crianças aconteceram na década de 1910, 1920, 1930 e 1940 através de anúncios impressos, não só para crianças, mas também como suplemento alimentar e energético. Em 1910 a Antarctica produziu um cartaz em que um bebê impunha para a mãe beber a cerveja: “Mãe! Bebe esta cerveja”, e em 1930 a cerveja Malzbier produziu um anúncio que comunicava que a cerveja era boa contra anemia.

Figura 26 – Propagandas das cervejas Antarctica e Malzbier



Fonte: *Sites Texo*<sup>66</sup> e *Propagandas Históricas*<sup>67</sup>

66. Disponível em: <<https://texo.com.br/blogs/news/em-propagandas-antigas-cerveja-foi-indicada-para-criancas-e-para-o-trabalho-veja-exemplos>>. Acesso em: 20 nov. 2020.

67. Disponível em: <<https://www.propagandashistoricas.com.br/2014/02/cerveja-malzbier-para-criancas-e.html>>. Acesso em: 20 nov. 2020.

Similarmente à forma como Samantha realiza uma propaganda de cerveja para crianças, ela publiciza sua própria boneca. O texto é: “Me leva pra casa, me leva pra escola, me leva pro parquinho, penteia meu cabelo, mas nunca se esqueça de mim, eu sou sua melhor amiga. Agora, pede pra mamãe me comprar no Natal, hein? Também disponível na versão Japão e Madagascar” (*Samantha!*, *Episódio 01*, 13’43”). Existe um discurso direto e impositivo por parte da apresentadora, “me leva, penteia, nunca se esqueça [...]”, o que pelo Conar não é mais permitido no contemporâneo, além da propaganda expor sobre a exportação de produtos brasileiros que surgiram a partir de estrelas mirins advindas de programas infantis televisivos, que foi o caso de Xuxa e a exportação de seus produtos. Apesar de ter-se em mente que a televisão mudou radicalmente, a trama aponta que anunciantes ainda são responsáveis por grande parte do financiamento dos programas, pois na abertura do *Enjaulados Kids*, no *Episódio 03*, há propagandas da Cerveja Canoa, Ketchup Berenice e *Emagridiet* (um suplemento de emagrecimento) que financiam o *show* de talentos, e no programa *Vivendo e Amando com Flávio Junior* apresentado no *Episódio 05*, há patrocínio direto do ketchup Berenice e açúcar Coração. Sobre o anúncio da boneca de Samantha, Angélica e Xuxa possuem um processo bem semelhante de venda. No programa *Xou da Xuxa*, pessoas de todas as idades pediam para a apresentadora a boneca de presente, foi um grande sucesso de venda no Brasil. Em um programa de 1987, disponível no canal do Youtube *Galeria da Xuxa*<sup>68</sup>, a apresentadora fala de sua boneca: “Olha quem tá pintando aqui no nosso pedacinho, é a Xuxa de brinquedo. Ó, tá mimo a boneca Xuxa”. A boneca ficou conhecida como um “mimo” entre o público, e este

---

68. Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=c98pJniFvBM&ab\\_channel=GaleriadaXuxa](https://www.youtube.com/watch?v=c98pJniFvBM&ab_channel=GaleriadaXuxa)>. Acesso em: 20 nov. 2020.



era o nome da marca que fabricou a primeira versão do brinquedo. Em um dos comerciais oficiais da edição da marca Estrela, Xuxa narrava: “Os cabelos ficaram maravilhosos, os olhos estão perfeitos, azulinhos... A roupa é a mesma. Olha, Estrela, vocês fizeram igualzinha”, e após, o locutor: “Xuxa... Não é uma boneca?”<sup>69</sup>. A ideia era que as crianças pudessem ter em casa um pouco de sua referência televisiva. Xuxa promoveu no *Xou da Xuxa* a maioria de seus produtos, mais de três tipos de boneca, relógios, sapatos, microfones de brinquedo, botas, etc.

Figura 27 – Comparação entre Samantha, Xuxa e Angélica e suas respectivas propagandas de bonecas na década de 1980



Fonte: *Samantha!* (Netflix, 2018-2020), Canal do Youtube *Galeria da Xuxa* e Google Imagens

Samantha sente orgulho por ter uma boneca só dela. No *Episódio 06*, Samantha e Bolota discutem na infância sobre isso. Bolota aponta que Samantha tem receio de perder o lugar de destaque para os outros integrantes e ela responde: “Eu não vou

69. Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=3-f\\_\\_KVRvSg&ab\\_channel=analistadoorkut](https://www.youtube.com/watch?v=3-f__KVRvSg&ab_channel=analistadoorkut)>. Acesso em: 26 nov. 2020.

ficar ouvindo ofensas de quem vinha de brinde na minha boneca” (*Samantha!*, *Episódio 06*, 19’38”). Sendo assim, a protagonista se acha superior por essa questão. No *Episódio 04*, Samantha discute com Laila sobre fãs clubes e como eles se estabelecem. Para a protagonista, ser famosa de verdade é ter uma boneca, receber cartas e outros carinhos dispendiosos de seus fãs, não curtidas em fotos de redes sociais, pois segundo a personagem, este tipo de ação é muito simples para com os *idols*. Segundo Samantha, os fãs da década de 1980 são mais fãs do que os contemporâneos, no *Episódio 04* mostra que crianças enviavam pedaços de seus cabelos e até dentes de leite junto com uma carta para seus ídolos lerem e mostrarem ao vivo. O *Episódio 04* mostra uma criança sentada em uma mesa fazendo o desenho da coroa de Samantha por enquanto que *Turminha Plimplom* está sendo veiculado na televisão atrás dela, a menina corta o cabelo e entrega a carta para o carteiro, após isto, espera que Samantha pegue a carta na televisão e leia. Samantha lê a carta de outra criança e ela se entristece.

Figura 28 – Fã envia carta para Samantha com desenho e um pedaço de seu cabelo



Fonte: *Samantha!* (Netflix, 2018-2020)

Essa cena mostra a fidelidade dos fãs antigos e um sistema de identidade próprio dos nossos programas infantis que é o de envio de cartas, muito famoso a partir do *Clube da Criança* e consagrado depois no *Xou da Xuxa* como uma forma de interação entre o público e a apresentadora. Existia um momento do *Clube da Criança* e depois do *Xou* em que Xuxa ia para uma piscina de cartas e as jogava para o alto, pegava uma e lia. O sistema de interação também ocorreu em *Bozo*, só que através de telefonemas que os fãs faziam para o palhaço.

Figura 29 – Piscina de cartas em *Samantha!* (Netflix, 2018-2020), *Clube da Criança* (Rede Manchete, 1983-1998) e *Xou da Xuxa* (Rede Globo, 1986-1992)



Fonte: *Samantha!* (Netflix, 2018-2020) e Google Imagens

Além da piscina de cartas, *Samantha!* aborda outras questões identitárias próprias dos ícones infantis brasileiros da década de 1980 como uma faca dentro de bonecos ou bonecos possuídos por algum tipo de malignidade e discos tocados ao contrário com mensagens “satânicas”<sup>70</sup>. Na década de 1980, se expandiu uma narra-

70. Satânico no sentido religioso, presente nas religiões satanismo e cristianismo. O termo está sendo usado porque culturalmente, no país, esse foi o discurso coletivo.

tiva no país de que o brinquedo do personagem Fofão (*Turma do Balão Mágico*) possuía uma faca dentro do corpo e isto estava chegando na casa de muitas crianças. A história é de um imaginário brasileiro, antes da popularização da internet, e hoje se encontra facilmente em variados *sites* de notícias e fóruns de pesquisa<sup>71</sup>. Segundo os *sites*, a lenda do boneco Fofão, esta espécie de Chucky<sup>72</sup> brasileiro, é de certa forma verídica, só que a “faca” é apenas um encaixe da cabeça no corpo do brinquedo. Entretanto, o que se popularizou, o que é coletivo, é que o boneco era do “mal”.

Figura 30 – Brinquedo Fofão dividido entre cabeça e corpo



Fonte: Site Sessão do Medo<sup>73</sup>

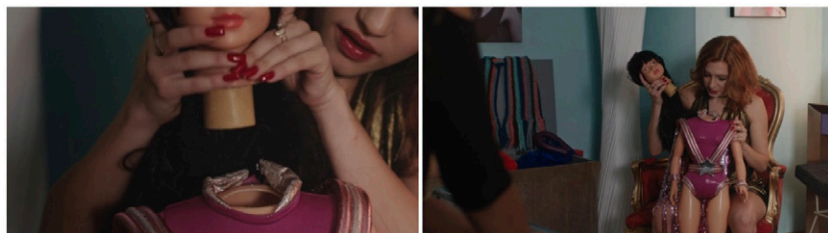
71. Disponível em: <<https://super.abril.com.br/blog/superblog/leitores-dizem-que-o-boneco-do-fofao-realmente-escondia-uma-faca-ou-algo-parecido/>>; <<https://medium.com/banco-de-c%C3%A9rebro/lenda-urbana-desvendando-a-lenda-do-boneco-do-fof%C3%A3o-4b1692d554a7>>; <<https://www.gazetaonline.com.br/noticias/brasil/2016/05/conhece-a-lenda-urbana-da-faca-do-fofao-boneco-e-relancado-no-brasil-1013941956.html#>>>; <<https://br.blastingnews.com/tv-famosos/2016/10/a-maldicao-do-fofao-lenda-urbana-ganha-forca-apos-morte-do-ator-001207721.html>>. Acesso em: 26 nov. 2020.

72. Brinquedo que aparece pela primeira vez no filme *Child's Play* (Tom Holland, 1988).

73. Disponível em: <<https://www.sessaodomedo.com.br/2018/05/5-lendas-urbanas-que-voce-provavelmente.html>>. Acesso em: 26 nov. 2020.

Em *Samantha!* a questão da faca na boneca da própria Samantha é abordada no *Episódio 04*, quando Laila está no quarto de Samantha, segura a boneca, tira a cabeça e expõe: “Então é verdade? Eu sempre achei que essa história de faca dentro da boneca fosse um rumor. O bom de hoje é que com internet não tem mais essa frescura de verdade ou mentira” (*Samantha!*, *Episódio 04*, 18’40”). Desta maneira, é perceptível que essa questão de um punhal dentro de uma boneca faz parte do imaginário popular dos brinquedos da década de 1980, além da fala de Laila fazer uma sátira ao ambiente da internet.

Figura 31 – Laila tira a cabeça da boneca de Samantha para observar se há uma faca dentro



Fonte: *Samantha!* (Netflix, 2018-2020)

Mais uma lenda presente no imaginário popular brasileiro é que a boneca da Xuxa era possuída por uma espécie de espírito maligno, pois é também deste conjunto de símbolos que a apresentadora tinha um pacto com esta figura demoníaca, isto está presente na dissertação de Sinval (2010), em variados *sites* de notícias<sup>74</sup>, revistas e jornais. Em uma edição de agosto de 2008 do jornal *Folha Universal*, a manchete de capa anuncia: “Pacto

74. Disponível em: <<https://blogs.ne10.uol.com.br/social1/2019/06/17/xuxa-comenta-boatos-de-pactos-com-diabo/>>; <<https://espaco-vital.jusbrasil.com.br/noticias/3045766/xuxa-igreja-universal-pacto-com-o-diabo-e-us-100-milhoes>>; <<https://observatoriodatv.uol.com.br/noticias/em-entrevista-para-eliana-xuxa-fala-sobre-boatos-de-pacto-com-o-demonio>>; <<https://d.emtempo.com.br/holofotes/150880/xuxa-meneghel-desabafa-sobre-historias-de-pacto-com-diabo>>. Acesso em 26 nov. 2020.

com o mal? Nos Estados Unidos, pastor acusa a apresentadora Xuxa de ter aliança com o diabo e diz que ela vendeu a alma por US\$ 100 milhões. As supostas relações entre alguns artistas famosos e rituais satânicos causam polêmica há várias décadas”<sup>75</sup>. Não se sabe a origem deste tipo de ideia que começou a ser difundida na década de 1980, mas é de cunho coletivo cultural que a boneca Xuxa se transformava em algo perverso durante a noite e atacava crianças. Existe uma narrativa que em novembro de 1989 uma boneca da Xuxa foi aconfortada em uma igreja no interior de Sorocaba/SP porque “agrediu” uma criança durante a noite. No vídeo do canal *Portal SorocabaniceS*<sup>76</sup> no Youtube a lenda é narrada e uma imagem da notícia no jornal é apresentada propondo que o brinquedo “matou” a criança.

Figura 32 – Notícia sobre a boneca da Xuxa no interior de Sorocaba em 1989

**Boato macabro da boneca da Xuxa toma conta da cidade**

**Estória absurda diz que brinquedo matou uma criança de dois anos de idade**

**Alguns acreditam que os boatos visam atingir Xuxa e seus produtos**

**Boato macabro diz que boneca da Xuxa matou criança**

Um boato que se espalhou rapidamente em Sorocaba diz que uma boneca da Xuxa teria matado uma criança de dois anos de idade. Segundo a notícia, a boneca teria sido encontrada no interior de uma casa, após a morte da criança. O boato diz que a boneca teria sido encontrada no interior de uma casa, após a morte da criança. O boato diz que a boneca teria sido encontrada no interior de uma casa, após a morte da criança.

**Boato macabro diz que boneca da Xuxa matou criança**

Um boato que se espalhou rapidamente em Sorocaba diz que uma boneca da Xuxa teria matado uma criança de dois anos de idade. Segundo a notícia, a boneca teria sido encontrada no interior de uma casa, após a morte da criança. O boato diz que a boneca teria sido encontrada no interior de uma casa, após a morte da criança.

**Boato macabro diz que boneca da Xuxa matou criança**

Um boato que se espalhou rapidamente em Sorocaba diz que uma boneca da Xuxa teria matado uma criança de dois anos de idade. Segundo a notícia, a boneca teria sido encontrada no interior de uma casa, após a morte da criança. O boato diz que a boneca teria sido encontrada no interior de uma casa, após a morte da criança.

75. Disponível em: <<http://os5mais.com.br/misterios/as-5-lendas-urbanas-mais-famosas-do-brasil/>>. Acesso em: 26 nov. 2020.

76. Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=oUIVoPSLsCQ&ab\\_channel=PortalSorocabaniceS](https://www.youtube.com/watch?v=oUIVoPSLsCQ&ab_channel=PortalSorocabaniceS)>. Acesso em: 26 nov. 2020.

Os contos de bonecos possessos por espíritos é algo antigo no cinema: em 1964 temos a figura do boneco Hugo em *Devil Doll* (Lindsay Shonteff, 1964), em 1978 o ventríloquo Corky nos apresenta sua marionete Fats em *Magic* (Richard Attenborough, 1978), além dos brinquedos em *Poltergeist* (Tobe Hooper, 1978) e o clássico supracitado Chucky, de *Child's Play*. Outro mito conhecido na década de 1980 que está na mesma página das “bonecas demoníacas” é que os discos da Xuxa quando tocados ao contrário possuíam uma mensagem satânica. Esta questão é abordada em *Samantha!* no *Episódio 07*, quando Brandon propõe que sempre que escuta a música dos Plimplons sente vontade de comer Ketchup Berenice e Brandon e Cindy, juntos, colocam o disco em uma vitrola e giram ao contrário, um gesto de nostalgia para espectadores rememorem o uso da vitrola. No disco tocado ao contrário o som é de uma chamada impositiva do Ketchup Berenice. Na cena:

– Brandon: Você sabe usar isso?

– Cindy: Eu vi na internet. Se você tocar ao contrário, pode revelar uma mensagem satânica.

(Som ruidoso sai da vitrola): Compre Ketchup Berenice.

(*Samantha!*, *Episódio 07*, 14'52”)

A série brinca com a lenda de maneira satírica, trazendo à memória a importância que as marcas tinham na construção dos programas infantis da década. Como propõe Vanoye e Goliot-Lété (2012), é construído um mundo possível na ficção que possui extremas relações com o real.

Figura 33 – Brandon e Cindy tocam o disco da Turminha Plimplom ao contrário



Fonte: *Samantha!* (Netflix, 2018-2020)

Casos como a piscina de cartas, propaganda de bonecas por apresentadoras mirins, lendas de faca dentro de bonecos, brinquedos possuídos por algum mal e mensagem satânica em um disco tocado ao contrário são gestos nostálgicos de identidades coletivas. Baseio a proposta no conceito de Davis (2011). Segundo Davis, em tempos de descontinuidade, as pessoas buscam identidades coletivas construídas anteriormente por grande parte da população. As lendas formam um imaginário infantil da década de 1980 e a ficção *Samantha!* as instrumentaliza como forma de identidades coletivas próprias de um povo. Não é a primeira vez que a Netflix operacionalizou tais questões do imaginário brasileiro, em 2016 a plataforma veiculou em seu canal do Youtube uma propaganda da série *Stranger Things* utilizando os mesmos motes através da figura de Xuxa, o comercial se chama “Xuxa e o baixinho que sumiu”<sup>77</sup>. Na publicidade, a protagonista de *Stranger Things*, Eleven,

77. Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=2t-AIbErqts&ab\\_channel=NetflixBrasil](https://www.youtube.com/watch?v=2t-AIbErqts&ab_channel=NetflixBrasil)>. Acesso em 30 nov. 2020.



liga a televisão e a apresentadora Xuxa aparece com um figurino no estilo década de 1980 em uma piscina de cartas. Ela escolhe a carta de Joyce Byers (personagem em *Stranger Things*) e lê que o “baixinho” Will sumiu, em *Stranger Things* esse é o incidente incitante que dá a largada da primeira temporada. Estilisticamente a cena de Xuxa é cheia de ruídos na tela para recordar uma televisão antiga, no caso, a que Eleven está assistindo. O roteiro brinca com elementos contemporâneos, como a filha de Xuxa, Sasha Meneghel que nasceu em 1998, e o meme “Senta lá, Cláudia”, que ficou famoso na década de 2000 no Brasil por causa de um antigo vídeo de Xuxa lidando com sua plateia infantil nas décadas anteriores. A apresentadora também menciona a lenda da boneca possuída, diz que os espectadores podem enviar cartas para a caixa postal “11-666”, 11 de Eleven, e 666 da figura apocalíptica do Diabo e menciona o disco ao contrário. O texto do comercial é:

Uhu uhu uhu. Peguei, peguei, peguei. Pronto, pronto, já peguei! Já peguei! *Já, foi, Cláudia! Já tá aqui. Cláudia, senta aí, Cláudia. Senta, por favor? Senta!* Tá bom gente, olha só: essa aqui é da Joyce... Joyce Biéres... Byers. Da cidade de Raukins... Róquins... Hawkins... Ixi, gente, é em inglês. *E a Sasha ainda nem nasceu pra me ajudar a traduzir, né?* “Hi, Xuxa, como vai?”. Vou bem, obrigada. E você? “Eu quero a sua ajuda”. E quem não quer? “Meu filho sumiu...”. Pera aí gente, essa história é triste. “Meu filho sumiu, já procuramos em todos os lugares e nada do Will”. Ahhh... Ela perdeu o baixinho. “E o mais estranho é: desde que ele desapareceu, coisas começaram a acontecer aqui em casa. Todas as noites o telefone toca e eu ouço a respiração dele junto com um ruído assustador”. *Vixi, gente, será que ela comprou minha boneca?* Ah, pera aqui, ela disse que mandou uma foto do Will. Ó, mandou. Ah, ele é bonitinho, gente, olha. Joyce, nós vamos fazer de tudo pra ter o seu baixinho de volta. Né,

não, galera? Então, ó... Se você tiver alguma informação sobre o Will, você aí de casa, mande uma carta pra gente, pra caixa postal onze, meia, meia, meia, Jardim Botânico, Rio de Janeiro, *Eleven, meia, meia, meia*, Jardim Botânico, Rio de Janeiro. Vamos sortear várias das minhas bonecas pra quem ajudar, combinado? Joyce... (manda um beijo). Bem, gente, agora vamos lá, vamos lá, vamos lá! Ah... *Quem quer ouvir o meu disquinho ao contrário? Uo Uo Uo E eirali eirali eirali. Hein? Quem quer? Quem quer? Stranger Things*, todos os episódios na Netflix.

(Comercial “Xuxa e o baixinho que sumiu” veiculado no canal do Youtube da Netflix, *grifos da autora*).

Percebe-se que a própria Netflix já havia instrumentalizado nostalgias com os mesmos elementos identitários dos programas infantis da década de 1980.

Figura 34 – Propaganda “Xuxa e o baixinho que sumiu”



Fonte: Canal do Youtube da Netflix

A perspectiva de Grainge (2000) de estilo cultural também é relevante para compreensão de outro gesto nostalgizante realiza-

do pelas ficções. Segundo Grainge, o estilo cultural aponta para o simbólico com poder de construir reconhecimentos e vivências, conectado às formas culturais de expressão nostálgica e a competência da estética – cores, efeitos, sons, entre outros. Isto é perceptível nas duas ficções, a utilização de cores e elementos lúdicos do cenário dos programas, a tiara de Samantha, apresentadoras mirins, mulheres de maiô na televisão, trios musicais infantis, as mascotes Zé Cigarrinho e Jofre Cachorrão, o figurino de Manuzita lembrando o das paquitas, o figurino de Samantha adulta lembrando o de Xuxa mostram uma estetização das nostalgias, isto é, outro gesto pode ser apontado: estilo cultural. Através das novas tecnologias de comunicação, as produções tornam o ato de recordar conveniente e comercializável. Desta forma, na percepção de estilo de Bordwell (2008) e Bordwell e Thompson (2013), utilizando as categorias analíticas figurinos, maquiagens, cores, iluminações, cenários e comportamentos dos personagens, além da teoria de Butler (2010) de observar as funções nas composições cênicas que se repetem, é perceptível que existem dois gestos nostálgicos a partir dos elementos cênicos, o de identidades coletivas e o de estilo cultural.

Novas formas de contar o passado ascendem de diversas maneiras. Nos produtos audiovisuais seriados brasileiros, sobre as formas de narração dos programas infantis da década de 1980, aponto que há um movimento de sátira ao passado idealizado em concomitância a uma romantização do mesmo passado, um gesto metaimagético e autorreferencial da Rede Globo por si mesma, e, além disto, um processo de operacionalização do imaginário infantil da década de 1980 por meio das identidades coletivas da nação e estetização de estilos culturais facilmente reconhecíveis por pessoas brasileiras. O objeto nostálgico é sempre ilusório, pois aqueles programas infantis, mesmo que assistidos na íntegra, jamais poderão proporcionar o mesmo sentimento de quan-

do foram assistidos em suas veiculações originais. Trabalhar com narrativas nostálgicas sobre os programas infantis da década de 1980 é operacionalizar utopias de retorno presentes nos adultos contemporâneos, porém, este não é um deslocamento negativo, está sendo proposto, principalmente por causa do atual estado da sociedade e da idade do público, como forma de apreciação e análise perante o que é apresentado.

## Considerações finais

Nostalgias têm sido impulsionadas em produtos audiovisuais, num estilo de arte destinada a um público específico. Essas obras fazem os indivíduos refletirem sobre temporalidades e objetos ilusórios, partindo do presente para construção de sentido, afinal, outros tempos só podem ser refletidos com base na contemporaneidade, momento de produção da obra. Desta maneira, narrativas que trabalham com nostalgias têm estimulado efetivos engajamentos com seus consumidores, como propus no capítulo *Nostalgias e mídia*. As pesquisas que caminham entre esses dois campos têm conquistado espaço acadêmico nos últimos anos, dando destaque ao *Internacional Media and Nostalgia Network* que investe arduamente nesta temática com grupos de estudos e incentivo à pesquisa. Pela análise dos programas infantis televisivos na década de 1980, existem performances que não são mais exibidas na atualidade, como ídolos mirins usando poucas roupas, comerciais no meio desses programas direcionados às crianças, mascotes com nomes de alguma doença, um monstro perseguindo crianças, entre outras, que existiram na televisão aberta no Brasil e foram ícones de uma geração, hoje adultos entre seus 35 a 50 anos. Esses elementos nacionais são fundadores de identidades próprias, inseridas em um contexto singular. Os objetos auxiliam a refletir sobre esse contexto, sobre a história da televisão brasileira, a relação entre televisão e infância e, de forma abrangente, sobre a sociedade no Brasil.

A popular e habitual ideia de que nostalgia é um sentimento de romantismo com o passado tem sido tensionada e colocada à prova, Niemeyer (2014), Ferraz (2017), Castellano e Meimaridis (2017), Leal, Borges e Lage (2018) e Silva e Lopes (2020) apon-

tam isto. A perspectiva de gestos nostálgicos é uma vertente destas teorias já antes abordadas, em que a mídia possui papel ativo nas instrumentalizações nostálgicas. No texto trabalhei desde a primeira menção da palavra nostalgia, passei pela ascensão da modernidade e como isto se conecta ao sentimento nostálgico, a importância mneumônica, as questões das utopias e ainda a ilusão que pertence ao objeto nostálgico, a fantasia de que o que está sendo ambicionado como nostálgico é melhor do que o atual. Lembrando que nostalgias não são necessariamente sobre passado, mas também sobre presente e futuro, que poderiam estar acontecendo ou acontecer de maneira diferente, saudade do que não se viveu, a mente nostálgica aponta para como seria se isto ou aquilo fosse distinto. Nostálgicos são pessoas deslocadas, que olham para algo que poderia ser diferente, ou sentem saudades do que seria pretensamente melhor, anseiam pelo inalcançável. Samantha e Manuzita apresentam estas características, são pessoas modernas, paradoxais em sua natureza, que estão tentando reafirmar sua dignidade no presente, buscando um lugar em que se sintam em casa (BOYM, 2001; BERMAN, 2007).

Propus duas categorias analíticas para abordagem dos objetos, uma ligada à narrativa – *Construção das Protagonistas*, e outra ao estilo – *Composição Cênica*. Como é de se esperar, as duas se entrelaçam, mas a separação é feita para facilitar a análise e o entendimento para o público leitor. Na primeira categoria, três gestos nostálgicos são apontados: satírico; romântico; metaimagético e autorreferencial. O primeiro, satírico, observa, com tons irônicos, questões problemáticas das vivências da televisão na década de 1980, isto acontece em *Verão 90* quando é mencionada a rotina de trabalho dos ídolos infantis e quando Lidiane fala sobre as mascotes, mas ainda mais em *Samantha!*, que é uma ficção que possui em uma de suas propostas questionar as atitudes realizadas nos programas da década. É um gesto com uma

vertente crítica, que usa o humor próprio das ficções para tornar as questões apresentadas mais amenas. Em *Samantha!* a sátira é realizada pela trama, que nos coloca de frente com as situações intrigantes dos programas infantis da televisão brasileira. Esta guinada é interessante para os espectadores refletirem sobre sua história, como ela influencia no contemporâneo, e como este movimento é possível mesmo que aconteça por uma modalidade nostálgica. O gesto nostalgizante romântico é apontado nas duas ficções, em *Samantha!* através da própria protagonista, que romantiza a década de 1980 e suas experiências na televisão brasileira, e em *Verão 90* através de Manuzita, Lidiane, Jerônimo e a trama da telenovela, que não só romantiza os programas infantis da década como também a própria Rede Globo, pois, de maneira metaimagética e autorreferencial, relembram jornais, o *show Cassino do Chacrinha*, notícias, apresentação de cantores, etc. O gesto metaimagético e autorreferencial, visto com frequência em *Verão 90* ao recordar eventos da década, ensina sobre o passado (se o espectador for mais novo) ou relembra fatos ao espectador mais velho. *Samantha!* tem um ar de sátira e ironia maior que *Verão 90*, que procura romantizar várias décadas para alcançar o público massivo. Na categoria *Composição Cênica* foram trabalhados os aspectos cênicos das ficções, principalmente os que referenciam os programas infantis da década de 1980: cenários, figurinos, cores, iluminação e disposição dos personagens. Dois outros gestos nostálgicos são perceptíveis através de tal categoria: o de identidades coletivas e de estilo cultural. Identidades coletivas se referem aos símbolos na infância de crianças brasileiras na década de 1980, como: piscina de cartas, discos infantis tocados ao contrário com alguma mensagem satânica, propagandas veiculadas nos programas infantis, lendas de bonecas possuídas por algum mal e facas dentro de brinquedos. Já o estilo cultural trata as formas culturais de expressão nostálgica e suas

competências estéticas, como o uso de cores e elementos lúdicos dos cenários dos programas, as apresentadoras mirins, a tiara de Samantha, mulheres de maiô na televisão, trios musicais infantis, as mascotes Zé Cigarrinho e Jofre Cachorrão, o figurino de Manuzita lembrando o das paquitas, o figurino de Samantha adulta lembrando o de Xuxa, enfim, uma estetização nostálgica própria da televisão aberta brasileira, ou mais, dos programas infantis da nossa tevê.

Contextos de produção e circulação também são importantes para compreensão dos objetos. *Samantha!* é uma série de VOD que na primeira temporada possui apenas sete episódios e teve em seu roteiro muitos tratamentos, já *Verão 90* é uma telenovela veiculada originalmente em televisão aberta com 154 capítulos, cada roteiro não possui a mesma quantidade de tratamentos que em uma ficção realizada especialmente para o *streaming*. Hoje *Verão 90* também está disponível no serviço de vídeo sob demanda da Rede Globo, mas o produto não foi pensado para essa veiculação como prioridade. O formato também é relevante, *Samantha!* é considerada uma *sit-com*, apesar de ter um arco continuado percorrendo a temporada, e *Verão 90*, como toda telenovela, têm os arcos folhetinescos. Apesar dessas diferenças, as duas ficções instrumentalizam nostalgias referentes aos programas infantis da década de 1980, e desde que comecei a pesquisa me questiono por que ficções contemporâneas estão evocando estes programas. Hoje acredito que um caminho de resposta é que estes programas infantis foram relevantes na construção do imaginário da televisão aberta brasileira e se firmaram como produtos de massa na época do tardio capitalismo brasileiro, em que o meio de comunicação teve grande ascensão. Estes mesmos programas foram exportados para vários países e na televisão brasileira isto só acontecia com as telenovelas, além de disporem de alto tempo de veiculação na grade de programação da época, então a fixação e influência



dos programas infantis foram consideráveis na constituição das identidades coletivas do país. Sendo assim, no contemporâneo temos produtos originais brasileiros referenciando outros produtos originais do Brasil.

Como indicações aos acadêmicos dispostos a embarcarem neste agradável caminho das nostalgias e televisão brasileira, proponho pesquisas sobre os desenhos animados que eram veiculados nos programas da década de 1980, sobre os programas de auditório em si – que são pouquíssimo explorados academicamente e possuem alta expressividade de influência em nossos produtos audiovisuais contemporâneos e no imaginário brasileiro sobre décadas passadas, e, por fim, uma análise do longa-metragem *Bingo: O Rei das Manhãs*, que possui demasiadas questões a serem abordadas sobre nostalgias e televisão brasileira. Meu esforço de pensar como programas infantis estão sendo instrumentalizados em ficções seriadas contemporâneas não se atribui apenas a uma abordagem sobre a empiria, os produtos seriados em si, mas também sobre o que está além deles. É interessante perspectivar que produtores de conteúdo audiovisual estão operacionalizando nostalgias por demasiadas vertentes, inclusive vertentes satíricas (com um ar de crítica aliado), e o público está buscando este contato com o passado, não apenas por uma relação romantizada, mas também a de assistir a reprise na SportTV do jogo da Copa do Mundo de 2014, em que a Alemanha ganhou do Brasil de 07 a 01. Nostalgias são fenômenos modernos, modos de nostalgizar através da mídia são fenômenos modernos contemporâneos. É curioso, intrigante e inspirador.

## Referências

- AGAMBEN, Giorgio. O que é o Contemporâneo?. In: *O que é o Contemporâneo? e outros ensaios*. Chapecó, SC: Argos, 2009.
- ALLRATH, Gaby; GYMNICH, Marion. *Narrative Strategies in Television Series*. Londres: Palgrave MacMillan, 2005.
- ARENDT, Hannah. *A condição humana*. 10 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.
- ARISTÓTELES. *Sobre a arte poética*. Belo Horizonte: Autêntica, 2018.
- AUMONT, Jacques. *O cinema e a encenação*. Lisboa: Armand Colin, 2006.
- \_\_\_\_\_ MARIE, Michel. *A análise do filme*. 2 ed. Lisboa: Armand Colin, 2004.
- \_\_\_\_\_ et al. *A estética do filme*. 9 ed. Campinas, SP: Papyrus, 2012.
- BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 2011.
- BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- \_\_\_\_\_ *Retrotopia*. Rio de Janeiro: Zahar, 2017.
- BERMAN, Marshall. *Tudo que é sólido desmancha no ar*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- BERGSON, Henri. *Matéria e Memória: ensaio sobre a relação do corpo com o espírito*. São Paulo: Martins e Fontes, 2006.
- BORDWELL, David. *Figuras traçadas na luz: a encenação no cinema*. Campinas, SP: Papyrus, 2008.
- \_\_\_\_\_ THOMPSON, Kristin. *A arte do cinema: uma introdução*. Campinas, SP: Editora da Unicamp; São Paulo: Editora da USP, 2013.
- BORGES, Gabriela. Opções de dramaturgia e encenação no programa infantil Teatro Rá Tim Bum!. *Revista Geminis*, v. 5, n. 1, p. 56-70, 2014.

Disponível em: <<http://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/183>>. Acesso em: 28 ago. 2020.

BOSI, Ecléa. Cultura e desenraizamento. In: BOSI, Alfredo (Org.). *Cultura brasileira - temas e situações*. São Paulo: Ática, 1987.

BOYM, Svetlana. *The future of Nostalgia*. New York: Basic Books, 2001.

\_\_\_\_\_. Nostalgia and Its Discontent. In: *The Collective Memory Reader*. OLICK, Jeffrey K.; VINITZSKY-SEROUSSI, Vered; LEVY, Daniel (Orgs.). Oxford: Oxford University Press, 2011.

\_\_\_\_\_. Mal-estar na nostalgia. *História da Historiografia*, v. 10, n. 23, p. 153-165, 2017. Disponível em: <<https://www.historiadahistoriografia.com.br/revista/article/view/1236>>. Acesso em: 14 jul. 2020.

BRAGA, Ima Aparecida; VALLE, Denise. Aedes aegypti: histórico do controle no Brasil. *Epidemiologia e Serviços de Saúde*, v. 16, n. 2, p. 113-118, 2007. Disponível em: <<http://scielo.iec.gov.br/pdf/ess/v16n2/v16n2a06.pdf>>. Acesso em: 01 dez. 2020.

BURMAN, J. *Transnational Yearnings: Tourism, Migration and the Diasporic City*. Vancouver: UBC Press, 2010.

BUTLER, Jeremy. *Television style*. Nova York: Library of Congress, 2010.

CALABRESE, Omar. Los replicantes. *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, n. 9, p. 71-90, 1984. Disponível em: <<https://ddd.uab.cat/record/33038>>. Acesso em: 03 jul. 2020.

CANDAU, Joël. *Memória e Identidade*. Trad. Maria Leticia Ferreira. 1. ed. 4ª reimpressão. São Paulo: Contexto: 2018.

CARENZIO, Alessandra. Televisão de qualidade: definição da questão e das boas práticas no âmbito televisivo italiano. In: BORGES, G.; REIA-BAPTISTA, V. (Org.). *Discursos e práticas de qualidade na televisão*. Lisboa: Livros Horizonte, 2008.

CASSETTI, Francesco; ODIN, Roger. Da Paleo à Neotelevisão: abordagem semiopragmática. Tradução de Henrique Ramos Reichelt. *Ciberlegenda - Revista do Programa de Pós-graduação em Cinema e Audiovisual*, v. 27, n. 2, p. 8-22, dez. 2012. Disponível em: <<https://>

periodicos.uff.br/ciberlegenda/article/view/36916/21491>. Acesso em: 17 dez. 2020.

CASTELLANO, Mayka; MEIMARIDIS, Melina. Produção televisiva e instrumentalização da nostalgia: o caso Netflix. *Revista GEMINIS*, v. 8, n. 1, p. 60-86, 19 jul. 2017. Disponível em: <<http://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/281>>. Acesso em: 10 jun. 2019.

COLVARA, Lauren Ferreira. *Os Programas Infantis e sua trajetória na TV aberta brasileira: os casos mais importantes*. In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, V Congresso Nacional de História da Mídia, São Paulo, 31 maio a 02 de junho de 2007. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/50-encontro-2007-1/Os%20Programas%20Infantis%20e%20sua%20trajetoria%20na%20TV%20aberta%20brasileira%20os%20casos%20mais.pdf>>. Acesso em: 28 jul. 2020.

CORTINHAS, Rosângela. *Figurino: um objeto sensível na produção do personagem*. 2010. 81 f. Dissertação (Mestrado em Artes Cênicas) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS, 2010. Disponível em: < <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/27280/000762014.pdf?sequence=1#:~:text=O%20figurino%20materializa%20o%20personagem,tamb%C3%A9m%20para%20quem%20a%20produz.>>. Acesso em: 27 ago. 2020.

COVALESKI, Rogério. *O processo de hibridização da publicidade: entreter e persuadir para interagir e compartilhar*. 2010. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica), Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2010. Disponível em: <<https://tede.pucsp.br/bitstream/handle/5327/1/Rogério%20Luiz%20Covaleski.pdf>> Acesso em: 01 dez. 2020.

CRUZ, Álvaro André Zeini. *“Renascer”*: narrativa cordial e estilo maneirista na telenovela brasileira. 2018. 287 f. Tese (Doutorado em Multimeios) – Universidade Estadual de Campinas – UNICAMP, 2018. Disponível em: <<http://repositorio.unicamp.br/jspui/handle/REPOSIP/333544>>. Acesso em 21 ago. 2020.

DAVIS, Fred. *Yearning for yesterday: a sociology of nostalgia*. Nova York: Free Press, 1979.

\_\_\_\_\_. Yearning for Yesterday: A Sociology of Nostalgia. In: OLICK, Jeffrey K.; VINITZSKY-SEROUSSI, Vered; LEVY, Daniel (Org.). *The Collective Memory Reader*. Oxford: Oxford University Press, 2011.

DELEUZE, Gilles. *A Imagem-movimento – Cinema 1*. Lisboa: Assírio & Alvim, 2004.

ECO, Umberto. A inovação no seriado. In: *Sobre espelhos e outros ensaios*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1989.

EGRI, Lajos. *The Art of Dramatic Writing: Its Basis in the Creative Interpretation of Human Motives*. New York: Touchstone, 2004.

FERNANDES, Julio Cesar. *A memória televisa como produto cultural: um estudo de caso das telenovelas no Canal Viva*. 2013. 179 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Metodista de São Paulo – UMESP, São Bernardo do Campo, 2013. Disponível em: <<http://tede.metodista.br/jspui/bitstream/tede/677/1/JulioCesarFernandes.pdf>>. Acesso em: 20 jun. 2019.

FERRAZ, Talitha. As potências da “nostalgia ativa” pela salvaguarda do Cine Vaz Lobo. *Revista Eco Pós*, Dossiê Comunicação Urbana, v. 21, n. 3, p. 111-133, 2017. Disponível em: <[https://revistas.ufrj.br/index.php/eco\\_pos/article/view/14476](https://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos/article/view/14476)>. Acesso em: 10 jun. 2020.

FIELD, Syd. *Manual do roteiro: os fundamentos do texto cinematográfico*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

GIDDENS, Anthony. *As consequências da modernidade*. São Paulo: Editora Unesp, 1991.

GOMES, Melissa Maria Fontenele. *O efeito do real na tevê: marcas do documentário na ficção seriada contemporânea*. 2018. 104 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Culturas Midiáticas) – Universidade Federal da Paraíba – UFPB, Paraíba, 2018.

GONÇALVES, Francielle Sthefane Bruschi Cordeiro. *Televisão, Infância e Educação: os programas infantis Vila Sésamo, Sítio do Pica-Pau Amarelo e Tv Colosso*. 2015. 197 f. Dissertação (Mestrado em Educação) – Universidade Estadual do Oeste do Paraná – UNIOESTE, 2015. Disponível em: <<http://tede.unioeste.br/handle/tede/3526>>. Acesso em: 20 jun. 2019.

GRAINGE, Paul. Nostalgia and style in retro America: moods, modes and media recycling. *Journal of American Culture*, v. 23, n.1, p. 27-34, 2000. Disponível em: <[https://www.academia.edu/12279860/Nostalgia\\_and\\_Style\\_in\\_Retro\\_America\\_Moods\\_Modes\\_and\\_Media\\_Recycling](https://www.academia.edu/12279860/Nostalgia_and_Style_in_Retro_America_Moods_Modes_and_Media_Recycling)>. Acesso em: 03 jul. 2020.

GUIMARÃES, Joaquim Francisco Soares; REZENDE, Cacia Valeria de; BRITO, Ana Maria Plech de. *O conceito de memória na obra “Matéria e Memória” de Henri Bergson*. In: VI Colóquio Internacional “Educação e Contemporaneidade”, São Cristóvão-SE/Brasil, 20 a 22 de setembro de 2012. Disponível em: <[http://educonse.com.br/2012/eixo\\_04/PDF/37.pdf](http://educonse.com.br/2012/eixo_04/PDF/37.pdf)>. Acesso em: 03 jul. 2019.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. *Produção de presença: o que o sentido não consegue transmitir*. Trad. Ana Isabel Soares. Rio de Janeiro: Contraponto/PUC-Rio, 2010.

\_\_\_\_\_. *Nosso amplo presente: o tempo e a cultura contemporânea*. Tradução Ana Isabel Soares. São Paulo: Editora Unesp, 2015.

HAGEDOORN, Berber. Collective Cultural Memory as a TV Guide: “Living” History and Nostalgia on the Digital Television Platform. *Acta Universitatis Sapientiae, Film and Media Studies*, v. 14, n. 1, p. 71-94, 2017. Disponível em: <<https://doi.org/10.1515/ausfm-2017-0004>>. Acesso em: 03 jul. 2020.

HALBWACHS, Maurice. *A memória coletiva*. Tradução de B. Sidou. São Paulo: Centauro, 2006.

HAN, Byung-Chul. *Sociedade do Cansaço*. Tradução de Enio Paulo Giachini. 2 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2017.

HOFER, Johannes. Medical Dissertation on Nostalgia. *Bulletin of the Institute of the History of Medicine*, v. 2, n. 6, p. 376-391, 1934. Disponível em: <<https://www.jstor.org/stable/44437799?seq=1>>. Acesso em: 14 jul. 2020.

HOLDSWORTH, Amy. *Television, Memory and Nostalgia*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2011.

HUTCHEON, Linda; VALDÉS, Mario J. Irony, Nostalgia, and the Postmodern: A Dialogue. *Poligrafias*, n. 3, p. 29-54, 1998. Disponível

em: <<http://revistas.unam.mx/index.php/poligrafias/article/viewFile/31312/28976%20>>. Acesso em: 03 jul. 2020.

HUYSSSEN, Andreas. *Seduzidos pela memória: arquitetura, monumentos, mídia*. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000.

\_\_\_\_\_. Present Pasts: Media, Politics, Amnesia. In: *The Collective Memory Reader*. OLICK, Jeffrey K.; VINITZSKY-SEROUSSI, Vered; LEVY, Daniel (Orgs.). Oxford: Oxford University Press, 2011.

\_\_\_\_\_. *Culturas do passado-presente: modernismos, artes visuais e políticas da memória*. Rio de Janeiro: Contraponto, Museu de Arte do Rio, 2014.

JAMESON, Fredric. *Postmodernism, or, the Cultural Logic of Late Capitalism*. Duke University Press, 1991.

JOST, François. *Do que as séries americanas são sintoma?* Tradução Elizabeth B. Duarte e Vanessa Curvello. Porto Alegre: Sulina, 2012.

KOMPARE, Derek. *Rerun nation: how repeats invented American television*. New York: Routledge, 2005.

KUHN, Annette. *An everyday magic: cinema and cultural memory*. London: I.B. Tauris & Co, 2002.

\_\_\_\_\_. What to do with Cinema Memory?. In: MALTBY, Richard; BILTEREYST, Daniël; MEERS, Philippe (eds.). *Explorations in New Cinema History: approaches and case studies*. Oxford: Blackwell Publishing, 2011, p. 85-97.

LANDWEHR, Achim. Nostalgia and the turbulence of times. *History and Theory* 57, n. 2, p. 251-268, jun. 2018. Disponível em: <<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/hith.12060>>. Acesso em: 14 jul. 2020.

LEAL, Bruno Souza; BORGES, Felipe; LAGE, Igor. Experiências de nostalgia: de *Stranger Things* a *Vozes de Tchernóbil*, diferentes construções nostalgizantes. In: SANTA CRUZ, Lucia.; FERRAZ, Talitha (Org.). *Nostalgias e mídia: no caleidoscópio do tempo*. 1. ed. Rio de Janeiro: E-Papers, 2018.

LIPOVETSKY, Gilles. *Os tempos hipermodernos*. São Paulo: Barcarolla, 2004.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. *Memória e Identidade na Telenovela Brasileira*. In: XXIII Encontro da Associação dos Programas de Pós-Graduação (Compós), Universidade Federal do Pará, 27 a 30 de maio de 2014. Disponível em: <[http://compos.org.br/encontro2014/anais/Docs/GT12\\_ESTUDOS\\_DE\\_TELEVISAO/templatexxiiicompos\\_2278-1\\_2246.pdf](http://compos.org.br/encontro2014/anais/Docs/GT12_ESTUDOS_DE_TELEVISAO/templatexxiiicompos_2278-1_2246.pdf)>. Acesso em: 03 jul. 2020.

LYOTARD, Jean-François. *A condição pós-moderna*. 18 ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 2019.

MACHADO, Arlindo. *A Televisão levada a sério*. 4 ed. São Paulo: Editora São Paulo, 2005.

MACHADO, Heitor Leal. Nostalgia, distopia e ficção seriada: relações entre passado e futuro no imaginário contemporâneo. *AÇÃO MÍDIÁTICA*, n. 19, jan./jun. 2020. Disponível em: <<https://revistas.ufpr.br/acaomidiatica/article/view/68828>>. Acesso em: 03 jul. 2020.

MARTIN, Marcel. *A linguagem cinematográfica*. Belo Horizonte: Editora Itatiaia Ltda, Melhoramentos, 1993.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações*. 2 ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.

MATTOS, Sérgio. *Um perfil da TV Brasileira (40 anos de história: 1950-1990)*. Salvador: Associação Brasileira de Agências de Propaganda, Bahia: A TARDE, 1990.

MEJÍA, S. Transnacionalismo a la ecuatoriana: migración, nostalgia y nuevas tecnologías. In: Gioconda, H.; María Cristia, C.; Alicia, T. (Orgs.). *La migración ecuatoriana: Transnacionalismo, redes e identidades*. Quito: FLACSO, 2005.

METZ, Christian. *Linguagem e cinema*. Tradução de Marilda Pereira. São Paulo: Perspectiva, 1980.

NEWMAN, Michael Z. From Beats to Arcs: Towards a Poetics of Television Narrative. *The Velvet Light Trap*, University of Texas Press,



n. 58, p. 16-28, 2006. Disponível em: <<http://my.fit.edu/~lperdiga/HUM%203085--Television%20and%20Popular%20Culture--Newman.pdf>>. Acesso em: 03 jul. 2020.

NIEMEYER, Katharina. (Org.). *Media and nostalgia: yearning for the past, present and future*. Basingstoke: Palgrave Mcmillan, 2014.

\_\_\_\_\_. O poder da nostalgia: sobre o papel e o lugar da mídia e da comunicação (acadêmicos) em estudos sobre nostalgia. In: SANTA CRUZ, Lucia.; FERAZ, Talitha (Org.). *Nostalgias e mídia: no caleidoscópio do tempo*. Rio de Janeiro: E-Papers, 2018.

NIKKEN, Peter. *Quality in Children's Television*. Universiteit, 1999.

NORA, Pierre. Reasons for the Current Upsurge in Memory. In: *The Collective Memory Reader*. OLICK, Jeffrey K.; VINITZSKY-SEROUS-SI, Vered; LEVY, Daniel (Orgs.). Oxford: Oxford University Press, 2011.

NÖTH, Winfried. Metaimagens e imagens auto-referenciais. In. ARAÚJO, Denize (Org.). *Imagem (ir)realidade: comunicação e cibermídia*. Porto Alegre: Sulina, 2006.

ORTIZ, Renato. *Cultura brasileira e identidade nacional*. São Paulo: Brasiliense, 2012.

PALLOTTINI, Renata. *Dramaturgia de televisão*. 2 ed. São Paulo: Perspectiva, 2012.

PICADO, Benjamin; SOUZA, Maria Carmem Jacob de. Dimensões da autoria e do estilo na ficção seriada televisiva. *MATRIZES*, São Paulo, v. 12, n. 2, p. 53-77, maio/ago. 2018. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/143970>>. Acesso em: 12 ago. 2020.

PLATÃO. *República*. Tradução Maria Helena da Rocha Pereira. 9 ed. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2001.

PRYSTHON, Angela. *Utopias da frivolidade: ensaios sobre cultura pop e cinema*. Recife: Cesárea, 2014.

PUCCI JUNIOR, Renato Luiz. Inovações estilísticas na telenovela: a situação em Avenida Brasil. *Revista Famecos*, Porto Alegre, v. 21, n. 2, p. 675-697, maio-ago. 2014. Disponível em: <<https://revistaseletronicas>>.

puhrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/16648/11811>. Acesso em: 19 ago. 2020.

RAJEWSKY, Irina O. Intermediality, Intertextuality, and Remediation: A Literary Perspective on Intermediality. *Intermédialités*, n. 6, p. 43–64, Automne 2005. Disponível em: <[http://cri.histart.umontreal.ca/cri/fr/intermedialites/p6/pdfs/p6\\_rajewsky\\_text.pdf](http://cri.histart.umontreal.ca/cri/fr/intermedialites/p6/pdfs/p6_rajewsky_text.pdf)>. Acesso em: 01 dez. 2020.

ROCHA, Simone Maria. Nostalgia como resistência ao esquecimento: três gestos de busca no documentário *Nostalgia de la luz*. *Chasqui*, n. 127, p. 67-75, diciembre 2014. Disponível em: <<https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/13384/1/REXTN-Ch127-07-Rocha.pdf>>. Acesso em: 24 fev. 2021.

\_\_\_\_\_. *Estilo televisivo: e sua pertinência para a TV como prática cultural*. Florianópolis: Insular, 2016.

SANTA CRUZ, Lucia. Marcas e nostalgia: um caso de retromarketing. In: PERROTTA, Isabella; SANTA CRUZ, Lucia (Org.). *Marcas, memória e representação*. Rio de Janeiro: Topbooks, 2017.

\_\_\_\_\_. Poeiras da nostalgia em *Blade Runner 2049*: o desejo de vir a ser tudo o que um humano poderia ser. In: SANTA CRUZ, Lucia.; FERRAZ, Talitha (Org.). *Nostalgias e mídia: no caleidoscópio do tempo*. Rio de Janeiro: E-Papers, 2018.

SEABRA, Rodrigo. *Renascença: a série de tv no século XXI*. Belo Horizonte: Autêntica, 2016.

SHATTUC, Jane. Netflix, Inc. and Online Television. In: WASKO, Janet; MEEHAN, Eileen R. (Orgs.). *A Companion to Television: Second Edition*. John Wiley & Sons, Inc., 2020. Disponível em: <<https://doi.org/10.1002/9781119269465.ch7>>. Acesso em: 24 jul. 2020.

SILVA, Marcel Vieira Barreto. Cultura das séries: forma, contexto e consumo de ficção seriada na contemporaneidade. *Galaxia*, São Paulo, n. 27, p. 241-252, jun. 2014. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/1982-25542014115810>>. Acesso em: 23 jul. 2020.

\_\_\_\_\_. Origem do drama seriado contemporâneo. *MATRIZES*, São Paulo, v. 9, n. 1, p. 127-143, jan./jun. 2015. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v9i1p127-143>>. Acesso em: 02 dez. 2019.

\_\_\_\_\_. LOPES, Larissa. Nostalgic gestures on Brazilian television series: the case of Samantha!. *Comunicación y Medios*, n. 41, p. 106-116, 2020. Disponível em: <<https://comunicacionymedios.uchile.cl/index.php/RCM/article/view/56677>>. Acesso em: 03 jul. 2020.

SINVAL, Maria Julianna Formiga Moura. *O “X” da Questão: O fenômeno Xuxa e a construção das crianças com o “X”*. 2010. 99 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC SP, 2010. Disponível em: <<https://tede2.pucsp.br/handle/handle/5283>>. Acesso em: 29 jul. 2020.

SPINK, Mary Jane Paris. O discurso como produção de sentido. In: NASCIMENTO-SCHULZE, Clelia Maria. (Org.). *Novas contribuições para a teorização e pesquisa em representação social*. Rio de Janeiro: Coletâneas da ANPEPP, n. 10., 1996.

STAROBINSKI, Jean; KEMP, William S. The Idea of Nostalgia. *Diogenes*, v. 14, n. 54, p. 81-103, 1966. Disponível em: <<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/039219216601405405>>. Acesso em: 14 jul. 2020.

TEIXEIRA, Yara Eleodora Vasconcelos. Xuxa, Angélica e Mara Maravilha: a transformação de artistas em estrelas. *Modapalavra E-periódico*, v. 4, n. 7, p. 75-94, 2011. Disponível em: <<http://www.revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/7913/5449>>. Acesso em 28 jul. 2020.

VANOYE, Francis. Análise fílmica. GOLIOT-LÉTÉ, Anne. *Ensaio sobre a análise fílmica*. 7 ed. Campinas, SP: Papirus, 2012.

VILARINHO, Yuri C. O coração irritável nos discursos médicos anglo-americanos no fim do século XIX. *História, Ciências, Saúde – Manguinhos*. Rio de Janeiro, v.21, n.4, p. 1151-1177, out.-dez. 2014. Disponível em: <<https://www.scielo.br/pdf/hcsm/v21n4/0104-5970-hcsm-21-4-1151.pdf>>. Acesso em: 14 jul. 2020.

VITORINO, Inês; CAVALCANTE, Andréa. *Qualidade na programação infantil da Tv Brasil*. Florianópolis: Insular, 2012.

WEBER, Max. *A ética protestante e o “espírito” do capitalismo*. Antônio Flávio Pierucci (Ed.). São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

WULF, T.; RIEGER, D.; SCHMITT, J. B. Blissed by the past: theorizing media-induced nostalgia as an audience response factor for entertainment and well-being. *Poetics*, v. 69, p. 70-80, 2018. Disponível em: <<https://doi.org/10.1016/j.poetic.2018.04.001>>. Acesso em: 25 jul. 2019.

XAVIER, Ismail. *O olhar e a cena: melodrama, Hollywood, cinema novo*, Nelson Rodrigues. São Paulo: Cosac & Naify, 2003.

## Áudio

GRETCHEN. *Conga, Conga, Conga*. Brasil: Building Records, 1981. Disponível em: <<https://open.spotify.com/track/2dFerbGBu2zHq7wy8mSuxU?si=CPMB5Mz6SMu9kn54-HuSwg>>. Acesso em: 15 nov. 2020.

LEGIÃO URBANA. *Pais e filhos*. Rio de Janeiro: EMI, 1989. Disponível em: <<https://open.spotify.com/track/46s6potsgrBfzWriIlg3w9o?si=7LUuWbanQ4i1oZYUjSUtmQ>>. Acesso em: 20 jul. 2020.

MARTINS. *A gente se aproveita*. Recife, França: Deck, 2019. Disponível em: <[https://open.spotify.com/track/5aVgJZioUEFOaDWyk77hc-q?si=YOxjNDMQRdq\\_6GhWMxhzLA](https://open.spotify.com/track/5aVgJZioUEFOaDWyk77hc-q?si=YOxjNDMQRdq_6GhWMxhzLA)>. Acesso em: 20 jul. 2020.

XUXA. *Doce Mel (Bom Estar Com Você)*. Brasil: Som Livre, 1986. Disponível em: <<https://open.spotify.com/track/7gieYWDeKxhmjBqNlEFRzS?si=BlAIQN2TQq-QABosZ-itbw>>. Acesso em: 29 jul. 2020.

XUXA. *Ilariê*. Brasil: Som Livre, 1988. Disponível em: <<https://open.spotify.com/track/2kQ8vjePBUExw1zC8shTpg?si=z5ksaRGtSG2P-oCxxTl2jaw>>. Acesso em: 01 dez. 2020.

XUXA. *Lua de Cristal*. Brasil: Som Livre, 1990. Disponível em: <[https://open.spotify.com/track/3dNoVcQhz4BMma8dNHBj6f?si=-cbeI1yIrQperoLtx\\_o\\_heA](https://open.spotify.com/track/3dNoVcQhz4BMma8dNHBj6f?si=-cbeI1yIrQperoLtx_o_heA)>. Acesso em: 01 dez. 2020.

XUXA. *Planeta Xuxa*. Brasil: Som Livre, 1997. Disponível em: <<https://open.spotify.com/track/07t37EfnZutYLMbLn4wnNS?si=oDhbOJcMQbCgeja7dU3iEg>>. Acesso em: 01 dez. 2020.

## Dicionário

CONTEMPORÂNEO. In: *Michaelis - Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa*. Disponível em: <<https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/contemporaneo>>. Acesso em: 08 mai. 2020.

## Literatura

DOSTOIÉVSKI, Fiódor. *Memórias do subsolo*. 6. ed. Tradução de Boris Schnaiderman. São Paulo: Editora 34, 2009.

\_\_\_\_\_. *O crocodilo e Notas de inverno sobre impressões de verão*. Tradução de Boris Schnaiderman. 4 ed. São Paulo: Editora 34, 2011.

SCHNAIDERMAN, Boris. Prefácio do tradutor. In: DOSTOIÉVSKI, Fiódor. *Memórias do subsolo*. Tradução de Boris Schnaiderman. 6 ed. São Paulo: Editora 34, 2009.



## Larissa Oliveira

é doutoranda em Comunicação Social pela Universidade Federal de Juiz de Fora, possui mestrado na mesma área pela Universidade Federal da Paraíba, é publicitária formada pela UNIESP Paraíba e atualmente trabalha como assistente de sala de roteiro de séries de televisão. Já trabalhou com redação publicitária e publicidade híbrida, mas se encontrou no mundo do cinema e ficções seriadas. É membro dos grupos de pesquisa Observatório da Qualidade no Audiovisual e Comunicação, Arte e Literacia Midiática. Neste percurso, publicou artigos sobre processos de produção, circulação e recepção no audiovisual.

# Gestos Nostálgicos na Televisão Brasileira

A representação dos programas infantis em Samathal e Verão 90



Larissa Oliveira



[www.marcadefantasia.com](http://www.marcadefantasia.com)