



NOSTALGIA VIA STREAMING – UM ESTUDO SOBRE OS USOS DA NOSTALGIA EM PRODUÇÕES ORIGINAIS DA NETFLIX

NOSTALGIA VIA STREAMING – A STUDY ON THE USES OF NOSTALGIA IN NETFLIX'S ORIGINAL TITLES

Fabricio Silva Parmindo¹

 <https://orcid.org/0000-0003-1752-9122>

 <https://doi.org/10.46401/ardh.2022.v14.16297>

Recebido em: 18 de julho de 2022.

Aprovado em: 02 de novembro de 2022.

RESUMO: Pretendemos neste artigo, investigar a concepção nostalgia e como o anseio pelo passado é convertido em imagens e sons em produções originais da Netflix. A partir de um estudo amplo de produções originais feitas pela Netflix, iniciadas no ano de 2013, este trabalho se atentará às particularidades da mídia streaming na construção de narrativas audiovisuais, dando ênfase às produções que se utilizam da nostalgia como argumento dramático e visual. Por fim, propomos um debate sobre os novos estudos realizados no campo da historiografia e da comunicação social no que diz respeito à relação das mídias audiovisuais com a nostalgia.

RESUMO: In this paper we intend to investigate the concept of nostalgia and how this longing for the past is converted into images and sounds in Netflix original titles. From a broad study of original titles produced by Netflix, which began in 2013, this work will focus on the particularities of streaming media in the construction of audiovisual narratives, emphasizing the productions that uses nostalgia as a dramatic and visual argument. Finally, we propose a debate on the new studies carried out in the field of historiography and social communication regarding the relationship of audiovisual media with nostalgia.

Palavras-chave: Nostalgia; Streaming; Netflix.

Palavras-chave: Nostalgia; Streaming; Netflix.

¹ Possui Graduação (2018). Mestre pelo programa de Pós-Graduação do Instituto de História, na área de História Cultural, pela Universidade Federal de Uberlândia. Atuou como professor designado de História na Escola Estadual Guiomar de Freitas como Professor de Ensino Básico II - História, no 6º ano do Ensino Fundamental e 1º ano do Ensino Médio e todos os anos do EJA. Tem experiência e interesse acadêmico nas áreas de História Cultural, com ênfase em História e Imagem, História e Cinema, História Contemporânea e História e Tecnologia.

“Reinventando” a televisão e o cinema — o streaming enquanto uma nova ferramenta de experiência audiovisual

A ascensão acelerada da marca *Netflix* a partir da segunda metade da década de 2010 foi um fenômeno de grande impacto cultural em relação ao que entendemos por entretenimento audiovisual. Diante de um mercado consolidado há quase um século por grandes conglomerados de entretenimento, de nomes como *Walt Disney Company*, *Warner Bros.* e outras empresas cinematográficas e televisivas que constituem o que conhecemos popularmente pelo nome de “Hollywood”, em menos de uma década a *Netflix* reestruturou a forma com que o mercado de cinema e televisão cria e distribui suas produções audiovisuais. Para além dos feitos mercadológicos da empresa estadunidense, que alcançou o primeiro lugar no mercado de entretenimento no ano de 2018, atingiu a marca de 221 milhões de usuários no mundo em 2021 e sendo utilizada em 190 países no mundo, a *Netflix* consolidou uma nova concepção de consumo audiovisual: o *streaming*.

Os serviços de *streaming* são caracterizados pela exibição contínua de um conteúdo, comumente utilizado para transmissão de conteúdos audiovisuais como séries, filmes ou transmissões ao vivo. Diferente das mídias de *broadcast*, que se organizam a partir de programações específicas e exclusivas de determinadas marcas, os serviços de *streaming* necessitam apenas de uma conexão de internet para serem consumidos e permitem uma gama de entretenimento mais adequada aos gostos de cada usuário. A partir dessa tecnologia, diversas plataformas de *streaming* como o *YouTube* (2005), a *Netflix* (2006) *Amazon Prime Video* (2006) e *Hulu* (2007) se consolidaram no mercado audiovisual com a proposta de distribuição de conteúdo realizados por grandes estúdios de cinema e televisão via internet. A partir de uma assinatura com um custo mensal, o usuário é capaz de consumir produções de diferentes estúdios em uma mesma plataforma.

Contudo, a partir de 2012, a *Netflix* deixou de ser apenas uma plataforma de distribuição de conteúdo e passou a operar em parceria com estúdios, *showrunners* e diretores independentes. Dentre as primeiras grandes produções originais da plataforma, destacam-se duas séries de grande audiência, *House of Cards* – contando com a participação de nomes consolidados no cinema como David Fincher e Kevin Spacey – e *Orange Is The New Black*, ambas de 2013. O investimento em produções cinematográficas a partir de *Beasts of no Nation* (2015) e documentários como *What Happened, Miss Simone?* (2015) também integram essa fase da companhia, que mais tarde passou a configurar listas de premiações e indicações ao Oscar, Globo de Ouro e Emmy.

É possível considerar que essa transformação interna da *Netflix*, de uma plataforma de distribuição para um estúdio independente e sua consequente expansão global a partir do ano de 2016, reestruturou a indústria de entretenimento de diferentes formas. O sucesso comercial do serviço não somente forçou os grandes estúdios de Hollywood a adotar a distribuição audiovisual via *streaming*, como ressignificou o próprio entendimento cultural em

relação às mídias. Mareike Jenner (2018) defende que a *Netflix* e os serviços de *streaming* não representam uma “ruptura” sociocultural que supostamente eliminaria as mídias tradicionais. Para a autora, esta nova forma de consumir o audiovisual representa uma “reinvenção” do entendimento da televisão e do cinema, a partir do momento que a *Netflix*

[...] conseguiu colocar um desafio aos conglomerados de mídia já estabelecidos enquanto consolida o *streaming* não como uma alternativa à televisão, mas como a televisão. Isto não quer dizer que tenha reformulado a forma como o poder dentro desta indústria está organizada, mas que conseguiu posicionar-se ao lado de outros atores poderosos. (JENNER, 2018, pág.4)

O movimento realizado pela *Netflix* pode ser entendido como uma apropriação de determinadas estruturas consolidadas nas mídias tradicionais, de determinados agentes, nomes consagrados e formatos, que fazem de suas produções uma espécie de “extensão” do que entendemos por televisão e cinema. Isso fica evidente quando nos deparamos com premiações outrora destinadas ao que se veiculava em salas de cinema e aparelhos televisores, adequando-se ao que é produzido e distribuído exclusivamente neste e em outros serviços de *streaming* e suas diversas plataformas de transmissão.

Um dos principais fatores para o pioneirismo da *Netflix* em “reinventar a televisão” está em seu funcionamento autônomo, que permite à empresa estabelecer parcerias com estúdios independentes em diversos países como Brasil, Índia, Espanha, Coreia do Sul, entre outros. Somado a esse fator, está o processo criativo e a aprovação de roteiros e ideias com mais facilidade, oferecendo aos criadores de uma série a possibilidade de realizar uma ou duas temporadas sem a necessidade de aprovação prévia do público, como funcionaria dentro das estruturas de um canal televisivo. Essa autonomia e globalização de suas produções, permitiu o surgimento de produções seriadas como *3%* (2016) e *Coisa Mais Linda*, produzidas no Brasil, *La Casa de Papel* (2017) produzida na Espanha, *Jogos Sagrados* (2018) produzida na Índia e *Round 6* (2021) produzida na Coreia do Sul. Todos estes são exemplos de grandes sucessos originais da plataforma que evidenciam o resultado da expansão global da plataforma, bem como do funcionamento dos algoritmos de apreensão de demandas dos usuários, principal inovação tecnológica adotada como estratégia de adequação de conteúdos em diferentes ramos econômicos.

Como nos alerta Marcos Napolitano (2006), o historiador interessado em estudar a história por meio das fontes audiovisuais, deve estar atento à compreensão das “estruturas internas e os mecanismos de representação da realidade” (NAPOLITANO, 2006, pág. 237) que permeiam todo produto audiovisual. No caso da *Netflix*, a ideia de “mecanismo” corresponde muito bem ao seu funcionamento interno, uma vez que operam dentro de um sistema de reconhecimento de padrões de consumo de usuários. A partir do uso de algoritmos e de inteligências artificiais, a plataforma é capaz de seccionar suas produções em “grupos de gosto”. Tais “grupos de gosto” permitem a análise de dados compartilhados entre os usuários, recomendando produções a partir da simples interação com a plataforma. Os

dizeres que se apresentam em tela, assinalando que “Pessoas que assistiram isso, também assistiram aquilo”, conduzem o algoritmo a apreender uma propensão de gêneros ou temas que podem ser relacionados e recomendados.

Essa dinâmica interna da plataforma apenas aprimora o entendimento de como cada grupo de usuário se comporta a partir de um monumental banco de dados mantido pela *Netflix*. Desta forma, a companhia foi capaz de ampliar suas produções atendendo a demanda de grupos específicos de forma regional, produzindo filmes, séries e documentários segmentados para um determinado país, ou capturando determinados gostos capazes de serem replicados em versões regionais. Dentre os exemplos que podem ser utilizados dos catálogos da *Netflix* que evidenciam essa condução dos algoritmos, estão as séries documentais do gênero de “crimes reais”, que se multiplicaram na plataforma a partir de sucessos como *Conversas com um Serial Killer: Ted Bundy* (2019), bem como os *reality shows* de relacionamento, como *Casamento às Cegas* (2020), que ampliaram o formato dentro e fora da *Netflix*, tendo produções semelhantes em outros serviços como *Amazon Prime Video* e *GloboPlay*.

Contudo, apesar da minúcia com que esse aprimoramento é realizado, os algoritmos não são determinantes para que um dado produto audiovisual distribuído pela plataforma seja um sucesso de audiência, como as listas de produções encerradas anualmente pela plataforma nos evidenciam. Nos serviços de *streaming*, assim como em outras estruturas que prescindem de uma análise de dados a partir da internet, o cálculo realizado para estabelecer a continuidade ou o sucesso de uma produção não está associado apenas ao número de espectadores dentro da plataforma. Parte fundamental desta análise de dados também parte de uma soma de interações do público com o que foi visto.

Uma produção seriada, um filme ou um documentário distribuído pela *Netflix* deve gerar números de “engajamento” – do inglês *engagement*, ou “interação” – para que garanta sua sobrevivência dentro da plataforma. Esse “engajamento” conta com uma série de contribuições que o público faz em relação ao que foi visto, manifestando-se positiva ou negativamente em redes sociais, realizando avaliações ou discussões em fóruns online, criando teorias, montagens, entre outras infinitas possibilidades de interação. Portanto, os fatores que garantem o êxito e a permanência de uma produção no catálogo da plataforma, extrapolam sua própria estrutura e estão diretamente relacionados à demanda do público. Assim sendo, nossa análise adiante sobre a relação entre as produções da plataforma *Netflix* com a nostalgia, será feita conforme essa estrutura de criação, produção e distribuição de títulos originais da empresa.

O passado sob demanda – as produções nostálgicas da *Netflix* e sua estratégia comercial

Em maio de 2022, a *Netflix* lançou a quarta temporada de uma de suas mais bem sucedidas produções seriadas, a série *Stranger Things* (2016), criada por Shawn Levy. Com uma

temática infanto-juvenil, envolvendo crianças que se aventuram na solução de mistérios em uma cidade, a série conquistou um grande público global, tendo alcançado em 2018 o pódio de série mais assistida no mundo². Ao encerramento da quarta temporada, a série alcançou a marca de 1,5 milhões de horas assistidas, sendo a série mais assistida mundialmente no primeiro semestre de 2022. A popularidade de *Stranger Things*, um título que quase confunde-se com a marca da *Netflix*, tem como pano de fundo uma das principais estratégias adotadas pela companhia desde o início do lançamento de seus títulos originais: o apelo à nostalgia e a memória audiovisual.

Com um enredo ambientado durante a década de 1980 nos Estados Unidos, a série conta com uma carga emocional que extrapola sua trama, que alcança as memórias do público em relação a esse passado que pode ser acessado através das boas lembranças da juventude. Além das diversas referências audiovisuais, como as músicas, os estilos e os bens de consumo que ficaram populares nesta década, essa nostalgia pelos “Anos 80” também se manifesta nas semelhanças e inspirações da série em relação a filmes consagrados da época como *E.T – o extraterrestre* (1982), *Poltergeist* (1982), *Chamas da Vingança* (1984), *Os Goonies* (1985) entre outras influências dramáticas e visuais do diretor Steven Spielberg e do autor Stephen King.

O apelo à nostalgia enquanto um fenômeno cultural não é uma exclusividade da *Netflix*. Especialmente o apelo aos “Anos 80”, década amplamente revisitada no início do século XXI, popularizou-se em diferentes ramos da cultura *pop* comercializada nas mídias. Como analisa Simon Reynolds (2011), a cultura *pop* se tornou um ambiente “viciado pelo seu próprio passado” após a virada do século. Apesar de ser um fenômeno cultural existente há décadas, o autor define a década de 2000 como “a década dos *res*” (REYNOLDS, 2011, p. 10), dando ênfase à constância do anseio por “reviver”, “reexperimentar” e “relembrar” determinados produtos culturais de grande popularidade num passado recente. Esse anseio manifestou-se na cultura de mídias audiovisuais através das reprises, dos *remakes* e *reboots* cinematográficos e televisivos, nos *revivals*, regravações e relançamentos de cantores e grupos musicais, no relançamento e remasterizações de *videogames* e até mesmo na reinvenção e reformulação dos estilos “retrô” da fotografia analógica pelas câmeras digitais.

Tendo em vista estas características midiáticas da nostalgia, Ryan Lizardi (2014) cunha o termo “nostalgia mediada” (LIZARDI, 2014), o qual define como uma tendência geral das mídias audiovisuais ampliada durante a década de 2000. Outrora um sentimento carregado individualmente, nascido das transformações ocorridas na percepção do tempo histórico ao longo do século XVII e XVIII e convertido em uma questão política coletiva entre os séculos XIX e XX, no início do século XXI, o sentimento de nostalgia torna-se uma espécie de produto midiático. O “anseio” (*algia*) de “retorno” (*nostos*) ao passado, que se apresenta como

2 Sobre a marca alcançada pela *Netflix* em 2018, ler mais em: CLARK, Travis. Netflix had all 5 of the top original streaming series of 2018. Business Insider, Jan. 2019 [online]. Disponível em: <<https://www.businessinsider.com/top-netflix-original-shows-of-2018-stranger-things-black-mirror-2019-1>>. Acesso em 10 de julho de 2022.

um “lar” perdido pelo tempo, deixa de ser um laço com a cultura e as tradições, sendo substituído pelo que fora popularmente consumido e amado nas mídias em décadas passadas. Para Lizardi, a “nostalgia mediada” não configura uma tendência midiática hegemônica e homogênea, mas um tema relevante na compreensão da dinâmica das mídias e do que as distingue (LIZARDI, pág. 7, 2014). Neste sentido, a nostalgia que se manifesta nas diferentes mídias e ramos do entretenimento neste período, diz mais sobre a indústria de mídias do que sobre a relação com a memória (TAURINO, pág. 10, 2018).

Evidenciando a diversidade dessa nostalgia mediada, os *remakes* e *reboots* são as estratégias mais utilizadas e mais óbvias, especialmente empregadas por grandes estúdios que possuem títulos de sucesso comercial em sua história. Em muitas produções que trazem consigo essa intenção nostálgica, nota-se o propósito de estabelecer no público um “reencontro” com esse passado. Isso pode ser evidenciado em grandes *remakes* e *reboots* das décadas de 2000, 2010 e 2020, como as novas trilogias de *Jornada nas Estrelas*, *Guerra nas Estrelas* e *Jurassic World*. Todos esses “novos velhos títulos” contando com parte do elenco original de suas respectivas obras originais. Assim como os personagens marcados pelas interpretações de Leonard Nimoy, Harrison Ford, Carrie Fisher, Laura Dern e Sam Neil se “re encontram” com os cenários e as tramas das obras originais feitas em décadas passadas, produções estas que tiveram grande influência cultural na história da televisão e cinema, o mesmo ocorre no público, ansioso por visitar o passado através das telas, das trilhas sonoras e da imagem destes personagens.

Determinados títulos e produções passam a ser entendidos como uma espécie de “artefato cultural” para o público nostálgico por esse passado. Não se trata apenas de um filme ou uma série de televisão que teve sua popularidade, mas um traço de uma época, um tempo perdido na atualidade, mas passível de ser revisitado e consagrado pelos *remakes* e *reboots*. Essa carga nostálgica empregada em diversos desses produtos audiovisuais, carregam consigo também o objetivo de atualizar o passado às novas gerações. As constantes renovações destes títulos resultam em uma estratégia comercial altamente funcional, com mínimo risco de fracasso e prejuízo (LIZARDI, pág. 7, 2014). Ao mesmo tempo que contemplam as gerações nostálgicas por aquele tempo o qual possuem uma relação afetiva e cristalizada, também atingem novos públicos que desconhecem o que foi consumido em décadas passadas.

Outra fórmula utilizada é a de possibilitar o acesso a produções passadas por meio de reprises. Amplamente empregada em redes de televisão, por meio de programas específicos ou até mesmo canais exclusivamente criados para veicular produções antigas como o *Turner Classic Movies* da Warner Bros e o *Canal Viva* da Rede Globo, o uso da mídia como um arquivo histórico audiovisual possibilita ao público não deixar que determinado sucesso do passado desapareça. Como analisa Giulia Taurino, a atual dinâmica das mídias audiovisuais não permitem que produtos comercializados e popularizados no passado sejam esquecidos e morram. Tais estratégias que visam estabelecer um “reencontro” do público com o passado audiovisual, constantemente reimaginando e rerepresentando um produto, evidenciam

essa característica da nostalgia mediada que pode ser observada no cinema, na televisão, na música e em outros ramos da cultura *pop*.

Em relação à *Netflix*, é possível compreender que a nostalgia a qual a plataforma faz apelo possui algumas características próprias da dinâmica e do funcionamento do *streaming* e seus mecanismos. A estrutura da tecnologia de *streaming* permite uma relação diferente com os arquivos audiovisuais disponíveis na plataforma. Operando como um acervo, seu catálogo³ contempla produções que alcançam o ano de 1945, como a coleção de filmagens de propaganda dos Estados Unidos durante a Segunda Guerra Mundial utilizados no documentário *Five Came Back* (2017) sobre a participação de Hollywood no conflito. O arquivo ainda permite assistir uma enorme gama de séries das décadas de 1980, 1990 e 2000 que podem ser “maratonadas”⁴ pelo público. Esse foi o caso de *Friends* (1994) e *The Office* (2004), séries que configuram entre as mais assistidas na plataforma nos últimos anos. Aqui a inovação tecnológica dá um novo sentido à reprise, uma vez que a estrutura não-linear e sob demanda dos serviços de *streaming* permite o acesso ilimitado à tais produções, algo inviável ao modelo de transmissão das televisões e dos cinemas.

Dada a capacidade de capturar públicos diversos e intergeracionais, o uso comercial da nostalgia foi uma das principais estratégias adotadas pela *Walt Disney Company* para o lançamento de sua plataforma de *streaming* em 2019, com a finalidade de competir com a *Netflix*. Conforme evidenciado em uma pesquisa disponibilizada pela Global Web Index, realizada antes do lançamento da plataforma *Disney+*, 42% dos entrevistados, entre 16 e 64 anos, assinariam um serviço de *streaming* original da marca visando ter acesso a suas produções antigas⁵. Por se tratar de uma empresa com rígidas estruturas de direitos de marca e combate à pirataria, a *Disney+* nasce com a proposta de ser, ao mesmo tempo, uma plataforma de entretenimento e um arquivo digital de sua trajetória centenária a diferentes gerações que consumiram suas produções na infância.

Porém, a *Netflix* utiliza-se de diferentes estratégias de apelo nostálgico em sua plataforma. Desde seu surgimento, a *Netflix* fez da nostalgia “um dos pilares de sua marca” (TAURINO, 2018, p. 18), não apenas oferecendo ao público um catálogo vasto de produções antigas, mas trazendo as referências visuais e sonoras do passado em seus títulos originais. A visualidade e sonoridade evocando os “Anos 80” em *Stranger Things*, *San Junipero* (2016), *GLOW* (2017), *The Dirt – Confissões de Mötley Crüe* (2019) ou *Dark* (2019) produções de gêneros e formatos distintos, se assemelham na tentativa de estabelecer uma conexão entre o que foi amplamente consumido nas mídias naquela época, com o que é visto e ouvido na atualidade.

3 Em nossa análise, o acervo em questão diz respeito ao catálogo disponibilizado pela *Netflix* no Brasil.

4 “Maratonar” é o termo utilizado para designar a forma com que os usuários da plataforma consomem uma produção seriada de forma ininterrupta.

5 Parte da pesquisa realizada pela *Global Index Survey* pode ser encontrada em: FRANKEL, Daniel. More Than 25% of Consumers Willing to Pay More Than \$10 a Month for \$6,99 Disney+. Jul. 2019. [online] Disponível em: <<https://www.nexttv.com/news/26-percent-said-they-would-pay-way-more-for-disney-plus>>. Acesso em: 11 de julho de 2022.

Tal estratégia vem sendo empregada pela plataforma desde 2015, mas ainda se mostra eficiente, como o amplo engajamento da quarta temporada de *Stranger Things* no início de 2022 pode evidenciar. As melodias que compõem a trilha sonora da temporada possuem relação direta com a trama, uma vez que a canção preferida de cada personagem serve como proteção para os eventos paranormais e misteriosos do enredo. Dessa forma, a condução da série se adequa à nostalgia causada pela musicalidade e fomenta o engajamento dos espectadores fora da plataforma. A canção *Running Up That Hill (A Deal With God)*, lançada em 1985 pela cantora e compositora britânica Kate Bush, utilizada como uma das principais canções que compõem a temporada, alcançou o número de 465 milhões de reproduções no *Spotify*, sendo a segunda música mais tocada no mês de junho de 2022 na plataforma. O mesmo fenômeno ocorreu na plataforma de vídeos curtos TikTok, cujo engajamento com a canção foi de aproximadamente 2 milhões de usos em vídeos por parte dos usuários⁶.

A partir desse exemplo, podemos conceber algumas ponderações sobre as estratégias da *Netflix* em seu apelo nostálgico e sobre a própria natureza do sentimento de nostalgia. Evocar os "Anos 80" na segunda década do século XXI, é evocar um passado recente que ainda possui laços com o presente. Não apenas por se tratar de uma década há pouco encerrada e que ainda permeia a memória daqueles que vivenciaram sua infância ou adolescência nesta época. O sentimento nostálgico pela década de 1980 não diz respeito ao que "de fato ocorreu" neste período, mas a como ele é lembrado e como ele alcança o presente. Há uma diferença entre a década de 1980, histórica e factual, e os "Anos 80", nostálgico e sentimental. O anseio pelo passado sentimental pode ser contemplado ao reviver aquilo que foi experimentado, consumido, assistido ou ouvido, característica intrínseca à sensibilidade individual da nostalgia.

Esse *revival* da artista britânica Kate Bush, com sua canção inserida na trilha sonora de uma das séries mais populares da plataforma, nos suscita a refletir sobre um aspecto importante dessa nostalgia compartilhada a qual a *Netflix* faz referência. A expansão das produções nostálgicas na plataforma não configura apenas uma estratégia comercial da empresa de "reciclagem" desproposita e intertextual de estilos do passado. Desde o lançamento de *Stranger Things* em 2016, a *Netflix* se utiliza da nostalgia como um gênero próprio, uma carga dramática capaz de ser somada a outros gêneros como ficção científica, romance ou terror. Tendo em vista que os mecanismos que mensuram os sucessos da plataforma são capazes de capturar com precisão o que é demandado pelo público, a nostalgia se tornou essa constante na plataforma. Assim sendo, é mais apropriado "falarmos sobre uma nostalgia cultural que alimenta o catálogo da *Netflix* por meio de uma série de conexões intertextuais" (TAURINO, 2018, pág. 18). Em outras palavras, o "engajamento" com a canção de Kate Bush por parte do público, evidencia uma tendência externa à plataforma, uma

6 Sobre o *revival* de Kate Bush provocado pelo sucesso comercial da quarta temporada de *Stranger Things*, ler mais em: SAVAGE, Mark. Kate Bush is number one, thanks to Stranger Things. BBC, Jun. 2022. [online]. Disponível em: <<https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-61843442>>. Acesso em: 11 de julho de 2022.

demanda cultural por aquilo que os “Anos 80” representa para o presente que foi capturada pela Netflix e a qual iremos nos aprofundar mais a frente.

Outra característica que pode ser evidenciada diz respeito à construção visual e sonora destas produções nostálgicas da *Netflix*, que objetivam reproduzir com fidelidade um determinado período tal como ele alcança o presente. No episódio *San Junipero*, da antologia de ficção científica *Black Mirror*, essa intencionalidade nostálgica se mescla à trama. Toda composição das cenas é feita para imergir o público numa imagem do que teria sido os “Anos 80”, meticulosamente dispostos em tela para causar no espectador uma espécie de “gatilho” nostálgico. Unindo elementos diversos que remetem o espectador ao ano de 1986, como estilos de cabelo, roupas da moda, objetos, espaços e melodias, o episódio é capaz de confundir o espectador em relação à sua temporalidade e ambientação. Ao decorrer da trama, o argumento tecnológico do episódio revela que todo aquele ambiente retrô não passa de uma mera simulação realizada por meio de um sistema de computadores, criado num futuro indeterminado, capaz de lançar indivíduos em diferentes temporalidades.

Como analisado por Boym (2001), desde o surgimento do diagnóstico de nostalgia por Johannes Hofer em 1688, esse sentimento se apega aos sentidos e pode revelar-se com estímulos sonoros, olfativos e visuais (BOYM, 2001, pág. 21). Isso nos permite compreender como as mídias audiovisuais conseguem tão bem estimular e reproduzir esse sentimento no espectador, bem como a prevalência dessa estratégia em diferentes ramos do entretenimento e do consumo em geral. E a construção da nostalgia realizada pela *Netflix* em suas diferentes estratégias está diretamente associada à sua estrutura de análise de algoritmos e o domínio constante das demandas de seu público. Ao investir em títulos que evocam o anseio pelo passado de forma original, em enredos inéditos, sua relação com a nostalgia deixou de se ancorar em modelos óbvios de reinvenção de filmes clássicos e na redistribuição destas produções, para oferecer a seus usuários a oportunidade de reviver e assistir o passado de forma inédita e de muitas maneiras.

A abertura da empresa para estúdios independentes, localizados fora dos Estados Unidos, nos oferece alguns exemplos de como a construção da nostalgia realizada pela *Netflix* acompanha as demandas de seu público. A série brasileira *Coisa Mais Linda* (2019), criada por Giuliano Cedroni e Heather Roth, ambientada no Rio de Janeiro em 1959, possui uma carga nostálgica, ao mesmo tempo que se apresenta como uma produção “de época”. Protagonizada por personagens pertencentes à classe média da zona sul carioca, a série conduz o espectador ao espírito de renovação cultural que culminou na criação do gênero Bossa Nova na antiga capital do país.

O trecho da canção *Garota de Ipanema* no título, composta por Tom Jobim e consagrada como a música brasileira mais regravaada no mundo, compõe a estratégia da *Netflix* em capturar o público fora do Brasil. Por se tratar de um gênero importante para a música popular brasileira, conhecido internacionalmente, nota-se o empenho da plataforma em promover uma série cujo tema teria potencial de atrair o interesse de diferentes gerações e nacionalidades. Além disso, o tema do surgimento da Bossa Nova não possui uma vasta

produção audiovisual que dramatize esse movimento cultural, o que pode ser explicado pelo interesse mais latente em relação aos acontecimentos políticos ocorridos neste período que culminaram no Golpe Militar em 1964. Ao dramatizar a virada da década de 1960 com ênfase neste movimento cultural, ao mesmo tempo evocando o protagonismo feminino nas origens da Bossa Nova, a produção promove o “retorno” e uma espécie de “redenção” desse passado, situado numa temporalidade anterior ao golpe político que duraria 21 anos. Nesse sentido, a carga nostálgica de *Coisa Mais Linda* carrega o anseio por um tempo que poderia ter sido diferente, sem os contratempos históricos e factuais vividos entre 1960 e o ano de produção da série.

Portanto, os exemplos aqui analisados de produções originais da plataforma que se utilizam da nostalgia como argumento dramático ou visual, compõem as diversas estratégias comerciais da Netflix. Como argumentamos, trata-se de uma estratégia adotada pela empresa desde que assumira a função de investir em grandes produções realizadas por estúdios diversos nos Estados Unidos e em outros países. Contudo, para além de uma estratégia comercial, o contexto das produções nostálgicas parece se adequar à uma demanda compartilhada socialmente por consumir e reexperimentar esse passado que se expressa nas imagens e nos sons das mídias audiovisuais. Tendo em vista as características gerais dessa nostalgia demandada e consumida pelos espectadores da *Netflix*, devemos nos atentar às discussões indispensáveis ao olhar historiográfico voltado às mídias e ao tema da nostalgia.

Nostalgia e mídias audiovisuais – um estudo em renovação

No trabalho do historiador interessado em investigar as estruturas das mídias, entender a construção do passado realizada em produções cinematográficas e televisivas constitui um dos pilares desse ramo da historiografia. Desde a origem do interesse por essa fonte audiovisual, os historiadores conduzem estudos sobre a relação social e cultural das imagens e sons reproduzidos nesses meios de comunicação com a história e o passado. Nosso estudo sobre a relação entre nostalgia e mídias audiovisuais esbarra em questões semelhantes a essa historiografia, uma vez que também lida com a construção do passado nas telas. Contudo, o estudo sobre a nostalgia tal como ela se manifesta nas diferentes formas de produção audiovisual, prescinde de uma abordagem ligeiramente distinta, a qual o historiador Marc Le Sueur procurou evidenciar em seu trabalho *Theory Number Five: Anatomy of Nostalgic Films: Heritage and Method* (1977).

Em seu artigo, Le Sueur observa a escassez de estudos sobre aspectos sociais da nostalgia que visariam “estabelecer os princípios gerais de trabalho com esse conceito histórico” (LE SUEUR, 1977, pág. 188). A partir dessa lacuna, o historiador lança sua investigação sobre as origens da nostalgia enquanto um conceito e seus desdobramentos históricos, tendo como principal fonte de análise as produções cinematográficas as quais chama de “filmes nostalgia”. Tendo como base de estudo os filmes hollywoodianos *The Last Picture Show* and

Paper Moon (1971), de Peter Bogdanovich e *American Graffiti* (1973) de George Lucas, sua investigação estabelece alguns princípios metodológicos que terão grande influência nos estudos sociais e na historiografia interessada nesse conceito, posteriormente visto nos trabalhos de Fredric Jameson (1984), Svetlana Boym (2001) e Michael Dwyer (2015). Tendo isso em vista, nos interessa salientar como a relação entre as imagens cinematográficas com a nostalgia se manifestam logo nos primeiros estudos historiográficos sobre o tema. E o pioneirismo de Le Sueur se deu num período no qual a historiografia sobre cinema ainda encontrava os primeiros alicerces em sua inserção na chamada Nova História (MORETTIN, 2003, p. 12).

Ainda que a publicação de Le Sueur se encontre em uma distância temporal significativa quando colocamos a transformação das mídias em perspectiva, muitas de suas considerações ainda possuem embasamento para a análise da atual forma com que a nostalgia se expressa em tela. A indução de nostalgia por meio de “gatilhos” imagéticos e sonoros, a intenção de evocar “tempos mais simples” e a exaltação de uma juventude que reside na memória de seus diretores e do público, fazem parte do que o historiador entende como os elementos estéticos que compõem esse anseio pelo passado. Tais elementos buscam reproduzir a melancolia do sentimento de “perda” do tempo. No caso de *The Last Picture Show* and *Paper Moon* e *American Graffiti*, o “tempo perdido” em questão está cronologicamente ancorado na década de 1950, nostalgicamente lembrado apenas como “Os Anos 50” uma vez que não se remete a um ano específico, mas a uma “época”, um tempo impreciso.

Essa característica da relação da nostalgia com o tempo é fundamental de ser entendida à luz da historiografia. Para Le Sueur, o tempo presente no qual se consome uma produção nostálgica determina a forma com que o tempo passado é acessado pela memória. O que as imagens e sons fazem é “tensionar” o tempo, comprimi-lo de forma a apagar o distanciamento entre o que é experiência passada e experiência presente. Essa tensão temporal representada em tela e dramatizada nas produções nostálgicas, não diz respeito somente ao anseio “pelo que foi, mas também pelo que poderia ter sido” (LE SUEUR, 1977).

O sentimento nostálgico pelos “Anos 80” e por outras temporalidades amplamente exploradas pelas produções da *Netflix*, carregam esse anseio por um tempo compartilhado na memória coletiva, uma vez que não há “nostalgia sem alguma forma de memória” (TAURINO, 2019). Neste caso, uma memória exclusivamente demarcada por experiências audiovisuais diversas e adquiridas pelo consumo de imagens e sons do cinema e da televisão, compartilhadas entre uma geração, uma região, uma nação ou de forma global, que se manifesta não somente como memória, mas também como sentimento de pertencimento. Estas imagens, sons e ambientes possíveis de serem reproduzidos com fidelidade em um estúdio, permitem que esse passado seja também “reimaginado” à luz dos anseios do presente. Neste sentido, o passado nostálgico evocado por tais produções não se deixa intimidar pelo passado factual do tempo histórico que está sendo representado.

Esta característica nos permite investigar como tais produções nostálgicas lidam com o passado histórico, um tópico fértil no debate historiográfico e teórico sobre o tema. Para

Jameson (1992), a intertextualidade com o tempo passado, dispondo elementos estéticos em tela com a finalidade de causar “gatilhos” de nostalgia no público, estão circunscritos em um interesse político e mercadológico por parte de grandes estúdios de cinema. Para o teórico, filmes como *American Graffiti* evocam uma nostalgia colocada a serviço de discursos conservadores, despertando um sentimento de “restauração” dos Estados Unidos da década de 1950, governado pelo republicano Dwight Eisenhower e marcado pela ascensão da hegemonia política e cultural do país norte-americano no mundo (JAMESON, 1992, pág. 19).

Em sua terceira temporada, lançada em 2019, a trama de *Stranger Things* nos permite compreender como esses discursos se mesclam à nostalgia. Ao reciclar a tônica de vilania russa, tema que fora exaustivamente propagandeado em Hollywood no período do governo republicano de Ronald Reagan, a série esbarrou em narrativas típicas do período da Guerra Fria da década de 1980. Ou seja, esse “Anos 80” evocado pela série, ainda que nutra um sentimento nostálgico em seus espectadores por um tempo que não se deixa limitar pelos fatos concretos ocorridos no passado, não se encontra completamente desenraizado das questões políticas do presente – o ano de 2019 – e do passado que está representado em tela. Para Jameson, a forma com que tais produções lidam com o passado, são um dos rastros da perda de historicidade da cultura na pós-modernidade, uma evidência de como o Ocidente é incapaz de representar suas condições históricas, tornando-a meros produtos consumíveis.

Tal perspectiva é indispensável para conceber os mecanismos ideológicos e políticos das produções nostálgicas nas mídias. Ainda que pareça neutralizado pelo sentimento nutrido pelo passado, a nostalgia pode conter armadilhas que nos conduzem a conceber um passado isento de questões políticas. Contudo, conforme a análise realizada por Linda Hutcheon (1989), contestando a perspectiva pessimista de Jameson, esse “vício” pela nostalgia no cinema e na televisão não nos dá o indício de uma “crise na historicidade” (JAMESON, 1992, pág. 22) em nossa época. Ao contrário, a prevalência da nostalgia nas diferentes mídias que nos cercam são indícios de que o passado não cessa de estar presente. Sem negar a problemática relação entre a nostalgia e o verdadeiro acesso ao passado, Hutcheon entende que, por mais que esse passado muitas vezes se manifeste de forma diversa, com ironia, melancolia ou até mesmo imbuído de discursos conservadores, a nostalgia nas mídias não deixa de apresentar uma sensibilidade em relação a consciência histórica (HUTCHEON, 1989, pág. 114).

Tendo em vista a crítica política de Jameson e a aproximação entre a nostalgia e a consciência histórica de Hutcheon, podemos ampliar nossa análise sobre como a Netflix constrói suas narrativas sobre o passado, especialmente sobre “Os Anos 80”. Para isso, podemos utilizar a contribuição de Michael Dwyer em *Back to the Fifties: Nostalgia, Hollywood Film, and Popular Music of the Seventies and Eighties* (2015). Ainda que seu interesse se dê em relação às representações nostálgicas dos “Anos 50” em Hollywood nas décadas de 1970 e 1980, Dwyer investiga como a nostalgia por esse período histórico é evocada com diferentes propósitos. Sobre essa diversidade, o historiador diz:

Embora nenhuma visão única dos Anos Cinquenta possa ser obtida a partir das múltiplas evocações desta década em gravações e nas salas de cinema, a evocação persistente dos Anos Cinquenta em filmes e na música pop sugere fortemente que se tinha tornado um símbolo vital na vida cultural americana. (DWYER, 2015, pág. 3)

Uma perspectiva semelhante pode ser empregada em nossa análise sobre a prevalência dos "Anos 80" nas décadas de 2000, 2010 e início da década de 2020. Por mais que diferentes visões de "Anos 80" surjam na cultura pop, não deixam de ser sobre os "Anos 80", um período que possui uma relação com o presente preservada na memória coletiva. Nesse caso, podemos analisar que essa prevalência diz respeito às transformações culturais, sociais, econômicas e políticas da década de 1980 que ainda se fazem presentes. Especialmente na cultura midiática e de entretenimento, essa década é lembrada como o momento de origem de diferentes fenômenos culturais ainda imperativos na organização dessa indústria. É na década de 1980, especialmente nos Estados Unidos, que ocorrem as revoluções tecnológicas dos aparelhos de computador pessoal e o surgimento da cultura multimídia, com o início da expansão da internet, dos aparelhos de captura de imagem, da televisão por assinatura, dos aparelhos de VHS e dos videogames.

Esse passado audiovisual e multimídia é o que une o sentimento nostálgico o qual as produções da *Netflix* faz constante alusão em relação aos "Anos 80". Ao assistir uma cena de adolescentes jogando fliperama e utilizando seus aparelhos *walkman* em *Stranger Things*, ou ao se deparar com reproduções fieis de espaços e estilos de roupas e cabelos que outrora fizeram sucesso nas cenas de *San Junipero* e *GLOW*, o espectador é bombardeado por referências visuais a um passado que já saiu de moda, mas que está enraizado na cultura presente. Por mais consumíveis e possíveis de serem reproduzidos em escala massiva, esses produtos, músicas, estilos e ambientes são passíveis de evocar uma relação com o passado. O espectador não precisa ter vivido os "Anos 80" para se sentir nostálgico por esse tempo, o uma vez que essa nostalgia é compartilhada pela forma que essa década alcança o presente e pode ser consumida e reexperimentada novamente.

Tendo em vista os exemplos aqui analisados e a própria natureza de produção e distribuição da *Netflix*, o estudo sobre a representação do sentimento nostálgico nas produções originais da plataforma prescinde de uma abordagem cautelosa. Cada uma dessas produções evocam o passado e o sentimento nostálgico com finalidades particulares, por vezes até mesmo concorrentes. Como propõe Philippe Gauthier (2018), tomando as propostas metodológicas de Dwyer como base, ainda que se insiram numa mesma plataforma e numa mesma estrutura de distribuição, os títulos originais da *Netflix* não atendem a uma perspectiva política e ideológica homogênea.

No que diz respeito às produções nostálgicas, Gauthier argumenta é preciso se atentar à complexidade das tensões e dos "espaços culturais problemáticos" (GAUTHIER, 2018, pág. 81) existentes entre as diferentes concepções de passado. Como colocado pelo autor,

Analisar o filme de nostalgia e a própria nostalgia como espaços culturais problemáticos, nos permite compreender melhor as intersecções e interpretações conflituosas operantes em certas obras, que muitas vezes são vistas de forma uniforme (GAUTHIER, 2018, pág. 81).

Tal perspectiva tem como princípio apreender a complexidade das configurações com as quais as produções nostálgicas operam em determinados contextos históricos, culturais, sociais e institucionais.

Dentre as representações nostálgicas dos "Anos 80", bem como de outras décadas, podemos evidenciar essa diversidade de abordagens e perspectivas no interior da plataforma da Netflix. Apesar do discurso reaganista que pauta a trama da terceira temporada de *Stranger Things*, são diversos os exemplos de produções que se posicionam de forma crítica ao conservadorismo vivido nos Estados Unidos nesta década. No episódio *San Junipero*, por exemplo, o argumento de poder simular um tempo passado por meio de uma tecnologia de realidade virtual hipotética, permite ao espectador reimaginar esse passado político a partir da nostalgia.

Na trama do episódio, a simulação do ano de 1986, amarra o enredo à questão política dos obstáculos enfrentados por parte de Yorkie, uma das protagonistas, em relação a sua homossexualidade. Nas entrelinhas do retorno simulado ao ano de 1986 e a posterior aceitação de Yorkie, subjaz a memória coletiva por uma década marcada pela perseguição política da comunidade LGBTQs, agravada nos Estados Unidos pelas políticas conservadoras de Ronald Reagan, pelo debate público sobre o vírus HIV e pela "demonização" da homossexualidade por grupos políticos da Nova Direita (TROVÃO, 2010, pág.118). O uso da tecnologia de simulação e o sentimento nostálgico se mesclam no episódio, permitindo às personagens e ao público conceber uma nova concepção dos "Anos 80", pautada no que "poderia ter sido" desta década se as conquistas políticas da comunidade LGBTQ tivessem alcançado patamares semelhantes aos alcançados em 2016, ano de produção do episódio.

Investindo a trama na construção de uma nova concepção de "Anos 80" no público, o episódio da série *Black Mirror* e outras produções semelhantes, lançam uma questão histórica a qual Gauthier compreende ser uma das principais tônicas relação que a Netflix estabelece com o tema da nostalgia. Em sua análise sobre a série *GLOW*, criada pela diretora Liz Flahive e lançada na plataforma em 2017, Gauthier argumenta haver um pano de fundo histórico complexo em relação à trama da produção. Ambientada em 1985, a ficção dramatiza o surgimento de um grupo feminino de profissionais em luta-livre chamado *Gorgeous Ladies of Wrestling* (GLOW). Partindo dessa premissa, que coloca o protagonismo feminino como parte crucial da trama, a série contribui para a construção de uma nostalgia pelos "Anos 80" que concorre com a recorrente visão conservadora dessa década empreendida no cinema e na televisão.

Para além disso, essa concorrência de concepções de um passado específico como a década de 1980 alcança também o debate político vivido nos Estados Unidos em 2016 com a eleição de Donald Trump. Diante do forte apelo nostálgico e conservador da campanha

republicana, que prometeu tornar a “América Grande de Novo” e reinventou o slogan presidencial de Ronald Regan utilizado em 1982, Gauthier nota haver uma posição política de disputa de narrativas em relação ao passado nas séries nostálgicas da *Netflix*, que são diretamente influenciadas pelo contexto presente. Para o autor, essa premissa atende a uma função histórica e política de “investir o passado em serviço do presente” (GAUTHIER, 2018, pág. 84), a fim de contribuir com o debate público sobre pautas políticas presentes.

A premissa de uso do passado nostálgico em serviço do presente, contribui com o debate público no momento em que produções como as aqui citadas projetam no passado o protagonismo de personagens pertencentes a comunidades que outrora não possuíam essa representatividade nas mídias. Essa perspectiva pode ser ampliada em relação ao estudo de outros títulos originais ou distribuídos pela *Netflix*, como *The Get Down* (2017), *Pose* (2018) e *Everything Sucks!* (2018). O mesmo ocorre fora da plataforma, em produções como *Watchmen* (2019), título original da HBO Max ou *WandaVision* (2021) da Disney+. Todos esses são exemplos de produções que se utilizam da nostalgia ou do apelo visual ao passado como argumento, possíveis de serem analisados à luz de questões políticas do presente, especialmente no que diz respeito a representatividade de personagens femininas, hispânicos, negros ou pertencentes à comunidade LGBTQ.

Assim sendo, a estratégia de uso da nostalgia pela *Netflix* a partir de sua expansão comercial em meados da década de 2010, que também pode ser observada em outros ramos da indústria de entretenimento neste mesmo período, permitiu o surgimento grandes contribuições para o estudo da relação entre a nostalgia e a construção do passado histórico nas mídias audiovisuais. Devido à recente inovação nas mídias de entretenimento provocada pela popularização dos serviços de *streaming*, o estudo historiográfico sobre essa nova mídia ainda carece de contribuições significativas. Contudo, as inúmeras produções que empregam o passado nostálgico em sua narrativa, que compõem o catálogo e parte da identidade da marca *Netflix*, são convidativos para um aprofundamento teórico por parte de nós historiadores interessados na relação entre a história e as mídias audiovisuais.

Referências

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

DWYER, Michael D. **Back to the Fifties: Nostalgia, Hollywood Film, and Popular Music of the Seventies and Eighties**. Oxford University Press: Nova York, 2015.

GAUTHIER, Philippe. “Nostalgia as a Problematic Cultural Space”. In: PALLISTER, Kathryn (org.) **Netflix Nostalgia: Streaming the Past On Demand**. Lexington Books. 2019.

HUTCHEON, Linda. **The Politics of Postmodernism**. Routledge: Nova York, 1989.

JAMESON, Fredric. **Postmodernism, or The cultural logic of late capitalism**. Vero Books: , 1992.

- JENNER, Mareike. **Netflix & the Re-invention of Television**. Cham: Palgrave Macmillan, 2018.
- LE SUEUR, Marc. **Theory Number Five: Anatomy of Nostalgia Films: Heritage and Methods**. *Journal of Popular Film* 6, no. 2, p.188-89, 1977.
- LIZARDI, Ryan. **Mediated Nostalgia: Individual Memory and Contemporary Mass Media**. Lanham, MD: Lexington Books, 2014.
- MORETTIN, Eduardo Victorio. **O cinema como fonte histórica na obra de Marc Ferro**. *História: questões e debates, Curitiba*, v. 38, n. 1, p. 11-42, 2003.
- NAPOLITANO, Marcos. "A história depois do papel". In: PINSKY, Carla Bassanesi (ORG.) **Fontes Históricas**. 3.ed. São Paulo: Contexto, 2011.
- PALLISTER, Kathryn (org.) **Netflix Nostalgia: Streaming the Past On Demand**. Lexington Books. 2019.
- REYNOLDS, Simon. **Retromania: Pop Culture's Addiction to its Own Past**. London: Faber and Faber, 2011.
- TAURINO, Giulia. "Exploring Nostalgic Reconfigurations in Media Franchises". IN: PALLISTER, Kathryn (org.) **Netflix Nostalgia: Streaming the Past On Demand**. Lexington Books. 2019.
- TROVÃO, Flávio Vilas-Boas. **O Exército Inútil de Robert Altman: cinema e política (1983)**. 2010. Tese (Doutorado em História Social) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010. doi:10.11606/T.8.2010.tde-16112010-141514.