

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E APLICADAS
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO**

MARIA EDUARDA DE LIMA

**A NOSTALGIA MIDIÁTICA E SEU PAPEL NO ENGAJAMENTO AFETIVO:
ESTUDO DE CASO DE FRIENDS: THE REUNION**

Monografia

**MARIANA
2026**

MARIA EDUARDA DE LIMA

**A NOSTALGIA MIDIÁTICA E SEU PAPEL NO ENGAJAMENTO AFETIVO:
ESTUDO DE CASO DE FRIENDS: THE REUNION**

Monografia apresentada ao curso
Jornalismo da Universidade Federal de
Ouro Preto como requisito parcial para
obtenção do título de Bacharel em
Jornalismo.

Orientadora: Profa. Mariana Barbosa
Gonçalves

**MARIANA
2026**

SISBIN - SISTEMA DE BIBLIOTECAS E INFORMAÇÃO

L732n Lima, Maria Eduarda De.

A nostalgia midiática e seu papel no engajamento afetivo
[manuscrito]: estudo de caso de Friends the reunion. / Maria Eduarda De
Lima. - 2026.
78 f.: il.: color..

Orientadora: Dra. Mariana Gonçalves.

Monografia (Bacharelado). Universidade Federal de Ouro Preto.
Instituto de Ciências Sociais Aplicadas. Graduação em Jornalismo .

1. Cultura popular. 2. Nostalgia. 3. Recursos audiovisuais. 4. Televisão
- Seriados. I. Gonçalves, Mariana. II. Universidade Federal de Ouro Preto.
III. Título.

CDU 316.77

Bibliotecário(a) Responsável: Essevalter De Sousa - Bibliotecário CRB6 1407



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
REITORIA
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E APLICADAS
COLEGIADO DO CURSO DE JORNALISMO



FOLHA DE APROVAÇÃO

Maria Eduarda de Lima

**A nostalgia midiática e seu papel no engajamento afetivo:
estudo de caso de "Friends: The Reunion"**

Monografia apresentada ao Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto como requisito parcial para obtenção do título de bacharel Jornalista

Aprovada em 24 de fevereiro de 2026

Membros da banca

Dra. Mariana Barbosa Gonçalves (Orientadora) - Universidade Federal de Ouro Preto
Dra. Denise Figueiredo Barros do Prado - Universidade Federal de Ouro Preto
Me. Pedro Antun Lavigne de Lemos - Universidade Federal de Ouro Preto

Mariana Barbosa Gonçalves, orientadora do trabalho, aprovou a versão final e autorizou seu depósito na Biblioteca Digital de Trabalhos de Conclusão de Curso da UFOP em 21/05/2026



Documento assinado eletronicamente por **Frederico Salomé de Oliveira, COORDENADOR(A) DE CURSO DE JORNALISMO**, em 20/06/2026, às 11:47, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.ufop.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **1127305** e o código CRC **205272A5**.

AGRADECIMENTOS

Entregar o Trabalho de Conclusão de Curso, para mim, simboliza uma conquista que por muito tempo pareceu distante, mas que, com coragem e resiliência, se tornou possível. Por isso, gostaria de agradecer à Universidade Federal de Ouro Preto pela formação pública, gratuita e de qualidade, que tornou possível não apenas a realização deste trabalho, mas toda a minha trajetória acadêmica. À minha orientadora, Mariana Barbosa Gonçalves, pela orientação, pelas contribuições ao longo do processo e pela leitura atenta em todas as etapas da pesquisa. Aos professores do curso de Jornalismo, pela formação acadêmica, pelas trocas ao longo da graduação e pelas discussões que contribuíram para o desenvolvimento deste trabalho. À minha família, especialmente aos meus pais, Elcio e Fernanda, e ao meu irmão, Gabriel, pelo apoio constante, pelo incentivo e pela compreensão ao longo de toda a graduação. Por fim, agradeço a mim mesma, pela persistência nos dias difíceis e por ter sustentado esse percurso com dedicação e responsabilidade até o fim.

“Uma imagem cinematográfica da nostalgia é uma dupla exposição, ou a superimposição de duas imagens — de casa e de outro país, de passado e presente, de sonho e cotidiano. O momento em que nos esforçamos para encaixá-las numa só imagem, essa imagem rompe o quadro e dissolve a superfície”.

Svetlana Boym

RESUMO

Este trabalho analisa o especial *Friends: The Reunion* (2021) a partir da mobilização da nostalgia como estratégia narrativa, estética e simbólica no contexto da cultura midiática contemporânea. Fundamentado nos estudos culturais, o trabalho discute conceitos de cultura, cultura popular e cultura pop, considerando as transformações decorrentes da globalização, da lógica de consumo e da hegemonia cultural, com base em autores como Raymond Williams, Stuart Hall, Jesús Martín-Barbero e Ana Carolina Escosteguy. Em seguida, aborda a nostalgia enquanto fenômeno histórico e cultural, com ênfase na nostalgia midiática e nas contribuições teóricas de Svetlana Boym, especialmente na distinção entre nostalgia restauradora e nostalgia reflexiva. A análise do especial concentra-se em elementos narrativos e estéticos como a recriação de cenários, o uso de *flashbacks*, a retomada da trilha sonora original e a presença do elenco no presente, examinando como esses recursos acionam memórias afetivas e constroem sentidos compartilhados com o público. Conclui-se que, embora o especial recorra a estratégias associadas à nostalgia restauradora por meio da reprodução fiel do universo da série, predomina uma nostalgia de caráter reflexivo, que reconhece a distância temporal e reinscreve o passado como objeto de celebração e reflexão. Dessa forma, *Friends: The Reunion* consolida-se como um produto cultural que articula memória, emoção e mercado, reafirmando a relevância da série no imaginário coletivo global.

Palavras-chave: Nostalgia. Cultura pop. Friends. Nostalgia midiática. Audiovisual.

ABSTRACT

This study analyzes the special *Friends: The Reunion* (2021) through the mobilization of nostalgia as a narrative, aesthetic, and symbolic strategy within contemporary media culture. Grounded in cultural studies, the research discusses concepts of culture, popular culture, and pop culture, considering transformations related to globalization, consumption, and cultural hegemony, based on authors such as Raymond Williams, Stuart Hall, Jesús Martín-Barbero, and Ana Carolina Escosteguy. The study then examines nostalgia as a historical and cultural phenomenon, emphasizing media nostalgia and Svetlana Boym's theoretical contributions, particularly the distinction between restorative and reflective nostalgia. The analysis focuses on narrative and aesthetic elements such as the recreation of original sets, the use of flashbacks, the reuse of the original soundtrack, and the presence of the cast in the present, investigating how these elements activate affective memories and construct shared meanings with audiences. The study concludes that although the special employs strategies associated with restorative nostalgia through the faithful reconstruction of the series' universe, reflective nostalgia predominates, as it acknowledges temporal distance and reframes the past as an object of celebration and reflection. Thus, *Friends: The Reunion* is consolidated as a cultural product that articulates memory, emotion, and market dynamics, reaffirming the series' relevance in the global collective imagination.

Keywords: Nostalgia. Pop culture. Friends. Media nostalgia. Audiovisual.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - A pilastra do apartamento da Monica na série e no especial.....	51
Figura 2 - As poltronas de Joey e Chandler na série e no especial.....	53
Figura 3 - O Central Perk na série e no especial.....	54
Figura 4 - A fonte e o sofá de abertura reproduzidos no talk show.....	55
Figura 5 - A logo do Central Perk.....	56
Figura 6 - A porta lilás com a moldura amarela do apartamento da Monica.....	57
Figura 7 - Produto de merchandising de Friends.....	58
Figura 8 - O “The Rachel”	59
Figura 9 - Os figurinos icônicos.....	60
Figura 10 - A abertura mesclada do especial.....	62
Figura 11 - Cena do quiz na série e no especial.....	65
Figura 12 - A atriz Lisa Kudrow reproduzindo uma cena da série Friends.....	66

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	8
2 CULTURA, GLOBALIZAÇÃO E CONSUMO MIDIÁTICO.....	12
2.1 Cultura como prática social.....	12
2.2 A cultura popular.....	14
2.2.1 A cultura pop.....	16
2.3 A cultura e sua reconfiguração no mundo globalizado.....	18
2.4 Capitalismo e consumo cultural.....	24
3 A CONSTRUÇÃO DA NOSTALGIA: DA ORIGEM HISTÓRICA À CULTURA MIDIÁTICA.....	28
3.1 A origem da nostalgia.....	29
3.2 Nostalgia restauradora e nostalgia reflexiva.....	31
3.3 A nostalgia como recurso cultural e de consumo.....	34
3.4 A nostalgia no consumo televisivo contemporâneo.....	43
4 ANÁLISE DA NOSTALGIA EM FRIENDS: THE REUNION.....	49
4.1 A materialidade na nostalgia.....	50
4.1.1 Cenário e ambientação.....	50
4.1.2 Marcas visuais.....	55
4.1.3 Memória sonora.....	61
4.2 A nostalgia como enredo.....	63
4.2.1 Episódios marcantes.....	63
4.2.2 Bordões.....	67
4.2.3 Depoimentos e rememoração.....	69
5 CONCLUSÃO.....	71
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	75

1 INTRODUÇÃO

As produções culturais, especialmente aquelas inseridas no campo do entretenimento, exercem um papel fundamental na construção de identidades coletivas e na perpetuação de narrativas que transcendem barreiras temporais e geográficas. Entre essas produções, a série de televisão estadunidense *Friends*, exibida originalmente entre 1994 e 2004, tornou-se um fenômeno cultural duradouro, conquistando sucessivas gerações de espectadores sendo transmitida em diversos países e dublada em diferentes línguas.

Criada por David Crane e Marta Kauffman, a série acompanha um grupo de seis amigos, Rachel (Jennifer Aniston), Ross (David Schwimmer), Monica (Courteney Cox), Chandler (Matthew Perry), Joey (Matt LeBlanc) e Phoebe (Lisa Kudrow), vivendo em Nova Iorque e lidando com relacionamentos, carreiras e desafios da vida adulta. Ao longo dos anos, mesmo após o fim da produção de episódios inéditos, a série manteve sua relevância através de reprises, distribuição em plataformas de *streaming*¹ e, mais recentemente, pela produção de *Friends: The Reunion* (2021), um episódio especial de reunião da sitcom² americana.

O especial, lançado exclusivamente na plataforma HBO Max³, não se limitou a uma simples reunião do elenco. Ele apresenta características típicas dos produtos midiáticos contemporâneos que mobilizam a nostalgia como estratégia de engajamento afetivo. De acordo com Tavares e Prado (2017) a nostalgia midiática frequentemente mobiliza memórias afetivas ao reconfigurar experiências passadas para o presente, garantindo um novo significado às obras. A partir dessa ideia, é possível identificar que a reunião resgatou a atmosfera da série através da recriação de cenários, *flashbacks* de cenas marcantes, depoimentos do elenco e a utilização de trilha sonora nostálgica. A proposta do especial foi proporcionar uma experiência que transcendesse o mero reencontro dos atores, proporcionando uma experiência emocionalmente significativa para os espectadores de diferentes gerações.

A partir dessa mobilização emocional promovida pelo especial, torna-se

¹ Streaming é a forma de transmissão de conteúdo audiovisual via internet, sem necessidade de download completo (Priberam, 2026).

² Sitcom é um seriado televisivo de comédia (Michaelis, 2026).

³ Serviço de streaming de propriedade da Warner Bros. Discovery, lançado em 2020.

relevante refletir sobre o próprio conceito de nostalgia, suas origens históricas e como ela se manifesta nas produções culturais contemporâneas. A palavra nostalgia surgiu no século XVII e, de acordo com Flávio Medeiros Henriques e Maribel Carvalho Suarez (2021), o termo foi criado pelo médico suíço Johannes Hofer em 1688 para descrever uma condição médica observada em soldados que sentiam uma saudade intensa de casa. A palavra combina dois termos gregos: *nóstos*, que significa "retorno para casa", e *álgos*, que significa "dor" ou "sofrimento"⁴. Inicialmente, era vista como um tipo de enfermidade associada à tristeza e ao desejo de voltar ao passado. Com o tempo, o significado se transformou e passou a representar um sentimento melancólico ou afetoso por momentos passados, muitas vezes idealizados.

No século XX, com o avanço da psicologia, a nostalgia foi vista como parte natural da experiência humana, podendo até ter efeitos positivos, como conforto emocional e fortalecimento da identidade pessoal. Isso levou ao seu uso mais amplo na cultura, incluindo a literatura, o cinema, a música e a publicidade, passando a ser associada a um sentimento reconfortante de recordar tempos passados. “Ao se afastar de uma condição de patologia, a nostalgia passa, cada vez mais, a ser associada a uma espécie de transtorno de foro íntimo fortemente ligado à memória” (Castellano e Meimaridis, 2017, p. 62).

A nostalgia tem sido uma ferramenta poderosa no entretenimento contemporâneo, sendo amplamente utilizada para engajar audiências e reforçar laços afetivos com produtos culturais. Segundo Ribeiro (2018), o mercado da nostalgia se baseia na recriação de experiências passadas para construir uma conexão afetiva entre público e produto, uma estratégia frequentemente explorada no audiovisual. Ribeiro (2018) discute como o mercado da nostalgia estrutura narrativas audiovisuais para mobilizar emoções e conectar os espectadores a experiências passadas, criando um sentimento de continuidade e pertencimento. Nesse contexto, este estudo busca responder à seguinte questão: **como *Friends: The Reunion* utiliza elementos narrativos, estéticos e simbólicos para reforçar a nostalgia dos fãs e consolidar a série no imaginário coletivo?**

O estudo da nostalgia em *Friends: The Reunion* como uma estratégia de conexão com os espectadores se justifica pela crescente utilização da nostalgia

⁴ Conforme o dicionário Etymonline (2026).

como ferramenta comercial no audiovisual. O fenômeno dos *revivals*⁵, *remakes*⁶ e *reboots*⁷ de séries clássicas demonstra um interesse crescente das indústrias de entretenimento em resgatar produções passadas e adaptá-las ao consumo midiático contemporâneo, isso porque a nostalgia tem grande apelo afetivo, atraindo tanto fãs antigos quanto novas gerações. *Friends*, como uma das séries mais icônicas da década de 1990 e início dos anos 2000, apresenta um caso emblemático desse processo.

A nostalgia na cultura de massa pode ser empregada de diversas formas, desde a simples rememoração de elementos do passado, como por exemplo o seriado *Stranger Things*, da Netflix, cujo enredo se passa nos anos 1980 e traz consigo esses elementos – músicas da década, moda, estética –, até a reconfiguração desses elementos para novos contextos de recepção como *Top Gun: Maverick*, derivado do filme de grande sucesso da década de 1980 que retorna com parte dos mesmo personagens e trilha sonora, mas que a narrativa se insere em um atual cenário geopolítico e tecnológico.

No caso do especial, objeto deste trabalho, essa reconfiguração ocorre por meio da recriação de cenários, da revisita a falas icônicas e da reconstrução de experiências que marcaram os espectadores da série original. Esses recursos evocam a memória afetiva do público e operam como estratégia narrativa e simbólica, situando o episódio dentro de uma lógica de mercado que transforma a nostalgia em valor cultural e comercial.

Ao analisar esses mecanismos, este estudo contribui para o campo da comunicação e dos estudos culturais ao oferecer uma análise detalhada sobre como a nostalgia é empregada na estrutura interna de um produto audiovisual. Além disso, auxilia na compreensão de estratégias narrativas e estéticas utilizadas para engajar públicos através da emoção e da memória afetiva.

Por fim, a relevância social do tema está no impacto que produtos nostálgicos têm na audiência contemporânea. Com a ascensão do *streaming*, a maneira como os conteúdos clássicos são ressignificados e consumidos por diferentes gerações torna-se uma discussão pertinente para entender as dinâmicas atuais do

⁵ É o ressurgimento de um movimento, nesse caso, retorno de uma série antiga, geralmente com o mesmo elenco e continuidade narrativa (Dicio, 2026).

⁶ É a refilmagem ou recriação de uma obra, possivelmente com alterações significativas na narrativa ou estética (Dicio, 2026).

⁷ Significa reiniciar algo, nesse caso, a reiniciação de uma franquia ou série, geralmente com uma nova abordagem narrativa, personagens ou contexto (Dicionário Técnico, 2026).

entretenimento e da comunicação midiática. Dessa forma, o estudo visa contribuir para os debates sobre o impacto da nostalgia na comunicação e no entretenimento, explorando como *Friends: The Reunion* se posiciona como um produto notório desse fenômeno.

Para dar conta desse objetivo, o trabalho está estruturado em três capítulos. O primeiro capítulo aborda noções de cultura, cultura popular e cultura pop, além de discutir como esses conceitos são atravessados pelas transformações provocadas pela globalização, pela lógica de consumo e pela hegemonia cultural. Nesse capítulo, autores como Raymond Williams, Stuart Hall, Jesús Martín-Barbero, Ana Carolina Escosteguy e Antonio Gramsci oferecem bases conceituais para compreender a cultura como um campo de disputas simbólicas e políticas.

O segundo capítulo compreende as noções de nostalgia e nostalgia midiática, além de pensar o fenômeno da nostalgia enquanto estratégia midiática e mercadológica, discutindo seu uso em produções audiovisuais contemporâneas. Autores como Svetlana Boym, Ana Paula Goulart Ribeiro e Maximiano Duval da Silva Cirne contribuem com reflexões fundamentais para a compreensão da nostalgia como fenômeno cultural e comunicacional.

O terceiro capítulo dedica-se à análise de *Friends: The Reunion*, que consiste em uma análise detalhada de aspectos narrativos, estéticos e discursivos presentes no documentário. Para isso, serão examinados trechos específicos, falas, cenários e recursos visuais que evocam memórias afetivas e remetem à experiência da série original. Assim, a análise busca identificar como a narrativa constrói sentidos que dialogam com o público e mobilizam a nostalgia.

2 CULTURA, GLOBALIZAÇÃO E CONSUMO MIDIÁTICO

Friends: The Reunion é um especial lançado em 2021 pela HBO Max que trata de um reencontro com os atores e atrizes da famosa série *Friends*, lançada em 1994 nos Estados Unidos. Mais do que um reencontro televisivo, o filme é um produto cultural que opera na ligação de memória, afeto e mercado, mobilizando estratégias específicas para promover identificação e engajamento.

Para compreender como a nostalgia é articulada nesse tipo de conteúdo, é necessário entender as bases culturais que sustentam essas conexões afetivas. A nostalgia midiática se apoia em signos compartilhados, experiências coletivas e repertórios simbólicos que fazem sentido dentro de um determinado contexto histórico. Por isso, antes de discutir o uso da nostalgia como recurso afetivo, torna-se fundamental refletir sobre o que se entende por cultura e como esse conceito foi sendo moldado ao longo do tempo.

A cultura, em suas múltiplas manifestações, constitui um campo dinâmico em constante transformação. Sua definição não é estática, nem universal. Ela está profundamente ligada às relações sociais, aos conflitos simbólicos e às mudanças estruturais das sociedades (Williams, 2011). Compreender esse processo é essencial para analisar de que forma a cultura se reconfigura em tempos de globalização e como isso impacta o consumo, a mídia e consequentemente, as formas contemporâneas de se relacionar com o passado, como ocorre em *Friends: The Reunion*.

É a partir desta perspectiva que se inicia este capítulo, voltando-se para as noções fundamentais de cultura e cultura popular, suas transformações históricas e sua reconfiguração no mundo globalizado. Esse percurso teórico permitirá compreender como certos produtos culturais se tornam símbolos afetivos duradouros e porque a nostalgia se torna tão eficaz em reativá-los.

2.1 Cultura como prática social

A cultura, em sua essência, é um dos conceitos mais amplos e complexos da humanidade. Presente em todas as formas de organização social, ela se manifesta nos modos de vida, nas crenças, nas práticas simbólicas, nas linguagens e nas formas de expressão de um povo. Ao longo da história, o entendimento sobre o que

é cultura passou por transformações significativas, acompanhando os movimentos sociais, políticos e econômicos que moldaram as sociedades. O conceito de cultura surgiu como uma reação crítica às mudanças sociais e econômicas na Europa entre o final do século XVIII e o início do século XIX (Williams, 2011). A Revolução Industrial é um desses fenômenos e alterou profundamente a estrutura das sociedades europeias.

A substituição do trabalho artesanal pelo trabalho fabril, a urbanização acelerada e a mecanização da vida cotidiana romperam com o modo de vida agrário e tradicional. Paralelamente, os ideais iluministas e as revoluções liberais impulsionaram novas formas de participação política como a ampliação gradual do direito ao voto, o surgimento de partidos políticos modernos, a organização dos movimentos operários e a popularização da imprensa. Esses processos permitiram que grupos sociais antes marginalizados, como mulheres, operários e camponeses, passassem a reivindicar os seus direitos e influenciar o debate público. Williams (2011) parte da visão desse contexto de mudanças intensas, ao pensar a cultura não apenas como um conjunto de produções eruditas, mas como a forma pela qual uma sociedade expressa seus valores, experiências e conflitos.

Essa visão rompe com a ideia elitista de cultura como “alta cultura”, que se refere às manifestações artísticas e intelectuais tradicionalmente associadas à elite letrada e à produção erudita, como a literatura clássica, a música de concerto e as artes visuais consagradas. Assim, amplia o entendimento do termo, permitindo que práticas populares, expressões cotidianas e formas de comunicação sejam analisadas como partes legítimas da produção cultural de uma sociedade, ou seja, seu “modo de vida”.

Por esse viés, entendemos que a nossa compreensão sobre cultura não é fixa nem estável, mas resulta das experiências históricas e das disputas simbólicas que ocorrem dentro da sociedade. Por isso, a cultura deve ser entendida como um processo contínuo e dinâmico, uma vez que o contexto histórico e os conflitos sociais estão em constante transformação e essas mudanças afetam diretamente a forma como as sociedades pensam, agem e se expressam.

Williams (2011) afirma:

A história da ideia de cultura é um registro de nossas reações, em pensamento e em sentimento, às mudanças nas condições de nossa vida em comum. Nosso significado de cultura é uma reação aos eventos que nossos significados de indústria e democracia definem com extrema clareza. Mas as condições foram criadas e depois modificadas pelos

homens. O registro dos eventos encontra-se em alguma outra parte, em nossa história geral. A história da ideia de cultura é um registro de nossos significados e nossas definições, mas essas, por sua vez, só podem ser compreendidas no contexto das nossas ações (Williams, 2011, p. 321).

A partir dessa perspectiva, compreende-se que o significado de cultura, assim como suas manifestações, é constantemente moldado pelas dinâmicas do contexto histórico em que está inserido, inclusive no cenário contemporâneo.

2.2 A cultura popular

Para entender melhor como o conceito de cultura se relaciona com as produções midiáticas que se tornam “fenômenos populares”, é imprescindível compreender a cultura popular e seu significado. A cultura popular é um conceito complexo, historicamente situado e carregado de disputas simbólicas. Seu uso comum pode remeter a formas de expressão acessíveis, amplamente compartilhadas e associadas ao gosto do “povo”. No entanto, essa visão aparentemente simples esconde camadas de sentido que foram sendo construídas ao longo do tempo, tanto na linguagem cotidiana quanto no debate acadêmico.

Falar em cultura popular não é apenas descrever manifestações artísticas, práticas cotidianas ou produtos midiáticos que fazem sucesso entre as massas. Trata-se de compreender um campo dinâmico onde se entrecruzam relações de poder, disputas por significado e negociações identitárias (Hall, 2003). O popular, nesse sentido, não é apenas aquilo que é muito consumido, mas aquilo que carrega marcas sociais, históricas e ideológicas.

O termo “cultura popular” tem suas raízes na oposição entre o erudito e o popular, que remonta às sociedades europeias da modernidade. No século XVIII, com o avanço da Revolução Industrial e da urbanização, consolidou-se uma visão que associava a cultura às elites letradas e às manifestações artísticas consagradas, enquanto os modos de vida das camadas populares eram vistos como folclóricos, rústicos ou atrasados. Néstor Garcia Canclini, antropólogo argentino, afirma:

A bibliografia sobre cultura costuma supor que existe um interesse intrínseco dos setores hegemônicos em promover a modernidade e um destino fatídico dos populares que os arraiga às tradições. Os modernizadores extraem dessa oposição a moral de que seu interesse pelos avanços, pelas promessas da história, justifica sua posição hegemônica, enquanto o atraso das classes populares as condena à subalternidade (Canclini, 2008, p. 206).

A partir do século XIX, os estudos sobre o popular começaram a se institucionalizar. No entanto, ainda eram marcados por uma visão romântica ou conservadora, que buscava preservar as tradições populares, como o folclore, festas religiosas, mitos e costumes locais, como relíquias do passado, ignorando suas transformações. Era uma forma de congelar o povo como uma cultura autêntica, mas inerte, desconsiderando seu dinamismo, suas reinvenções e sua articulação com os contextos sociais e políticos, como salienta Canclini (2008):

Junto ao positivismo e ao messianismo sociopolítico, a outra característica da tarefa folclórica é a apreensão do popular como tradição. O popular como resíduo elogiado: depósito da criatividade camponesa, da suposta transparência da comunicação cara a cara, da profundidade que se perderia com as mudanças "exteriores" da modernidade. Os precursores do folclore viam com nostalgia que diminuía o papel da transmissão oral frente à leitura de jornais e livros; as crenças construídas por comunidades antigas em busca de pactos simbólicos com a natureza se perdiam quando a tecnologia lhes ensinava a dominar essas forças. Mesmo em muitos positivistas permanece uma inquietude romântica que leva a definir o popular como tradicional (Canclini, 2008, p. 209).

Nesse trecho, o autor critica a visão tradicional do folclore e dos primeiros estudiosos da cultura popular, que tratavam o popular como resíduo do passado, como algo fixo, puro e ameaçado pela modernidade. Essa visão romântica ignora que a cultura popular está em constante transformação, dialoga com a modernidade, com os meios de comunicação e com o global.

No século XX, especialmente após a Segunda Guerra Mundial, o conceito de cultura popular passou a ser revisto de uma forma mais crítica. Com o crescimento das indústrias culturais e a massificação da mídia, surgiram novas formas de expressão popular que já não se encaixavam na ideia tradicional de folclore, a música popular urbana, em especial o samba (no Brasil), que passaram a ser transmitida por meios de comunicação de massa, como a televisão e o rádio. Ao mesmo tempo, movimentos sociais e culturais, como a contracultura⁸ dos anos 1960, o Tropicalismo⁹ e o Cinema Novo¹⁰, além de correntes teóricas, passaram a questionar a rigidez entre cultura erudita e cultura popular.

Um marco que impulsionou essa virada foi a consolidação dos Estudos Culturais, principalmente a partir da década de 1960, com o trabalho de intelectuais

⁸ Foi um movimento cultural que se opôs ou questionava valores dominantes de uma sociedade (MILANI, 2023, p. 62).

⁹ Foi um movimento cultural brasileiro dos anos 1960 que combinava tradição e modernidade, música popular e experimentalismo, contestando normas sociais e estéticas (NAPOLITANO; VILLAÇA, 1998).

¹⁰ Foi um movimento cinematográfico brasileiro das décadas de 1960 e 1970 que buscava retratar a realidade social do país de forma crítica e inovadora (SOUZA, 2020).

como Richard Hoggart, Raymond Williams e Stuart Hall, que passaram a defender uma abordagem que via a cultura como prática social e a cultura popular como campo de disputa. Em vez de entender o popular como algo puro ou tradicional, eles o compreenderam como o lugar onde se negocia hegemonia, resistência e identidade:

Naturalmente, a luta cultural assume diversas formas: incorporação, distorção, resistência, negociação, recuperação. Raymond Williams prestou-nos um grande serviço ao delinear alguns desses processos, através de sua distinção entre os momentos emergentes, residuais e incorporados. Precisamos expandir e desenvolver esse esquema rudimentar. O importante é observá-lo dinamicamente: como um processo histórico (Hall, 2003, p. 259).

Raymond Williams (2011) já havia indicado que a cultura não é apenas o que pertence à cultura erudita, mas também o modo de vida de um povo, com suas práticas, costumes, crenças e expressões simbólicas. Essa compreensão abriu caminho para reconhecer a cultura popular como legítima e mutável, rompendo a ideia de que o popular é aquilo que resiste ao tempo de forma intacta.

2.2.1 A cultura pop

A ampliação do conceito de cultura popular, que passa a ser entendida como viva, dinâmica e sujeita a transformações, é fundamental para compreender o surgimento da cultura pop no século XX.

A cultura pop, ou cultura popular de massa, é uma forma contemporânea de manifestação cultural que emerge no contexto da expansão dos meios de comunicação e da indústria cultural¹¹. Embora o termo tenha origem na ideia de “popular”, a cultura pop se distingue por estar profundamente vinculada ao consumo, à mídia e à produção em larga escala de conteúdos culturais, como aponta Vlacic Moraes e Silva Nunes (2021):

Após discorrermos sobre as conceituações sobre cultura levantadas pelos Estudos Culturais, estabelecemos uma linha de pensamento que nos levou, primeiramente, a apontar algumas diferenças existentes entre a Cultura Popular e a Cultura Pop de modo geral. Identificamos que ambas assemelham-se pelo fato de serem disponibilizadas para uma ampla audiência, não fazendo distinção entre classes sociais, porém diferenciam-se no sentido de que a Cultura Pop tem uma maior vinculação com os meios de comunicação massivos (Silva Nunes e Vlacic Moraes, 2021, p. 21).

¹¹ Para Horkheimer e Adorno (1985), a indústria cultural corresponde à transformação da cultura em mercadoria, marcada pela padronização das produções simbólicas e pela função de manter o conformismo social.

Sob essa ótica, é possível afirmar que, diferentemente da cultura popular tradicional, que se desenvolve de forma mais espontânea, oral e coletiva, enraizada nas práticas cotidianas de um povo, a cultura pop é fortemente mediada pela lógica do mercado e pela indústria cultural. Séries televisivas, filmes de Hollywood, videoclipes, redes sociais, memes, jogos eletrônicos e marcas globais, como Coca-Cola e McDonald's, são exemplos típicos da cultura pop.

No entanto, mesmo operando em larga escala e sendo distribuída globalmente, a cultura pop também se reinventa localmente, incorporando elementos da cultura popular tradicional, costumes regionais e modos de expressão específicos. Isso revela como a cultura popular e a cultura pop não são categorias excludentes, mas sim dinâmicas e interligadas: a cultura pop se alimenta das linguagens populares ao mesmo tempo em que as transforma em produtos midiáticos, promovendo um circuito contínuo entre produção, circulação e recepção cultural.

Um exemplo prático desse processo é a adaptação da marca McDonald's no Brasil, que produziu uma campanha publicitária em que sua milésima unidade de franquia no país foi batizada com o nome *Méqui*, forma como muitos brasileiros pronunciam o nome da rede. Mais do que uma estratégia de marketing, esse gesto revela uma apropriação cultural: um símbolo global da cultura norte-americana é reinterpretado segundo os códigos linguísticos e afetivos locais. Ao adotar essa forma popular de pronúncia, a marca busca se aproximar da vivência cotidiana dos consumidores brasileiros, ao mesmo tempo em que evidencia como os produtos culturais globais são constantemente ressignificados nos contextos locais. Esse fenômeno exemplifica como a cultura pop está interligada com a cultura popular e a capacidade das culturas subalternas de negociar significados, adaptando e “abrasileirando” elementos da cultura hegemônica sem necessariamente rejeitá-los, mas também sem absorvê-los de forma passiva.

Essa relação entre cultura pop e cultura popular evidencia a complexidade dos circuitos culturais contemporâneos, especialmente quando observada com base nos processos de globalização. Afinal, a própria consolidação da cultura pop como fenômeno global só se torna possível a partir da intensificação dos fluxos midiáticos, econômicos e tecnológicos que atravessam fronteiras e aproxima realidades distintas. A expansão das mídias, o fortalecimento da indústria cultural e a circulação

transnacional de produtos culturais não apenas ampliam o alcance da cultura pop, mas também transformam as formas de produção, recepção e apropriação cultural ao redor do mundo.

Nesse cenário, compreender a cultura e suas subvertentes exige pensar suas interações com os sistemas globais de comunicação e consumo, reconhecendo que ela já não se restringe a manifestações locais e tradicionais, mas se constitui em meio a negociações, reinterpretações e disputas simbólicas que envolvem tanto o local quanto o global. É nesse ponto que se torna fundamental discutir a cultura popular no contexto da globalização.

2.3 A cultura e sua reconfiguração no mundo globalizado

Para entender melhor a cultura na contemporaneidade, mais especificamente a partir do século XX, é imprescindível falar sobre o processo de globalização e como isso afeta diretamente o conceito atual de cultura, transformando radicalmente seus modos de produção, circulação e recepção. Como argumenta Hall, “o que, então, está tão poderosamente deslocando as identidades culturais nacionais, agora, no fim do século XX? A resposta é: um complexo de processos e forças de mudança, que, por conveniência, pode ser sintetizado sob o termo ‘globalização’” (Hall, 2006, p. 67).

Segundo Hall (2006) a globalização não é um fenômeno isolado, mas sim o resultado de uma série de transformações estruturais que alteraram profundamente as formas de produção, circulação e recepção de cultura. Entre essas forças destaca-se os avanços das tecnologias de informação e comunicação, que permitiram uma interconexão sem precedentes entre diferentes partes do mundo, tornando possível o compartilhamento instantâneo de imagens, símbolos e ideias em escala global.

A expansão do capitalismo também teve papel nesse processo, ao integrar mercados e culturas por meio da lógica de consumo e da padronização de bens e valores culturais. Paralelamente, os processos de descolonização provocam o deslocamento de grandes populações, dando origem a sociedades multiculturais marcadas por diásporas e encontros culturais diversos. Esse movimento foi intensificado pelas migrações internacionais, que contribuíram para a circulação de

identidades, línguas e práticas culturais, rompendo com a ideia de culturas nacionais puras ou fixas.

Diante disso, com o processo da globalização no mundo pós-moderno, as conexões sociais se tornaram mais fragmentadas, fluidas e mediadas pela mídia. Dessa forma, as culturas passaram a ser atravessadas por fluxos globais de informações e símbolos, criando tensões entre a homogeneização cultural e a reafirmação de identidades locais, impulsionada pela crescente facilidade das trocas de informação em escala global. Como destaca Hall (2006, p. 75):

Quanto mais a vida social se torna mediada pelo mercado global de estilos, lugares e imagens, pelas viagens internacionais, pelas imagens da mídia e pelos sistemas de comunicação globalmente interligados, mais as identidades se tornam desvinculadas - desalojadas - de tempos, lugares, histórias e tradições específicos e parecem "flutuar livremente".

Essa ideia de "identidades flutuantes" reforça a noção de que, no mundo globalizado, os sujeitos constroem seus pertencimentos a partir de referências múltiplas e temporárias, o que reflete diretamente na forma como os indivíduos produzem, consomem e ressignificam manifestações culturais no cotidiano.

Os modos de produção cultural são transformados a partir da integração de novas tecnologias, linguagens e costumes provenientes de várias regiões do planeta, mas principalmente do ocidente, como destaca Hall (2006), já que muitas vezes ele exerce maior poder simbólico e econômico, direcionando a produção e circulação cultural global.

Como exemplo clássico desse fenômeno, é fundamental destacar o *American Way of Life*, que foi um conjunto de valores, crenças e comportamentos, disseminados após a Segunda Guerra Mundial, que engloba ideias como a busca pela felicidade, prosperidade econômica e o consumismo, reforçando o imaginário do "sonho americano"¹².

A propagação desses estilos de vida ocidentais pode ser interpretada como uma questão de hegemonia cultural, na qual os valores e modos de vida são impostos de maneira sutil, porém eficaz, a outras culturas. Ana Carolina Escosteguy (2010), ao discutir a influência dos estudos culturais ingleses, evidencia o papel fundamental do conceito de hegemonia, formulado por Gramsci, na compreensão desse processo.

¹² É a crença de que qualquer pessoa, independentemente de sua origem, pode alcançar o sucesso e prosperidade nos Estados Unidos através do trabalho árduo e da determinação (SILVA, 2011, p. 9).

Nesse momento se mostra, também, a incorporação da idéia de hegemonia: Gramsci usou o termo 'hegemonia' para referir-se ao momento em que uma classe dominante é capaz não somente de coagir uma classe subordinada a sujeitar-se aos seus interesses, mas de exercer uma 'hegemonia' ou 'autoridade social total' sobre as classes subordinadas. Isso envolve o exercício de um tipo especial de poder – o poder de conceber alternativas e incluir oportunidades para ganhar e forjar o consentimento, de tal forma que a outorga de legitimidade às classes dominantes aparece não somente como 'espontânea' mas, também, como natural e normal (Clarke, Hall *apud* Escosteguy, 2010, p. 79-80).

De acordo com essa linha de pensamento, certas culturas se tornam dominantes não apenas por meio da força, mas sobretudo por meio da criação de consensos. Escosteguy (2010) reforça que o terreno onde a hegemonia é construída ou contestada é o das superestruturas, como o Estado e as instituições da sociedade civil, e que ela opera por meio da ideologia, embora não se reduza a falsas ideias ou percepções.

O terreno onde a hegemonia é ganha ou perdida é o terreno das superestruturas, ou seja, as instituições da sociedade civil e o estado. A hegemonia trabalha através da ideologia, mas não consiste em falsas idéias, percepções e definições. Além disso, nunca é sustentada por uma única classe. Sustentando a tese de que “seu caráter e conteúdo [da hegemonia] podem somente ser estabelecidos observando situações concretas em momentos históricos concretos” (CLARKE, HALL ET AL., 1975, p. 40), o trabalho apresenta uma análise conjuntural de um momento histórico onde se vê funcionando ou aplicado o conceito de hegemonia numa determinada formação social (Escosteguy, 2010, p. 80).

Sob essa ótica, a hegemonia cultural ocorre quando uma visão de mundo particular, muitas vezes originada pelo ocidente por conta da sua forte influência econômica, tecnológica e midiática, se estabelece como natural ou universal, inviabilizando outras formas de pensar, viver e se expressar. Nesse contexto, a dominação cultural é internalizada e reproduzida pelas próprias populações subalternas, sem necessariamente perceberem que estão consumindo e reiterando uma cultura imposta. Por isso, o *American way of life* funciona como uma ferramenta eficaz de homogeneização simbólica e de controle cultural global.

Por esse viés, Hall (2006) argumenta que esse processo não implica uma simples substituição do local pelo global, mas sim uma complexa negociação de significados. Os sujeitos culturais (indivíduos e grupos inseridos em contextos afetados por forças globais) não consomem passivamente os produtos e valores impostos por culturas hegemônicas, mas entram em um processo de constante negociação, no qual seus próprios referentes culturais locais interagem, resistem ou se hibridizam com os símbolos dominantes. A globalização fragmenta as identidades

tradicionais, deslocando-as de seus referenciais teóricos e territoriais, e levando-as para um estado de fluidez e reconfiguração permanente. É nesse espaço de cruzamento entre o global e o local que emergem novas identidades culturais, marcadas por contradições, resistências e hibridismo.

Já a forma que a cultura é recebida, podemos observar um consumo não passivo dessas culturas globais por parte das sociedades. Elas, na verdade, as reinterpretam, adaptam e ressignificam conforme seus próprios contextos locais. Isso resulta em novas formas de apropriação cultural, que combinam elementos globais e locais. O que Hall (2006) chama de cultura híbrida.

Em toda parte, estão emergindo identidades culturais que não são fixas, mas que estão suspensas, em transição, entre diferentes posições; que retiram seus recursos, ao mesmo tempo, de diferentes tradições culturais; e que são o produto desses complicados cruzamentos e misturas culturais que são cada vez mais comuns num mundo globalizado (Hall, 2006, p. 88).

Em suma, ao consumirem esses estilos de vida globalizados, por meio da mídia, do consumo e da cultura de massa, os sujeitos culturais acabam “negociando” suas próprias identidades culturais locais. Essa negociação ocorre no cruzamento entre culturas hegemônicas e culturas locais, e pode resultar tanto em formas de assimilação quanto em formas de resistência e hibridização, fazendo com que as identidades se tornem cada vez mais descentralizadas, refletindo as tensões entre imposição hegemônica e apropriação cultural.

Na circulação, a globalização acelera e amplia o alcance da cultura através dos meios de comunicação (imprensa, jornal, internet, televisão e das redes sociais), esse é um dos motivos pelos quais algumas produções audiovisuais, como o objeto de estudo dessa pesquisa, *Friends: The Reunion*, teve um alcance global e sucesso mesmo antes de sua estreia. Dessa forma, os estilos de vida, moda, cinema, símbolos, narrativas e práticas culturais atravessam a fronteira em questão de instantes, tornando-se acessíveis a um público diverso e de várias regiões do mundo.

Além disso, em *Da Diáspora* (2003), Hall afirma que a relação entre a cultura popular e a cultura de massa (ou indústria cultural) não deve ser compreendida como um processo unidirecional de dominação, mas como um espaço contraditório de disputa. A cultura popular não é apenas aquilo que é produzido pelo povo, mas um campo marcado por tensões, resistências e apropriações, onde elementos da indústria cultural podem ser ressignificados a partir das vivências e experiências

cotidianas das classes subalternas. “A cultura popular não é, num sentido “puro”, nem as tradições populares de resistência a esses processos, nem as formas que as sobrepõem. É o terreno sobre o qual as transformações são operadas” (Hall, 2003, p. 248-249).

O autor sustenta que a cultura popular é um terreno de negociação onde há tanto formas de assimilação quanto práticas de resistência simbólica. Assim, mesmo que certos símbolos originados de culturas hegemônicas se imponham de forma dominante, eles não são recebidos de forma homogênea ou passiva, ou seja, o que é imposto pode ser também reapropriado. Essa reapropriação permite que sujeitos populares operem transformações nos significados atribuídos aos produtos culturais, subvertendo, ressignificando e até mesmo desestabilizando o sentido original atribuído a eles pela lógica mercadológica.

Essa é a dialética da luta cultural. Na atualidade, essa luta é contínua e ocorre nas linhas complexas da resistência e da aceitação, da recusa e da capitulação, que transformam o campo da cultura em uma espécie de campo de batalha permanente, onde não se obtêm vitórias definitivas, mas onde há sempre posições estratégicas a serem conquistadas ou perdidas (Hall, 2003, p. 255).

Esse processo é especialmente visível em contextos midiáticos globalizados, em que produtos da indústria cultural circulam amplamente e se tornam significativos em realidades locais diversas. No caso de *Friends*, por exemplo, nota-se como um produto norte-americano, repleto de símbolos associados ao estilo de vida estadunidense/nova iorquino, foi ressignificado por públicos latino-americanos, gerando vínculos afetivos específicos e novas formas de identificação, como por exemplo, a forma de se vestir de Rachel, os cortes de cabelo de Monica ou até mesmo a música tema do seriado, que se tornou parte de um repertório simbólico compartilhado. Ao ser consumido e reinterpretado nesses contextos, o conteúdo deixa de ser apenas um reflexo da hegemonia cultural para torna-se também um espaço de mediação simbólica, onde as audiências reelaboram sentidos e criam conexões próprias. Essa dinâmica evidencia que a cultura popular é, antes de tudo, um campo de negociação.

Nesse cenário de circulação global e apropriação local, é fundamental considerar o modo como essas dinâmicas se manifestam na América Latina, uma vez que esse trabalho é uma análise produzida do ponto de vista de uma pesquisadora latinoamericana sobre um produto cultural estadunidense.

Martín-Barbero (1997) propõe uma mudança de perspectiva teórica ao deslocar o foco dos meios de comunicação para os processos de mediação cultural, chamando atenção para os contextos históricos, sociais e culturais nos quais os conteúdos midiáticos são recebidos e ressignificados. Martín-Barbero argumenta que, na América Latina, a recepção da cultura de massa não pode ser compreendida fora das mediações constituídas por práticas populares, formas de sociabilidade locais, tradições e religiosidades híbridas.

Ao invés de assumir uma postura passiva diante dos produtos culturais globais, os sujeitos latino-americanos operam com esses conteúdos de forma criativa, adaptando-os aos seus próprios repertórios simbólicos e cotidianos. Assim, a indústria cultural não atua sozinha: ela é atravessada por modos de vida que escapam à lógica dominante, evidenciando que a recepção também é um espaço de produção de sentidos. Ao enfatizar a centralidade da cultura popular como lugar estratégico de resistência e negociação, Martín-Barbero reforça que, na América Latina, os significados não são simplesmente impostos de fora pra dentro, mas passam por um processo de reinterpretação que revela a complexidade e a vitalidade das culturas locais.

Um reconhecimento que foi, de início, operação de deslocamento metodológico para rever o processo inteiro da comunicação a partir de seu outro lado, o da recepção, o das resistências que aí têm seu lugar, o da apropriação a partir de seus usos. Porém, num segundo momento, tal reconhecimento está se transformando, justamente para que aquele deslocamento não fique em mera reação ou passageira mudança teórica, em reconhecimento da história: reapropriação histórica do tempo da modernidade latino-americana e seu descompasso encontrando uma brecha no embuste lógico com que a homogeneização capitalista parece esgotar a realidade do atual. Pois na América Latina a diferença cultural não significa, como talvez na Europa e nos Estados Unidos, a dissidência contracultural ou o museu, mas a vigência, a densidade e a pluralidade das culturas populares, o espaço de um conflito profundo e uma dinâmica cultural incontornável (Martín-Barbero, 1997, p.16).

Esse reconhecimento histórico apontado pelo autor reforça a necessidade de compreender a cultura latino-americana não apenas como reflexo de uma lógica global impositiva, mas como espaço de contradição, criatividade e disputa simbólica. A partir da reapropriação dos conteúdos de massa, os sujeitos latino-americanos inserem-se na modernidade de forma não homogênea, marcada por descompassos, mestiçagens e resistências. Isso revela que a cultura popular, longe de ser um resíduo do passado ou um simples objeto de consumo, constitui-se como uma forma viva de leitura e reinvenção do presente. Nesse sentido, pensar as mediações

culturais é também pensar os modos como as sociedades latino-americanas constroem sentidos próprios frente à globalização, resistindo à sua homogeneização e afirmando suas singularidades históricas e culturais.

2.4 Capitalismo e consumo cultural

A consolidação da cultura popular como um elemento central das sociedades contemporâneas está profundamente entrelaçada com as transformações do capitalismo e a ascensão do consumo como forma predominante de relação social. No contexto da globalização, os produtos culturais deixaram de ser apenas meios de entretenimento para se tornarem mercadorias estrategicamente produzidas e disseminadas por grandes indústrias midiáticas. Essa lógica mercantil implica na organização da cultura segundo os princípios do mercado, onde emoções, memórias e identidades são transformadas em produtos simbólicos voltados à circulação e ao lucro. Nesse sentido, a mídia desempenha um papel essencial ao impulsionar continuamente essas práticas de consumo. Como afirma Silverstone (2002, p. 156):

A mídia é o instrumento para nos persuadir a aumentar o nível e a intensidade de nossas atividades de consumo. Os canais de compra pela TV, os web-sites que oferecem comércio eletrônico não são escravos da tabela de horários ou dos ritmos naturais. Eles são ilimitados, eternos.

É justamente nesse cenário que a nostalgia se apresenta como uma estratégia recorrente das indústrias culturais, capaz de gerar identificação e engajamento a partir do resgate emocional de vivências passadas. Como observa Appadurai (1996, *apud* Silverstone, 2002, p. 152) “o fato é que o consumo é, agora, a prática social pela qual as pessoas entram no trabalho da fantasia. É a prática diária pela qual a nostalgia e a fantasia se unem num mundo de objetos mercadorizados”.

Programas televisivos como *Friends*, por exemplo, deixam de existir apenas enquanto narrativas seriadas para se tornarem plataformas de consumo afetivo, um movimento potencializado por especiais como *Friends: The Reunion*, que convocam o público a revisitar seu passado sob a forma de espetáculo. A cultura midiática, portanto, não apenas reflete os valores do capitalismo, mas atua como um dos seus principais instrumentos de difusão, moldando desejos, memórias e modos de vida.

Ou seja, no contexto da cultura de massa contemporânea, as produções midiáticas não apenas comunicam valores culturais, mas também são estruturadas para atender às dinâmicas de mercado. Como afirma Silverstone (2002):

[...] o consumo é a única atividade essencial pela qual nos envolvemos, diariamente com a cultura de nossos tempos. O consumo é uma atividade que absolutamente não é confinada pela decisão ou pelo ato de compra; tampouco é singular. Consumimos sem cessar e por nossa capacidade de fazê-lo contribuimos para, reproduzimos e afetamos consideravelmente a textura da experiência. Nisso recebemos auxílio da mídia. Com efeito, consumo e mediação são, em inúmeros aspectos, fundamentalmente interdependentes (Silverstone, 2002, p. 150).

Essa relação entre mídia e consumo é exemplar em produtos como *Friends: The Reunion*, lançado em 2021 pela HBO Max, que evidencia como o capitalismo cultural transforma narrativas nostálgicas em mercadorias altamente lucrativas.

Nesse contexto, vale ressaltar o papel da HBO na consolidação desse tipo de produção. A HBO (Home Box Office) é uma rede de televisão norte-americana criada em 1972, pertencente atualmente à Warner Bros. Discovery. Inicialmente focada em transmissões por assinatura de filmes e eventos esportivos, a HBO consolidou-se como uma das principais produtoras de conteúdo audiovisual, reconhecida internacionalmente por suas séries originais, como *The Sopranos*, *Game of Thrones* e *Euphoria*. Com o avanço das plataformas digitais, a marca expandiu sua atuação com o serviço de *streaming* HBO Max, lançado em 2020 nos Estados Unidos e em 2021 na América Latina, como parte da estratégia da empresa para competir no mercado global de entretenimento *on demand*, que tornou-se parte estrutural do capitalismo contemporâneo.

Plataformas como Netflix, Amazon Prime Video, Disney+ e a própria HBO Max representam uma nova etapa da indústria cultural, marcada pela convergência tecnológica e pela personalização do consumo. O *streaming* redefine as formas de produção, distribuição e recepção dos conteúdos midiáticos, consolidando-se como uma das principais formas de consumo cultural da atualidade. O lançamento do especial *Friends: The Reunion* exemplifica essa lógica de reposicionamento da plataforma, que investiu na nostalgia como uma ferramenta para atrair assinantes e manter sua relevância no competitivo ambiente do capitalismo cultural.

A partir desse ponto, é pertinente contextualizar a série original *Friends*, como produto da indústria cultural massiva que antecede e sustenta o reencontro especial. *Friends* foi criada por Marta Kauffman e David Crane, em parceria com o produtor executivo Kevin Bright, e produzida pela Warner Bros. Television, tendo sido originalmente exibida pela NBC¹³ entre 1994 e 2004. Durante suas primeiras temporadas, os seis atores principais recebiam salários modestos, cerca de

¹³ Rede de televisão americana que exibiu *Friends* entre 1994 e 2004.

US\$ 22.500 por episódio na primeira temporada, mas após um acordo coletivo entre o elenco, esse valor aumentou gradualmente alcançando US\$ 1 milhão por episódio nas temporadas 9 e 10 (Forbes, 2021).

O aumento progressivo dos salários dos atores ao longo das temporadas refletia diretamente o sucesso de *Friends*, tanto em audiência quanto em retorno financeiro para a emissora e os produtores. À medida que a série conquistou uma base sólida de fãs e se tornava um fenômeno cultural global, os atores passaram a ter maior poder de negociação, o que resultou em contratos milionários nas últimas temporadas. Esse movimento evidencia como, na lógica da indústria cultural, o valor simbólico e afetivo de uma obra está intrinsecamente vinculado ao seu desempenho mercadológico.

Além dos salários, o elenco passou a receber participações nos lucros de sindicatos (*streaming*, venda de direitos, *royalties*¹⁴) a partir de 2000. Em entrevista ao The Times (2026), Lisa Kudrow, atriz que interpreta Phoebe Buffay, mencionou que o elenco teria garantido rendimentos estimados de cerca de US\$ 20 milhões por ano só com *royalties* de reprises e *streaming*. Esses dados reforçam como *Friends* se consolidou não apenas como fenômeno cultural, mas como uma maquinaria rentável, cujas receitas vêm da emissão original, das reprises globais e da venda de licenças e *merchandising*¹⁵. A adesão global da série transcende seu formato como sitcom para se tornar uma marca lucrativa.

Devido ao enorme sucesso comercial e à relevância cultural que *Friends* alcançou ao longo de suas temporadas, a produção do especial *Friends: The Reunion* surgiu como uma estratégia para capitalizar essa popularidade duradoura. Essa lógica de valorização mercadológica baseada no apelo afetivo e na popularidade acumulada ao longo dos anos se manifesta de forma ainda mais evidente no especial. O documentário reuniu os seis protagonistas originais em um encontro comemorativo, quase duas décadas após o encerramento da série. Embora não se trate de um novo episódio ficcional, o programa mobilizou intensamente a memória afetiva do público, transformando-se em um evento midiático de grande repercussão. Cada um dos atores recebeu cerca de 2,5 milhões

¹⁴ Remuneração adicional recebida por atores, escritores ou produtores com base na reapresentação, venda de direitos ou streaming de uma obra, proporcional ao sucesso comercial (Priberam, 2026).

¹⁵ Conjunto de ações de marketing que visam promover e comercializar produtos relacionados a uma obra, marca ou personagem, como brinquedos, roupas, acessórios e outros itens, transformando elementos culturais em mercadorias lucrativas (Priberam, 2026).

de dólares pela participação (Variety, 2020), evidenciando não apenas o valor simbólico que a série ainda carrega, mas também o potencial de rentabilidade associado à nostalgia.

O especial teve um impacto significativo na HBO Max, tanto em termos de audiência quanto de crescimento de assinantes. O programa foi assistido por aproximadamente 29% das residências de streaming nos Estados Unidos no dia de seu lançamento, com uma audiência predominantemente feminina (55,4%) e na faixa etária de 35 a 54 anos (50%); além disso, o especial superou os lançamentos cinematográficos da HBO Max em 2021 em termos de novos assinantes, destacando-se como o maior impulsionador de inscrições no serviço de *streaming* naquele ano (Variety, 2021). Esses dados evidenciam como a nostalgia associada à série foi utilizada como uma ferramenta estratégica para atrair e engajar assinantes, consolidando o especial como um marco no modelo de negócios da HBO Max.

Dessa forma, é possível compreender que a cultura midiática contemporânea opera de maneira profundamente articulada com as dinâmicas do capitalismo, em especial por meio da mercantilização das emoções e da memória coletiva. A mobilização da nostalgia, como exemplificado pelo especial *Friends: The Reunion*, revela-se como uma estratégia eficiente, não apenas para a renovação do interesse por conteúdos já consagrados, mas também como mecanismo de fidelização e expansão do consumo nas plataformas digitais.

Ao transformar experiências afetivas em ativos econômicos, a indústria cultural reafirma seu papel central na economia simbólica, operando como um campo onde desejos, lembranças e identidades são continuamente reconfigurados para atender às lógicas de mercado. Assim, a convergência entre cultura, consumo e capitalismo evidencia que, mais do que entreter, os produtos midiáticos moldam subjetividades e sustentam estruturas econômicas globais.

3 A CONSTRUÇÃO DA NOSTALGIA: DA ORIGEM HISTÓRICA À CULTURA MIDIÁTICA

A nostalgia ocupa hoje um lugar central na compreensão das dinâmicas culturais, midiáticas e de consumo contemporâneas. Longe de se restringir a um sentimento individual ou a uma simples evocação do passado, ela se configura como uma categoria histórica, simbólica e socialmente construída, capaz de articular memória, afetos, identidades e práticas culturais. Para compreender como a nostalgia se transforma em recurso recorrente na cultura midiática atual, torna-se necessário recuperar sua trajetória conceitual, observar suas ressignificações ao longo do tempo e analisar os modos pelos quais ela passa a operar como estratégia estética, narrativa e mercadológica.

Este capítulo tem como objetivo mapear a construção histórica da nostalgia, desde sua formulação inicial como categoria médica até sua consolidação como experiência subjetiva e fenômeno cultural amplamente disseminado. Em um primeiro momento, examina-se a origem do termo e seu deslocamento progressivo do campo da medicina para o âmbito psicológico e sociocultural, evidenciando como a nostalgia passa a expressar tensões relacionadas ao tempo, à memória e à identidade na modernidade. Em seguida, a partir das contribuições de Svetlana Boym, o capítulo apresenta a distinção entre nostalgia restauradora e nostalgia reflexiva, fundamental para compreender as diferentes formas pelas quais o passado é mobilizado no presente.

Na sequência, a nostalgia é abordada enquanto recurso cultural e de consumo, observando sua materialização em áreas como moda, música, design e produtos midiáticos. Busca-se demonstrar como o passado se transforma em repertório simbólico continuamente reativado, capaz de gerar familiaridade, reconhecimento e engajamento afetivo em um contexto marcado pela aceleração do tempo e pela instabilidade das experiências contemporâneas. Por fim, o capítulo discute a centralidade da nostalgia no consumo televisivo, especialmente a partir das transformações estruturais da televisão e da ascensão das plataformas de *streaming*, evidenciando como a memória cultural se converte em ativo estratégico na produção e circulação audiovisual.

Ao articular essas dimensões históricas, conceituais e culturais, o capítulo estabelece as bases teóricas necessárias para compreender a nostalgia como

linguagem e estratégia na cultura midiática contemporânea, preparando o terreno para a análise de *Friends: The Reunion*.

3.1 A origem da nostalgia

A compreensão contemporânea da nostalgia passa por um longo processo de redefinições que começa muito antes de sua associação atual com memórias e práticas culturais. A formulação moderna do termo surge em 1688, quando Johannes Hofer, então estudante de medicina, emprega “nostalgia” para nomear um quadro clínico observado entre soldados europeus deslocados para missões militares em territórios distantes (HENRIQUES, SUAREZ 2021).

A combinação etimológica entre *nóstos* (voltar) e *álgos* (sofrimento) pretendia descrever um estado físico e emocional identificado nos militares que, longe de seus lares, apresentavam abatimento, desânimo e sintomas que iam da apatia ao adoecimento severo. As explicações médicas da época interpretavam o quadro como uma espécie de descompasso entre corpo e território: acreditava-se que a distância do local de origem desorganizava o equilíbrio do indivíduo, provocando sofrimento profundo e, em casos extremos, incapacidade para o combate. A autora Svetlana Boym afirma:

Não nos ocorreria pedir uma receita médica para nostalgia. Ainda no século XVII, a nostalgia era considerada uma doença curável, semelhante a uma severa gripe comum. Médicos suíços acreditavam que ópio, sanguessugas e uma viagem aos Alpes suíços curariam os sintomas nostálgicos (Boym, 2017, p. 153).

Diversos relatos médicos dos séculos XVII e XVIII descrevem tentativas de tratamento que revelam a forma como a nostalgia era concebida: um mal que surgia da ruptura com hábitos, paisagens e vínculos comunitários associados ao “lar”. Alimentos familiares, músicas tradicionais e práticas do cotidiano eram usados como estratégias terapêuticas para tentar restabelecer um senso de pertencimento. Ao mesmo tempo, autoridades militares frequentemente reprimiam esses elementos, acreditando que qualquer evocação do lugar de origem agravaria o quadro emocional dos soldados.

A preocupação com o caráter “contagioso” do mal levou inclusive à adoção de medidas severas por parte de alguns governos e exércitos, que temiam que a nostalgia comprometesse batalhões inteiros. Esse temor contribuiu para seu enquadramento como uma condição vergonhosa, associada à fraqueza e à

incapacidade de adaptação. Com o tempo, o diagnóstico também passou a ser aplicado a outros grupos afastados de suas origens (viajantes, marinheiros, imigrantes e estudantes vivendo no exterior) o que ampliou o entendimento de que a nostalgia não se limitava à experiência militar, mas se relacionava a formas mais amplas de desenraizamento (CIRNE, 2025).

A partir do final do século XIX, com o desenvolvimento de novas classificações psiquiátricas e a compreensão mais refinada de sofrimentos relacionados ao trauma, ao luto e à desorientação, a nostalgia é deslocada para um campo menos clínico e mais psicológico. Em vez de ser vista como um distúrbio fisiológico causado pela distância física, ela passa a ser associada ao modo como indivíduos enfrentam perdas simbólicas, mudanças sociais rápidas e a irreversibilidade da passagem do tempo (CIRNE, 2025). Segundo Boym, essa inflexão aproxima a nostalgia do campo da melancolia, mas a diferencia ao destacar que o sentimento não deriva apenas de tristeza profunda, e sim de uma tensão entre o conforto da lembrança e a dor provocada pela consciência de que aquilo que se recorda não pode ser plenamente recuperado.

[...] nostalgia parece ser a saudade de um lugar, mas é na realidade um anseio por um tempo diferente – o tempo de nossa infância, dos ritmos mais lentos de nossos sonhos. Em um sentido ainda mais amplo, a nostalgia é uma revolta contra a ideia moderna de tempo, o tempo da história e do progresso. Os desejos nostálgicos de transformar a história em uma mitologia individual ou coletiva, de revistar os tempos como espaço, recusando render-se à irreversibilidade do tempo que atormenta a condição humana. Assim, o passado da nostalgia, parafraseando William Faulkner, não é sequer passado. Pode ser apenas um tempo melhor, ou um tempo mais lento – tempo fora do tempo, não sobrecarregado por agendas repletas de compromissos (Boym, 2017, p.154).

Boym (2017) mostra que, nesse novo enquadramento, a nostalgia ganha uma dimensão claramente subjetiva. Não se trata mais do desejo de reconquistar um território distante, mas da necessidade de lidar com transformações que redefinem identidades e rompem continuidades. O sentimento de inadequação ao presente revela uma dificuldade de conciliar lembranças idealizadas com uma realidade que nem sempre sustenta essas projeções. Nesse sentido, a nostalgia deixa de ter relação direta com o deslocamento geográfico e passa a representar um tipo de deslocamento temporal ou afetivo: o passado torna-se um espaço mental que oferece conforto, mas que também evidencia aquilo que se perdeu.

A partir desse período, o termo passa a circular amplamente tanto na literatura quanto na linguagem cotidiana, assumindo novos sentidos. A nostalgia

deixa de ser compreendida como uma condição excepcional e se transforma em uma emoção comum, presente no dia a dia. Ela emerge justamente da tensão entre memória e mudança, manifestando-se diante de processos de amadurecimento, envelhecimento ou de transformações sociais mais amplas. Esse deslocamento (do uso restrito para uma experiência afetiva difundida) prepara o terreno para que a nostalgia seja, posteriormente, reconfigurada cultural e simbolicamente. Como salienta Cirne (2025, p. 7):

Na segunda metade do século 20, a palavra apresentou um renascimento a partir de uma abordagem mais sociológica, pontuando sua dimensão simbólica. Nostalgia deixa de simbolizar a tristeza pela separação física ou temporal e se torna uma outra forma de se relacionar com a memória, referindo-se a um sentimento de saudade idealizado, geralmente associado a recordações de um tempo em que se era feliz.

É justamente sobre essa transição (quando a nostalgia deixa de ser entendida como reação ao deslocamento geográfico e passa a constituir um sentimento amplamente compartilhado, ligado às tensões entre memória, tempo e identidade) que o fenômeno adquire uma dimensão claramente cultural (Henriques, Suarez, 2021). A nostalgia torna-se uma forma de nomear experiências de perda, aceleração e descontinuidade que caracterizam a modernidade, funcionando como uma tentativa de reconciliar lembranças idealizadas com um presente em constante transformação (Boym, 2017). Essa leitura ajuda a compreender como a nostalgia ingressa definitivamente no campo das humanidades e das ciências sociais.

Essa trajetória revela que a nostalgia nunca foi um conceito estático: ela começa ancorada no corpo, se desloca para o campo psicológico e termina inserida na cultura como um sentimento que expressa tanto a dor da perda quanto a tentativa de atribuir sentido ao mundo em mudança. É nesse ponto, já no século XX, que a nostalgia começa a se tornar também um recurso estético, narrativo e econômico, processo que será aprofundado nas próximas seções desta pesquisa.

3.2 Nostalgia restauradora e nostalgia reflexiva

Antes de abordar as distinções internas ao conceito, é importante situar a nostalgia a que nos referenciamos nesta pesquisa como um fenômeno característico da contemporaneidade. Conforme argumenta Boym (2017), a nostalgia não deve ser compreendida apenas como uma experiência individual ou patológica, mas como um

“sintoma de nossa época”, configurando-se como uma emoção histórica. Nesse sentido, sua recorrência em diferentes esferas da vida social, da política à cultura, e de forma particularmente visível na cultura pop e na indústria do entretenimento, revela modos específicos de relação com o passado em contextos marcados por transformações aceleradas e incerteza temporal.

A consolidação da nostalgia como experiência subjetiva e como categoria analítica, especialmente a partir do século XX, abriu caminho para interpretações mais complexas sobre o modo como indivíduos e sociedades se relacionam com o passado. Entre essas contribuições, uma das abordagens mais influentes é a de Boym (2017), que propõe distinguir entre dois modos fundamentais de nostalgia: a restauradora e a reflexiva. Essa distinção não se baseia apenas na intensidade do sentimento, mas na forma como o passado é mobilizado, interpretado e projetado no presente.

Segundo Boym, a nostalgia restauradora está ancorada na busca por “reconstruir” um passado idealizado, tratando-o como um modelo de referência que pode (ou deveria) ser recuperado. Para a autora, trata-se de uma forma de nostalgia vinculada ao campo da política, uma vez que mobiliza o passado como fundamento para a reafirmação de valores sociais e institucionais no presente. Esse tipo de nostalgia tende a assumir o passado como uma totalidade estável, frequentemente mítica, e se manifesta por meio de discursos que prometem o retorno a uma ordem perdida, a uma identidade original ou a valores supostamente autênticos.

Como observa Boym (2017, p. 159), a “retórica da nostalgia restauradora não trata do ‘passado’, mas antes de valores universais como família, natureza, pátria, verdade”, evidenciando seu vínculo com projetos que buscam preservar ou restaurar determinadas hierarquias simbólicas. A nostalgia restauradora, assim, não reconhece as fraturas, mediações e transformações históricas, pelo contrário, opera segundo a lógica da reparação, oferecendo respostas simplificadas às incertezas do presente. Por essa razão, é frequentemente associada a nacionalismos, discursos conservadores e estratégias de manutenção da hegemonia cultural, apoiadas em tradições fixas e memórias coletivas apresentadas como homogêneas.

Um exemplo claro e atual da nostalgia restauradora são campanhas como o *Make America Great Again*, mobilizada tanto por Ronald Reagan nos anos 1980 quanto retomada por Donald Trump nos anos 2010, que opera exatamente pela promessa de retorno a uma ordem anterior idealizada, frequentemente associada a

prosperidade, estabilidade e unidade nacional¹⁶ (Gonçalves, 2024). Esse recurso retórico constrói a ideia de que houve um passado coeso e virtuoso que teria sido corrompido pelas transformações sociais recentes. Fenômeno semelhante se manifesta no Brasil com o bolsonarismo, que recorre a narrativas de resgate de “valores tradicionais” e de uma autoridade estatal supostamente perdida. Em todos esses casos, a nostalgia opera como recurso discursivo que propõe a recuperação de modelos sociais do passado, frequentemente tratados como períodos de maior estabilidade ou coesão. Trata-se de uma interpretação que simplifica e organiza a experiência histórica, mesmo quando esse passado é resultado de seleções e idealizações. Boym justifica:

Ela pode também ser manipulada politicamente através de novas recriações de práticas comemorativas nacionais com o fim de restabelecer a coesão social, um sentimento de segurança e uma relação de obediência com a autoridade (Boym, 2017, p. 160).

No campo audiovisual, podemos perceber indícios de movimentos restauradores, sobretudo em produções que buscam reconstruir mundos passados como se fossem recuperáveis em sua totalidade. *Reboots*, *remakes* e franquias que apelam a uma estética de “fidelidade” exemplar, como *Stranger Things* (2016), operam por meio da restauração de universos narrativos, mas com estratégias distintas para produzir esse efeito.

Stranger Things projeta sua narrativa para uma década de 1980 idealizada, reconstruída por meio de códigos estéticos, sonoros e narrativos associados ao período. Nesse caso, a memória não é reativada de forma literal ou total, mas reorganizada de modo a reforçar a familiaridade, a estabilidade e a identificação do público com universos já consolidados. Assim, o produto cultural assume a lógica da nostalgia restauradora ao oferecer uma espécie de “passado recuperado”.

Já a nostalgia reflexiva parte de uma postura distinta, ela reconhece a impossibilidade de recuperar o passado tal como ele é lembrado. Em vez de buscar a restauração, a nostalgia reflexiva prefere habitar a ambivalência entre perda e desejo, reconhecendo que toda memória é marcada por lacunas, seleções e

¹⁶ Ronald Reagan e Donald Trump são ambos presidentes vinculados ao Partido Republicano. Durante o governo Reagan, no contexto final da Guerra Fria, o anticomunismo e o discurso de restauração da grandeza nacional ocuparam papel central, especialmente em oposição à União Soviética, em um período marcado simbolicamente pela queda do Muro de Berlim. Essa retórica de retorno a um passado idealizado reaparece, em outro contexto histórico, no trumpismo, evidenciando continuidades no uso político da nostalgia dentro do partido. Disponível em: <https://www.britannica.com/biography/Ronald-Reagan/Relations-with-the-Soviet-Union>. Acesso em: 13 jan. 2026.

reelaborações. Esse tipo de nostalgia enfatiza a experiência individual, a subjetividade e o caráter fragmentado das lembranças, compreendendo o passado como um espaço de imaginação e reflexão. Não há a pretensão de reconstruir o que se perdeu, mas de compreender como as lembranças moldam identidades e afetos. Segundo Boym (2017), a nostalgia reflexiva é crítica, consciente de seus próprios limites; ela valoriza o estranhamento e a incerteza, recusando soluções simplificadoras:

A nostalgia reflexiva se preocupa com o tempo histórico e individual, com a irrevogabilidade do passado e da finitude humana. Re-flexão significa nova flexibilidade, não o restabelecimento da harmonia. O foco aqui não repousa sobre a recuperação daquilo que se percebe como a verdade absoluta, mas com a consideração sobre a história e a passagem do tempo (Boym, 2017, p.160)

Enquanto a nostalgia restauradora pode ser entendida como voltada para a ação e para a correção (uma tentativa de recuperar uma suposta ordem original), a nostalgia reflexiva é voltada para a contemplação, para o reconhecimento da distância entre o presente e o passado. Em termos de temporalidade, a primeira se ancora na crença de uma continuidade interrompida; a segunda, na consciência de que toda continuidade é, em alguma medida, construída.

Essa tipologia é fundamental para compreender a mobilização contemporânea da nostalgia na cultura. Em uma sociedade marcada pela aceleração, pela instabilidade e pela fragmentação das experiências, a nostalgia se apresenta como resposta a tensões identitárias e afetivas. Porém, essa resposta pode assumir caminhos muito distintos, ora reforçando mitologias coletivas, ora abrindo espaço para a reflexão crítica sobre o próprio processo de lembrar. Assim, a distinção de Boym não apenas ilumina o modo como a nostalgia opera subjetivamente, mas também oferece ferramentas para analisar seu uso simbólico, estético e midiático.

A partir dessa interpretação, torna-se possível compreender como a nostalgia, ao ser apropriada pela cultura e pela indústria do entretenimento, se converte em linguagem, estratégia e produto, seja pela reconstrução de universos imaginários que prometem uma experiência autêntica do passado (afinada com a nostalgia restauradora), seja pela evocação afetiva e fragmentada de memórias que convidam o público à reflexão (relacionada à nostalgia reflexiva).

3.3 A nostalgia como recurso cultural e de consumo

A consolidação da nostalgia como experiência subjetiva e como modo de percepção do tempo permitiu que ela ultrapassasse o domínio individual e se tornasse um verdadeiro recurso cultural. Na segunda metade do século XX, especialmente a partir dos anos 1980, observa-se que a nostalgia deixa de ser apenas um sentimento relativo ao passado e passa a operar como forma de organizar estéticas, discursos, objetos e experiências. Nesse sentido, a nostalgia transforma-se em código cultural, um repertório reconhecível de signos, referências e sensibilidades que articulam memória, afeto e estilo, influenciando diretamente os modos de produção e consumo na sociedade contemporânea. Boym (2017, p. 155-156) justifica:

O sedutor objeto da nostalgia é notoriamente elusivo. O sentimento ambivalente permeia a cultura popular na qual os avanços tecnológicos e efeitos especiais são frequentemente usados para recriar visões do passado, do naufrágio do Titanic aos gladiadores morrendo na arena, passando pelos dinossauros extintos. Enquanto muitos pensadores do século XIX acreditavam que o progresso e o esclarecimento curariam a nostalgia, eles ao contrário, a exacerbaram. A tecnologia, que prometera superar o deslocamento e a distância modernos e fornecer a miraculosa prótese para as agruras nostálgicas, tornou-se mais rápida que o desejo nostálgico. Mais exatamente, tecnologia e nostalgia tornaram-se codependentes: a nova tecnologia e a propaganda estimularam a nostalgia artificial – pelas coisas que nunca pensávamos perdidas – e a nostalgia antecipatória – pelo presente que foge na velocidade de um click. De forma semelhante, a globalização encoraja fortes laços locais. Em contrapartida à nossa fascinação com o ciberespaço e pela aldeia global virtual, há uma epidemia global de nostalgia, e um anseio efetivo por uma comunidade com uma memória coletiva, um desejo de continuidade em um mundo fragmentado. A nostalgia reaparece inevitavelmente como um mecanismo de defesa em um tempo de mudanças históricas drásticas e ritmos acelerados de vida.

A nostalgia, ao ganhar materialidade no campo cultural, passa a orientar escolhas estéticas e narrativas em áreas diversas como moda, música, design e produtos no geral. O resgate de formas, cores e sonoridades de décadas anteriores, como o revival dos anos 1980 e 1990, o retorno do vinil, o uso de filtros “retrô” em fotografias digitais ou a revalorização de estilos como o grunge e o Y2K¹⁷, exemplifica como o passado se converte em recurso simbólico para criar sensação de familiaridade e autenticidade.

Na moda, a nostalgia se manifesta de maneira particularmente visível porque o vestuário funciona como marcador identitário e como forma de experimentar

¹⁷ Y2K é uma abreviação de “Year 2000” e refere-se a um estilo estético associado ao início dos anos 2000, marcado pelo uso de cores vibrantes, tecidos com brilho, modelagens como calças de cintura baixa e minissaias, além de referências à cultura pop e à tecnologia daquele período (PEREIRA, 2017, p. 19).

temporalidades (Faria, 2025). Revivals estilísticos, como o retorno do Y2K, das silhuetas dos anos 1990 ou da fluidez dos anos 1970, não operam apenas como repetição de tendências passadas, mas como reformulações simbólicas que atualizam referências antigas para estética atual.

A moda ressignifica materiais, cortes e estéticas para criar a sensação de familiaridade, autenticidade ou pertencimento, ativando memórias coletivas mesmo quando o público não viveu diretamente aquele período. Apoiada nas ideias de Júlia Hernandez (2011), a autora Bárbara Carvalho Faria (2025, p. 4) argumenta:

A nostalgia tem uma enorme influência no comportamento do consumidor, uma vez que esta tem o poder de moldar decisões de compra, muitas vezes de forma subtil, mas eficaz. Segundo Júlia Hernandez (2011) vivemos num mundo que está em constante inovação com uma quantidade excessiva de informação. Isto cria nas pessoas um sentimento de saudade pelos tempos em que tudo parecia ser mais confiável e autêntico. A Geração Y, por ter crescido exposta a uma grande quantidade de imagens e referências do passado, acaba por desenvolver uma sensação de familiaridade relativas a épocas que não experienciaram diretamente. Além disso, como destaca Júlia Hernandez, tanto as gerações mais novas como as mais velhas partilham da mesma opinião “de que no passado as coisas eram mais confiáveis” Júlia Hernandez (2011), não apenas por considerarem estes estilos “cool”, mas também por quererem conectar-se com as sensações que remetem a essas épocas, idolatradas como sendo mais genuínas.

Além disso, marcas e grifes usam a nostalgia para construir narrativas visuais que reforçam herança, tradição ou continuidade, seja reeditando peças icônicas, seja retomando campanhas históricas. Essa estratégia pode ser observada de forma concreta em ações recentes da indústria da moda, como aponta Faria (2025, p. 2):

Um exemplo claro desse fenômeno, feito pela marca Gap, é o retorno de sweatshirts com o seu logótipo que se tornaram numa referência nos anos 90. De acordo com o artigo publicado no The Guardian (2025), a marca lançou novamente as suas sweatshirts com logótipo, que tinham sido um sucesso na época, resultando num aumento significativo nas vendas. O que torna esta estratégia interessante é o facto de, não só, utilizarem o logótipo como identificação da marca, mas também como um estímulo emocional para os consumidores, que associam esses artigos a memórias do passado.

Nesse sentido, o passado se torna um repertório inesgotável de códigos culturais mobilizados tanto como estilo quanto como estratégia, transformando a nostalgia em motor de inovação e consumo dentro da indústria da moda.

Além do resgate histórico mais amplo, a nostalgia também se manifesta nas tendências recentes que circulam no vestuário cotidiano (Faria, 2025). Nos últimos anos, por exemplo, observou-se a volta dos *mom jeans*, caracterizados pela modelagem reta e cintura alta, associados aos anos 1990, e, posteriormente, o ressurgimento da cintura baixa, tendência que remete diretamente aos anos 2000.

Da mesma forma, o estilo boho, inspirado na estética hippie e em elementos do folk dos anos 1970, voltou a ganhar força recentemente, especialmente em coleções que combinam fluidez, artesanidade e referências vintage¹⁸. Esses movimentos indicam como a moda opera como um arquivo em constante reativação, peças e silhuetas retornam não como simples repetição, mas como reinvenção afetiva, dando ao consumidor a sensação de revisitar um passado reconhecível ao mesmo tempo em que se conecta ao presente (Faria, 2025). Nesse sentido, as tendências que reaparecem funcionam como exemplos concretos de como a nostalgia estrutura escolhas estéticas, reforçando seu papel como recurso cultural.

No campo musical, a nostalgia também se tornou um vetor central de produção e circulação cultural. A retomada de sonoridades, estéticas e formatos associados a décadas anteriores evidencia como o passado funciona como repertório criativo e afetivo (Silva, 2021). Nas últimas décadas, assistiu-se ao retorno de gêneros como o *synth-pop*¹⁹ dos anos 1980, cujos timbres eletrônicos foram reapropriados por artistas contemporâneos, como Dua Lipa em *Future of Nostalgia*, ou como a *soundtrack* de *Stranger Things*, que pode ser considerado um dos principais impulsionadores de um retorno massivo ao *synth-wave*²⁰.

Pode-se observar também o revival do pop dos anos 2000, evidente tanto na estrutura das músicas quanto na estética visual de videocliques e performances, como por exemplo no álbum *GUTS* (2023) da cantora e compositora americana Olivia Rodrigo, que traz elementos do pop-rock dos anos 2000 que dialogam com a cantora Avril Lavigne e a banda Paramore, ícones da época. Em sua pesquisa, a autora Andressa Gonçalves da Silva (2021) fala sobre isso:

Nós estamos passando por um momento em que a nostalgia e o seu consumo saíram de um nicho de mercado para um grande fenômeno da moda, da música e de estilo de vida no geral. As referências se misturam, ganham novos nomes, são incorporadas aos conteúdos que consumimos e se tornam em um produto de nosso tempo. Novamente, a nostalgia na mídia não é algo particular desta época, mas mais do nunca essa palavra se faz presente em nosso vocabulário. Desde o começo da década, é possível perceber uma cultura de resgate do passado dentro das redes sociais,

¹⁸

Disponível

em:

<https://www.zzmall.com.br/magazzine/style/o-boho-esta-de-volta?srsId=AfmBOoqYPmIXVU6cPZa5W7GdFkSZx7SzCQVn6ukT1nHuMhJZqXAUyfig>. Acesso em: 16 jan. 2026.

¹⁹ *Synth-pop* (abreviação de *synthesizer pop*) é um gênero musical surgido no final dos anos 1970, marcado pelo uso predominante de sintetizadores e por sonoridades eletrônicas (Collins Dictionary, 2026).

²⁰ *Synthwave* é um microgênero da música eletrônica inspirado nas trilhas sonoras e na estética de filmes, jogos e produções audiovisuais da década de 1980, caracterizando-se pelo uso de sonoridades eletrônicas e pela evocação nostálgica da cultura desse período (Collins Dictionary, 2026).

impulsionada principalmente por artistas da música pop – de Lana Del Rey e seu *american dream* sessentista à Dua Lipa e seu manifesto sobre o que é a nostalgia do futuro (Silva, 2021, p. 57).

Além disso, muitos artistas têm revisitado estilos de décadas específicas como forma de construir identidade, seja por meio de releituras, ou por meio de colaborações intergeracionais que cruzam passado e presente, como por exemplo, a colaboração de Elton John e Dua Lipa para o remix da música *Cold Heart*. Plataformas de *streaming*, como o Spotify, também desempenham papel decisivo nesse processo, ao facilitar o acesso a catálogos extensos e estimular playlists temáticas que reforçam esses resgates. Assim, a música contemporânea opera constantemente entre homenagem, atualização e reaproveitamento, fazendo do passado não apenas um referencial estético, mas uma experiência afetiva que estrutura tanto a criação quanto o consumo.

Um dos casos mais emblemáticos dessa apropriação nostálgica é o álbum *After Hours* (2020), de The Weeknd, que recupera de forma explícita a estética sonora e visual dos anos 1980. A melodia guiada por sintetizadores, a bateria eletrônica marcada e a identidade visual inspirada em neon e filmagem analógica recriam um universo estético que dialoga diretamente com o *synth-pop* daquela década, ao mesmo tempo em que o artista o reinscreve em uma narrativa contemporânea de melancolia e solidão.

A cantora americana Lana Del Rey constitui outro exemplo, sua obra é construída sobre uma estética decididamente nostálgica, marcada por referências à cultura americana dos anos 1950 e 1960, tanto no imaginário visual (com carros clássicos, vestidos vintage e colorações que simulam filtro antigo) quanto na sonoridade, que evoca baladas retrô, harmonias orquestrais e um romantismo melancólico deliberadamente anacrônico. Em ambos os casos, o passado não é apenas recuperado como estilo, mas transformado em linguagem emocional, operando como um recurso que memórias culturais e experiências contemporâneas de temporalidade.

Da mesma forma, a música brasileira oferece um terreno fértil para observar como a nostalgia opera como recurso estético e estratégia de reapropriação cultural. Nos últimos anos, elementos associados ao funk dos anos 2000 têm sido retomados e reatualizados por artistas contemporâneos, seja por meio da recuperação de sonoridades e referências estéticas, seja pela evocação simbólica dos bailes e de

suas memórias coletivas. Dennis DJ, por exemplo, relança versões atualizadas de sucessos daquele período, articulando referências do passado com uma produção alinhada à lógica pop atual. Já FBC e VHOOR, no álbum *Baile*, mobilizam essa memória de forma mais narrativa e contextual, ao construir uma estética que remete aos bailes de Belo Horizonte e às experiências periféricas associadas a eles. Em ambos os casos, a nostalgia não se reduz à repetição, mas funciona como tradução do passado recente em linguagem contemporânea.

Partindo para o campo do design, a nostalgia se materializa na recuperação deliberada de formas, texturas e funcionalidades associadas a tecnologias e objetos de outras épocas. Esse movimento não se limita à simples reprodução estética, ele traduz uma busca por familiaridade em um cenário de rápidas transformações tecnológicas. Assim, dispositivos contemporâneos incorporam elementos visuais que remetem a décadas passadas, como linhas arredondadas, botões analógicos ou paletas cromáticas retrô, criando uma sensação de continuidade emocional entre o passado e o presente. A nostalgia atua, portanto, como estratégia simbólica capaz de conferir autenticidade e afetividade a produtos inseridos em um mercado saturado, no qual o diferencial não está apenas na inovação, mas também na capacidade de evocar memórias culturais compartilhadas. Essa lógica é aprofundada pelos autores Airtton Santos e Fernanda Cardoso (2020), ao analisar o uso da nostalgia no campo do design:

Tratamos aqui de como os conceitos de “nostalgia”, “retrô” e “vintage”, e suas aplicações nos projetos de design com aparência deslocada das características visuais contemporâneas, influenciam o comportamento de consumo, refletem padrões de gosto, corporificam valores e podem remeter às lembranças afetivas dos consumidores.

O que leva os consumidores a optarem por um produto que aparenta ser “antigo” e “ultrapassado” se existem inúmeros concorrentes com um discurso visual mais moderno e atual? O fabricante deste produto possivelmente optaria por uma atualização no design, que ajudaria nos esforços para uma melhor venda do produto.

É possível encontrar no sentimento de “nostalgia” uma explicação para a aceitação, desejo e consumo dos produtos pesquisados. As embalagens selecionadas como objeto de estudo têm em comum o fato de parecerem “antigas” e consideramos que esta visualidade é empregada ou mantida pois faz referência ao valor simbólico de “nostalgia”. Não se trata de embalagens antigas, mas que pretendem parecer antigas. É possível perceber que o Design (em conjunto com o Marketing e a Publicidade) com certa frequência vem utilizando em suas produções, soluções que buscam no passado, um meio de criar conexões entre produtos e consumidores (Santos, Cardoso, 2020, p. 7).

Essa lógica se evidencia na popularidade de objetos reeditados ou reinterpretados pelas indústrias de tecnologia e decoração. Um exemplo marcante é

a volta de aparelhos como toca-discos, que, apesar de coexistirem com plataformas digitais, se consolidaram como itens de desejo justamente por recuperar o ritual material de ouvir música em vinil. Da mesma forma, os videogames retrô ganharam novas versões, como o *NES Classic Edition* lançado pela Nintendo, que replica visual e jogos dos consoles antigos.

No design doméstico, a tendência *mid-century modern*²¹ ressurge em móveis inspirados nos anos 1950 e 1960. Até mesmo objetos cotidianos, como câmeras digitais com aparência de máquinas analógicas (como a Instax Mini da Fujifilm, uma câmera instantânea inspirada nas Polaroids clássicas), rádios com estética vintage e eletrodomésticos com design anos 1970 (como as geladeiras retrô da Brastemp), mostram como a nostalgia se tornou um recurso central nas estratégias de diferenciação e afeto dentro do design contemporâneo. Em seu artigo, Henriques e Suarez (2021) justificam esse fascínio pelo passado na atualidade com base nas ideias de McCracken (1988):

De acordo com McCracken (1988), a ideia de que o mundo contemporâneo é percebido como essencialmente inautêntico faz com que o consumidor desloque seus ideais e expectativas para dimensões idealizadas de tempo e espaço, buscando acessá-las materialmente por meio dos objetos. Em comum, tais conceitos ajudam a fundamentar a noção de que a nostalgia se manifesta na confrontação entre real e imaginário, sendo os objetos portadores de significados idealizados, o que parece ter criado terreno fértil para o nascimento de uma concepção cognitivista (Henrique, Suarez, 2021, p. 528).

Além de objetos tecnológicos e de decoração, o design nostálgico também se manifesta em produtos de consumo cotidiano, que exploram deliberadamente elementos visuais associados ao passado. Um exemplo evidente é a própria Coca-Cola, que recorrentemente retoma rótulos, garrafas e identidades gráficas de décadas anteriores, como as versões inspiradas nos anos 1950 e 1980, para reforçar a ideia de continuidade histórica e familiaridade afetiva. Esse resgate estético não apenas evoca uma “marca de sempre”, mas também associa o produto a lembranças compartilhadas entre gerações. Cirne (2025) salienta essa ideia:

O apelo ao passado é uma estratégia fortemente adotada no âmbito da publicidade. As marcas investem em produtos que remetem a uma estética de outra época ou que homenageiam sua própria história. Expressões como “marketing de nostalgia” e “marketing nostálgico” chegam a ser apresentadas como termos consolidados na área. A proposta publicitária é estimular sensações de bem-estar a respeito do

²¹ *Mid-century Modern* é um movimento de design e arquitetura que se popularizou nas décadas de 1950 e 1960. Disponível em: <https://www.britannica.com/story/what-is-mid-century-modern-design>. Acesso em: 16 jan. 2026.

passado e, assim, conectá-las com o anúncio de marcas (Cirne, 2025, p. 15).

Da mesma forma, o relançamento do batom de morango da Avon, um item icônico dos anos 1980, mobiliza diretamente a memória afetiva de quem viveu a infância ou adolescência usando esse produto²². O retorno do design (com embalagem e aroma próximos da versão original) opera como gatilho emocional e reforça como objetos aparentemente simples podem se tornar pontos de ancoragem afetiva, ativando um passado idealizado que se converte novamente em consumo.

Em todos esses movimentos, o passado não é recuperado como foi, mas reinterpretado como estética, consolidando-se como repertório estilístico que organiza identidades e estilos de vida. A cultura, dessa forma, apropria-se de memórias e temporalidades para produzir novas experiências, transformando a nostalgia em linguagem.

A partir dessa transformação, a nostalgia passa a ser também uma lógica de consumo afetivo. Produtos culturais e mercadorias diversas incorporam referências que despertam lembranças e pertencimentos, isso faz da nostalgia um mecanismo mercadológico eficiente porque mobiliza emoções que ampliam o desejo de compra. Em seu artigo, Ribeiro (2018) confirma essa ideia:

No mercado da nostalgia há, obviamente, uma dimensão econômica essencial. O passado, sobretudo através de seu apelo emocional – vende muito. Mobiliza de tal forma a economia de bens materiais e simbólicos de diversos países que é mesmo difícil de mensurar. Tem características locais e nacionais, mas é também um fenômeno transnacional e mundializado (Ribeiro, 2018, p. 10).

O ato de consumir algo associado ao passado, seja um brinquedo relançado, uma edição comemorativa, um álbum remasterizado ou um serviço que recupera repertórios antigos, deixa de ser apenas aquisição material para se tornar um ritual emocional. Nesse processo, consumidores buscam reencontrar versões anteriores de si mesmos ou acessar sentimentos vinculados à infância, juventude ou momentos marcantes. Cirne (2025, p. 6-7) explica o porquê:

A nostalgia se mostra nutrida por memórias consideradas felizes, que em um primeiro momento trazem conforto ao indivíduo, mas depois provocam um doloroso sentimento de separação. É na direção desse passado que os “nostálgicos” querem retornar. “Os pensamentos e as memórias são lembrados com o desejo de querer que a mesma memória aconteça novamente” (Botelho, 2022, p. 10). É como se estivesse em um estado de

²² O produto foi lançado originalmente pela empresa American Greetings em 1979, como parte da linha licenciada da personagem moranguinho e foi relançado pela Avon em 2024. Disponível em: <https://ndmais.com.br/moda-e-beleza/esse-batom-tem-cheiro-de-infancia-e-super-baratinho-e-esta-de-volta-as-prateleiras/>. Acesso em: 14 jan. 2026.

sonho, buscando voltar ao passado e ficar revivendo continuamente, como num loop, aquelas lembranças preciosas.

Tal conflito psicológico costuma ter origem quando se deixa de ser jovem e é preciso lidar com as responsabilidades do mundo adulto, o que faz surgir uma vontade de conservar os privilégios da situação infantil, considerada um ambiente seguro mantido sob as asas dos pais. Expressa uma dificuldade de viver o presente e, por isso, em muitos casos, a nostalgia nasce de uma infância e juventude que reaparece em imagens douradas.

Outro exemplo dessa lógica é o consumo de *merchandising* por parte de fãs de franquias antigas. Camisetas, pôsteres, bonecos colecionáveis, relançamentos de brinquedos e até edições especiais de DVDs ou vinis funcionam como recursos de memória, não são comprados apenas como objetos, mas como formas de reafirmar vínculos afetivos com obras que marcaram uma geração. Quando um fã adquire, por exemplo, um Funko Pop de um personagem dos anos 1990, um box comemorativo de uma série que assistia na adolescência ou produtos oficiais de bandas que já não estão em atividade, o que está em jogo não é só a posse de uma mercadoria, mas a possibilidade de reviver emoções e identidades associadas a esse passado. O objeto torna-se um meio de reinscrição das lembranças no presente, uma maneira de “materializar” afetos, manter vivo um pertencimento e, muitas vezes, de compartilhar publicamente essa nostalgia.

Esse fenômeno não se limita a gerações que viveram diretamente os períodos resgatados. As novas gerações também consomem estéticas nostálgicas como forma de distinção, identidade ou descoberta cultural. Para muitos jovens, décadas anteriores funcionam como “tempos imaginados”, construções simbólicas que, mesmo sem experiência vivida, oferecem repertórios estilísticos e afetivos. A nostalgia, portanto, opera simultaneamente como memória e imaginação, permitindo experiências individuais e coletivas com o passado. Em sua dissertação, o autor Luiz Alberto Rodrigues Gonçalves (2024) explica o porquê:

A nostalgia, embora seja um fenômeno antigo, de origens indefinidas, ganha novos contornos no contexto da midiaticização da memória, na aceleração do tempo social, na crescente presença de uma cultura do imediatismo que afeta, de modo especial, as populações jovens. A cultura juvenil, como discutiu Canclini, passa a ser pautada pelo imediatismo, pelo excesso de informação, por uma centralidade no presente e por uma percepção fragmentada e descontínua do passado e do futuro. Nesse contexto, o mercado da nostalgia ganha uma embalagem atrativa para o público juvenil, despertando uma relação nostálgica com um tempo não vivido, mas transmitido por essa memória cultural e midiaticizada, em formato de produtos. O tempo pretérito passa a ser percebido não como experiência ou reflexão contextualizada do passado, mas como entretenimento consumível (Gonçalves, 2024, p. 20 e 21).

Dessa forma, tanto para aqueles que revisitam lembranças próprias quanto para as gerações que acessam o passado como narrativa estruturada pelos meios de comunicação, a nostalgia emerge como uma experiência moldada por afetos, mediações e práticas de consumo. Ela articula memórias pessoais, imaginários coletivos e repertórios estilísticos transformados em produtos culturais, permitindo que diferentes públicos encontrem no passado a sensação de conforto e familiaridade. Ao operar simultaneamente como emoção, estética e estratégia mercadológica, a nostalgia revela sua força como recurso cultural capaz de organizar percepções do tempo e modos de pertencimento.

Assim, compreender a centralidade dessa lógica no consumo e na produção contemporânea torna-se fundamental para analisar fenômenos midiáticos que mobilizam deliberadamente memórias culturais, como é o caso de produtos audiovisuais recentes que reatualizam afetos e repertórios do passado.

3.4 A nostalgia no consumo televisivo contemporâneo

O audiovisual desempenha papel central na expansão contemporânea da nostalgia. Desde a televisão estadunidense no século XX, a repetição de programas já funcionava como mecanismo de construção de memória coletiva, permitindo que séries circulassem por décadas. A televisão estadunidense demonstrou uma forte propensão a acionar referências do passado, seja por meio de reprises, maratonas, ambientações históricas ou permanência de formatos clássicos. Essa associação entre televisão e memória se desdobra de forma ainda mais clara quando analisamos a estrutura de funcionamento de canais americanos na época. As autoras Mayka Castellano e Melina Meimeridis (2017) afirmam:

É na dimensão estrutural que podemos enxergar uma relação de longa data entre a nostalgia e o meio televisivo. Em suas primeiras décadas, os canais americanos, embora fossem organizados a partir de uma grade de programação, não possuíam conteúdo suficiente para preencher todos os horários disponíveis, em grande medida porque a exibição se dava ao vivo (HILMES, 2011). Com o passar dos anos e o surgimento de novas tecnologias, especificamente o videotape, ou seja, a possibilidade de gravar o conteúdo e exibi-lo posteriormente, a grade começou a ser ocupada tanto por programas ao vivo quanto pelos previamente filmados. O elevado custo de produção da ficção seriada levou à popularização da reexibição desses programas, como forma de preencher as “lacunas” nas grades dos canais (WEISPFENNING, 2003; KOMPARE, 2006a; 2010) (Castellano, Meimaridis, 2017, p. 67).

Além da limitação inicial de conteúdo e dos altos custos de produção destacados pelas autoras, a lógica das reprises também se relaciona com a própria natureza industrial da televisão estadunidense. Organizada como um sistema que depende diretamente da atenção do público para garantir receita publicitária, a TV aberta opera sob um modelo em que a previsibilidade do engajamento se torna um ativo central. Nesse contexto, obras previamente bem-sucedidas oferecem menor risco e maior retorno, funcionando como produtos testados cujo desempenho tende a se repetir (Castellano, Meimeridis, 2017).

Essa dinâmica mercadológica, portanto, incentiva a replicação contínua de formatos, séries e programas que já conquistaram um público fiel, gerando um ciclo em que o sucesso passado orienta decisões futuras. Essa lógica aproxima a televisão de uma espécie de linha de produção cultural, em que conteúdos são reutilizados, reeditados e reexibidos como forma de assegurar estabilidade na audiência e eficiência no uso dos recursos.

No Brasil, a televisão também consolidou, desde cedo, uma relação estreita com a nostalgia, ainda que por dinâmicas próprias do contexto nacional. A repetição de novelas, séries e programas de variedades, especialmente a partir dos anos 1980, tornou-se elemento estruturante das grades, tanto por razões econômicas quanto pela forte capacidade desses conteúdos de mobilizar afetos e identidades coletivas.

A rede de TV Globo, por exemplo, institucionalizou esse gesto com a *Sessão da Tarde* e, mais tarde, com o *Vale a Pena Ver de Novo*, cuja longevidade demonstra como certos produtos audiovisuais se transformam em patrimônios afetivos. Reprises de novelas como *Mulheres de Areia*, *Laços de Família* ou *O Clone* funcionam como recursos de rememoração que acionam não apenas lembranças individuais, mas também a memória televisiva compartilhada de gerações inteiras. A autora Ribeiro (2018) reforça essa perspectiva:

A estreita relação entre nostalgia e cultura da mídia pode ser observada em diferentes produtos audiovisuais contemporâneos. As superproduções cinematográficas com temática histórica, assim como inúmeras séries exibidas na televisão ou em canais em streaming são um exemplo disso. Há canais dedicados integralmente à história, assim como existem programas voltados para o passado e, mesmo, canais de reprises, como o Canal Viva, da programadora de TV por assinatura Globosat.

Na mesma linha de apelo à memória afetiva e à nostalgia do telespectador, pode-se citar o *Vale a Pena Ver de Novo*, faixa da programação vespertina da Globo, que, desde 1980, reexibe novelas de sucesso da própria emissora. Sua longa duração – quase 40 anos – demonstra a boa receptividade desse tipo de iniciativa (Ribeiro, 2018, p. 4).

Entretanto, esse uso do passado pelas emissoras de televisão se intensifica e se transforma à medida que o sistema televisivo muda estruturalmente. Ao longo das décadas, a televisão passou por transformações profundas que modificaram tanto seu modo de produção quanto às formas de consumo associadas a ela. Em seu início, o sistema televisivo era estruturado para alcançar o maior número possível de espectadores, oferecendo uma programação ampla, homogênea e pensada para atender a um público generalizado, esse formato foi denominado como *broadcasting* (Castellano, Meimeridis, 2017). O consumo, por sua vez, era marcado por uma temporalidade rígida: assistir TV significava ajustar a rotina pessoal aos horários definidos pelas emissoras.

No entanto, à medida que novas tecnologias passaram a compor o ambiente televisivo e o número de canais aumentou, esse modelo começou a dar sinais de esgotamento. A expansão da oferta e a intensificação da competição entre emissoras exigiram estratégias mais específicas para atrair e manter o público, alterando de maneira significativa a lógica que havia dominado o meio desde suas primeiras décadas. Com a multiplicação dos canais e a consequente disputa por espectadores, o sistema televisivo deixou de operar segundo a ideia de um público massivo e homogêneo. Em seu lugar, emergiu uma lógica voltada para a segmentação: em vez de buscar uma audiência única e ampla, diversas emissoras passaram a direcionar seus conteúdos para grupos específicos, definidos por interesses, perfis demográficos e preferências culturais. Esse formato foi denominado como *narrowcasting* (Castellano, Meimeridis, 2017).

Essa fragmentação da audiência trouxe mudanças importantes para a própria organização da programação, que se tornou mais especializada, diversificada e sensível às demandas de nichos particulares. A antiga noção de universalidade deu espaço para uma televisão que opera por diferenciação interna, explorando temas, formatos e estilos que dialogam com públicos cada vez mais delimitados.

Paralelamente a essa reconfiguração estrutural, novas tecnologias de gravação e armazenamento de vídeo transformaram a relação do público com a temporalidade televisiva. A possibilidade de registrar programas para assistir posteriormente fortaleceu práticas de consumo flexíveis, antecipando comportamentos que se tornariam comuns na cultura digital. Além disso, a popularização de fitas, DVDs e boxes completos de séries permitiu que

espectadores formassem coleções próprias e revisitassem seus conteúdos preferidos inúmeras vezes, sem depender da programação das emissoras. Esse processo estendeu o ciclo de vida dos produtos televisivos, intensificou a circulação de obras do passado e contribuiu diretamente para a consolidação de hábitos de maratona e de revisitação, elementos que mais tarde seriam fundamentais para o funcionamento das plataformas de *streaming*. Gonçalves (2024) reforça:

Entre as décadas de 1980, 1990 e 2000, a prática de criar coleções pessoais de filmes e séries televisivas se popularizou entre os jovens que, com seus videocassetes, tinham acesso a fitas VHS, nas quais podiam gravar até seis horas de conteúdo das emissoras de TV abertas e canais por cabo e satélite. Esse hábito mudou a forma de se relacionar com os conteúdos televisivos de até então, passando a permitir um primeiro passo na autonomia da audiência na escolha do que assistir e quando assistir. Além disso, possibilitou as trocas dessas fitas VHS entre as pessoas, funcionando ainda como uma curadoria, que também era o princípio da relação com os atendentes de videolocadoras (Gonçalves, 2024, p. 21).

Esse conjunto de transformações cria um cenário ideal para o surgimento das plataformas de *streaming*, que reorganizam a experiência televisiva. A Netflix é um serviço de *streaming* por assinatura que ganhou destaque e popularidade no final dos anos 2000 e início dos anos 2010 e tornou-se um dos exemplos mais emblemáticos dessa virada ao articular, em um único serviço, elementos que já vinham sendo usados pela televisão, como o consumo sob demanda, a possibilidade de assistir episódios em sequência, a formação de acervos pessoais e a oferta direcionada a grupos específicos (Castellano, Meimeridis, 2017).

Inicialmente concebida como um serviço de aluguel de DVDs, a plataforma rapidamente compreendeu o potencial de integrar essas dinâmicas em um ambiente digital, no qual o espectador não depende mais da grade, do horário ou da disponibilidade física do conteúdo²³. Nesse novo modelo, a lógica de circulação de obras do passado não é apenas retomada, mas intensificada. As séries, filmes e programas que marcaram as gerações são reintroduzidos como objetos de atração, agora organizados em catálogos amplos e permanentemente acessíveis. Dessa forma, a nostalgia deixa de operar apenas como um subproduto das reprises televisivas e passa a constituir um eixo estratégico das plataformas, que investem em resgates, continuações, *remakes* e conteúdos derivados para ativar vínculos afetivos já consolidados.

²³ Em 2007 a Netflix, em paralelo com o seu serviço de locação, lançou uma plataforma de filmes e séries (SILVA, 2018, p. 14).

No ambiente do *streaming*, a reorganização do consumo televisivo passa também por uma camada invisível, mas determinante: a curadoria algorítmica. Diferentemente do *broadcasting*, que pressupunha uma oferta padronizada para todos, e do *narrowcasting*, que segmentava públicos de maneira mais ampla, as plataformas digitais operam uma forma de personalização contínua, capaz de identificar padrões de gosto, hábitos de visualização e recorrências afetivas. Netflix, HBO Max, Prime Video, Disney+, dentre outras, utilizam sistemas de recomendação que cruzam dados de navegação com o desempenho de seus catálogos para destacar conteúdos considerados mais atraentes para cada perfil de usuário. Esse processo não apenas organiza o acervo conforme preferências individuais, mas também produz um ambiente em que o passado se torna um recurso constantemente atualizado, reapresentado em listas temáticas, sugestões “porque você assistiu” e coleções comemorativas. Pensando nisso, Castellano e Meimeridis (2017) explicam:

[...] não podemos desprezar a questão do algoritmo, rico mecanismo de aferição de preferências dos assinantes que a empresa possui à sua disposição e que, certamente, influencia na decisão sobre apostar ou não em determinadas obras. Tal situação vem sendo caracterizada por alguns autores como típica de uma “Cultura do algoritmo” (HALLINAN & STRIPAS, 2014). A criação de *Stranger Things*, por exemplo, é recorrentemente apontada como uma estratégia do serviço de capitalizar em cima de um interesse do público por produções que tematizassem os anos 1980 e pelos próprios filmes da época, muito buscados em sua plataforma. Certamente, a repercussão dos fãs de *Gilmore Girls* associada a um cruzamento de dados de acesso desse público revelou, para a empresa, o potencial que uma nova temporada teria [...] (Castellano, Meimeridis, 2017, p. 77).

A reflexão das autoras evidencia como, no contexto do *streaming*, a nostalgia deixa de ser apenas um recurso estético ou narrativo e passa a integrar diretamente as lógicas de produção e investimento. Ao mapear padrões de consumo, engajamento e recorrência, os algoritmos transformam memórias culturais em dados quantificáveis, capazes de orientar investimentos, resgates e continuações de obras já conhecidas do público. A lógica algorítmica, portanto, não apenas responde a desejos previamente existentes, como também contribui para reforçá-los, criando um circuito no qual preferências afetivas são constantemente reativadas, reorganizadas e devolvidas ao espectador sob a forma de novos produtos.

É nesse cenário que a nostalgia se consolida como um eixo estratégico das plataformas de *streaming*, deixando de operar apenas como evocação simbólica do

passado e passando a integrar de forma estruturante as lógicas de circulação, investimento e valorização dos produtos audiovisuais.

A reorganização do consumo televisivo, marcada pela personalização algorítmica, cria condições favoráveis para a reativação contínua de obras, personagens e universos narrativos já conhecidos do público. O passado, nesse contexto, assume a função de um repertório constantemente acionável, capaz de gerar reconhecimento imediato e engajamento emocional.

É justamente a partir dessa lógica que emergem produtos como *Friends: The Reunion* (2021), concebido não como uma narrativa inédita tradicional, mas como um evento midiático ancorado na memória afetiva de uma audiência global. Ao mobilizar a nostalgia, o especial exemplifica como as plataformas transformam o passado em ativo estratégico, articulando reconhecimento, engajamento e circulação em escala transnacional. Nesse sentido, *Friends: The Reunion* constitui um objeto privilegiado para compreender de que modo a nostalgia é operacionalizada como recurso central na construção e na recepção de uma produção audiovisual pensada para seu público.

4 ANÁLISE DA NOSTALGIA EM *FRIENDS: THE REUNION*

Partindo do aporte teórico desenvolvido nos capítulos anteriores, este capítulo se dedica à análise do especial *Friends: The Reunion* (2021), entendendo a produção como um produto cultural midiático, voltado para o consumo e inserido em um contexto social de produções com apelo nostálgico e tomando a nostalgia como categoria central de interpretação. Compreendida não apenas como evocação afetiva do passado, mas como estratégia midiática e mercadológica, a nostalgia funciona aqui como eixo analítico capaz de articular memória, consumo e engajamento no contexto das plataformas de streaming. Assim, o objetivo não é apenas identificar referências ao passado, mas compreender de que modo elas são organizadas, acionadas e ressignificadas na construção do especial.

Esse tipo de produção não se configura como um fenômeno isolado. Reencontros de elencos já foram mobilizados como forma de reativar obras consolidadas, como no especial de reunião da série *The Nanny*, exibido em 2004. No cenário contemporâneo, esse formato ganha novo alcance com as plataformas de streaming, como exemplificado pelo especial analisado.

Friends: The Reunion diferencia-se da série original por não se apresentar como uma continuação ficcional tradicional, mas como um produto audiovisual de natureza híbrida. O especial articula elementos de *talk show* e de documentário, combinando entrevistas, encontros entre os atores, imagens de arquivo e reconstruções simbólicas do universo da série. Essa configuração permite que o passado seja retomado não por meio de uma nova narrativa ficcional, mas através do discurso da memória, do depoimento e da celebração do legado cultural da obra.

Enquanto o formato de *talk show* se manifesta na condução das conversas, na presença de um apresentador e na dinâmica de entrevista com o elenco, a dimensão documental emerge no uso de imagens de arquivo, bastidores, relatos pessoais e contextualização histórica da série. Essa combinação reforça o caráter memorialístico do especial, criando um espaço em que lembranças individuais e memórias coletivas (sejam elas do grupo de atores, pessoas envolvidas na produção da série e também o público, que participa na platéia ou assiste à produção) se apoiam. Ao optar por essa estrutura, o especial desloca o foco da narrativa ficcional para a experiência afetiva do passado, potencializando o apelo nostálgico junto ao público.

Nesse sentido, a nostalgia não aparece apenas como tema, mas como princípio organizador do especial. Ao estruturar o reencontro em torno da rememoração, do reconhecimento e da identificação emocional, *Friends: The Reunion* exemplifica como produtos audiovisuais contemporâneos mobilizam o passado como recurso estratégico, alinhando memória afetiva, engajamento do público e circulação global. É a partir dessa perspectiva que, nos tópicos seguintes, serão analisados os principais elementos nostálgicos acionados pelo especial.

Para dar conta dessa articulação entre memória, afeto e estratégia midiática, a análise será organizada a partir de duas categorias centrais: materialidade e enredo. A primeira refere-se aos elementos visuais, espaciais e simbólicos que compõem o especial, como cenários, objetos icônicos, músicas e recursos estéticos, e que funcionam como gatilhos de reconhecimento e ativação da memória afetiva do público. Já a categoria enredo diz respeito à forma como o especial estrutura sua narrativa de rememoração, mobilizando episódios marcantes, bordões, cenas emblemáticas e relatos dos atores para reconstruir o passado da série como uma experiência compartilhada. A partir dessas categorias, busca-se compreender de que maneira a nostalgia é construída não apenas como lembrança, mas como linguagem, organizando o especial tanto em seu plano material quanto narrativo.

4.1 A materialidade na nostalgia

No especial *Friends: The Reunion*, a nostalgia é mobilizada, em primeiro lugar, por meio da materialidade estética, isto é, pelos elementos visuais e sonoros que retomam diretamente o universo da série original. Cenários, figurinos, trilha sonora e escolha de montagem operam como recurso de reconhecimento imediato, acionando memórias afetivas consolidadas ao longo de décadas. Esses elementos não apenas remetem ao passado, mas o reinscreve no presente de forma cuidadosamente construída, criando uma experiência de familiaridade que antecede qualquer elaboração narrativa mais reflexiva.

4.1.1 Cenário e ambientação

No especial, a mobilização da nostalgia se inicia de maneira explícita por meio da reconstrução dos cenários originais da série. Logo nos primeiros minutos, o

reencontro do elenco acontece no estúdio que reproduz fielmente os apartamentos e espaços centrais do universo ficcional de *Friends*. Essa escolha não é aleatória. Ao eleger os estúdios como primeiro lugar de retorno, o especial posiciona o espaço como elemento estruturante da memória afetiva, estabelecendo, desde o início, uma conexão direta entre passado e presente.

Ao percorrerem o cenário, os atores demonstram reconhecimento imediato dos ambientes e passam a comentar detalhes específicos da produção original. Um desses momentos ocorre quando David Schwimmer chama a atenção para a pilastra localizada no apartamento da personagem Monica, elemento cenográfico que, segundo ele, frequentemente atrapalhava o enquadramento das cenas por obstruir a câmera (FIG.1), e, por conta disso, foi retirada após a primeira temporada. A menção a esse detalhe técnico, aparentemente banal, revela como o cenário não é apenas um fundo visual, mas um espaço vivido, marcado por experiências de trabalho, convivência e memória compartilhada. A pilastra deixa de ser um simples elemento arquitetônico/estrutural e se transforma em um vestígio material da história da série e de seus bastidores.

Figura 1 - A pilastra do apartamento da Monica na série e no especial



Fonte: *Friends* (1994) 1ª temporada, episódio 1, e *Friends: The Reunion* (2021) (Reprodução HBO Max)

A fidelidade da reconstrução é reforçada pela atenção minuciosa aos objetos e à disposição dos ambientes. Os apartamentos dos personagens aparecem praticamente inalterados, preservando móveis, cores e elementos decorativos reconhecíveis pelo público. Em determinado momento, Matt LeBlanc e Matthew Perry demonstram emoção ao reencontrar as poltronas do apartamento dos personagens Joey e Chandler. Matt prontamente comenta: “Veja, as poltronas estão aqui. Lembra daquele episódio em que não saímos das poltronas?”. Esse tipo de reação evidencia que a nostalgia acionada pelo especial não se dirige apenas ao espectador, mas também aos próprios atores, que se reconhecem nos espaços que ajudaram a construir ao longo dos anos (FIG.2).

Essa rememoração é frequentemente reforçada pela própria estrutura narrativa do especial, que recorre de forma recorrente à inserção de imagens de arquivo e trechos da série original. Em diversos momentos, falas e reações do elenco são acompanhadas por *flashbacks* que retomam cenas específicas de *Friends*, estabelecendo um jogo de espelhamento entre passado e presente. Esse recurso não apenas ativa a memória do espectador, como também reafirma visualmente a fidelidade da reconstrução dos cenários, objetos e situações, ao colocá-los em relação direta com suas versões originais.

Ao justapor a cena rememorada e o espaço reconstruído, o especial enfatiza a continuidade material entre a série e o reencontro, sugerindo que o passado permanece acessível, quase intacto. Trata-se, portanto, de uma estratégia reiterada ao longo de toda a produção, na qual a nostalgia é construída não apenas pela evocação discursiva ou pelo reconhecimento espacial, mas pela reafirmação constante de um passado original tomado como referência legítima e autêntica.

Figura 2 - As poltronas de Joey e Chandler na série e no especial



Fonte: *Friends* (1994) 2ª temporada, episódio 15 e *Friends: The Reunion* (2021) (Reprodução HBO Max)

Cabe esclarecer que, no especial, as poltronas presentes no apartamento de Joey e Chandler correspondem ao modelo marrom, adquirido pelo personagem Chandler após o roubo das poltronas pretas na narrativa original da série. A imagem utilizada como comparação visual, no entanto, remete ao episódio mencionado pelos atores (aquele em que os personagens passam grande parte do tempo sentados nas poltronas), período em que o mobiliário ainda era o modelo inicial, de cor preta.

Essa escolha comparativa não indica uma falha na reconstrução do cenário, mas evidencia justamente a sobreposição de diferentes temporalidades da série ativadas pelo reencontro. O comentário dos atores convoca a memória de um episódio específico, enquanto o cenário do especial materializa outro momento da narrativa, revelando como a nostalgia opera menos pela exatidão cronológica e mais pela ativação afetiva de referências compartilhadas.

Além dos apartamentos, outro espaço fundamental retomado no especial é o cenário do Central Perk. A cafeteria, um dos principais pontos de encontro da narrativa original, é reconstruída com atenção aos detalhes, incluindo o icônico sofá laranja, elemento visual que se consolidou como símbolo da série. O Central Perk funciona, historicamente, como um espaço de convivência, diálogo e afeto dentro da

narrativa de *Friends*, e sua presença no especial reafirma esse papel simbólico, reforçando a ideia de continuidade entre a série e o reencontro (FIG.3).

Figura 3 - O Central Perk na série e no especial



Fonte: *Friends* (1994) 10ª temporada, episódio 3, e *Friends: The Reunion* (2021) (Reprodução HBO Max)

Esse gesto se desdobra na ambientação do *talk show* que estrutura parte do especial, realizado a partir da recriação do cenário da abertura da série. O cenário reúne a fonte icônica e o sofá laranja associado ao Central Perk, elementos que, já na abertura original, compõem um dos conjuntos simbólicos mais reconhecidos de *Friends*. Ao reinscrever esses objetos em um espaço de conversa e rememoração, o especial corrobora uma conexão com o passado (FIG.4). Dessa forma, a fonte e o sofá operam como símbolos de reconhecimento imediato, reforçando o vínculo afetivo com a série.

Figura 4 - A fonte e o sofá de abertura reproduzidos no *talk show*



Fonte: *Friends: The Reunion* (2021) (Reprodução HBO Max)

A reconstrução desses cenários e objetos evidencia como a nostalgia em *Friends: The Reunion* é acionada por meio da materialidade do espaço. Ao recuperar ambientes, móveis e elementos visuais com alto grau de fidelidade, o especial transforma o cenário em um suporte central da memória afetiva, capaz de articular lembranças individuais dos atores e memórias coletivas do público. O retorno aos espaços não opera apenas como referência visual à série original, mas como uma forma de reinscrever o passado no presente, criando uma sensação de continuidade e familiaridade.

4.1.2 Marcas visuais

A recriação dos cenários em *Friends: The Reunion* é acompanhada pela retomada de um conjunto de marcas visuais que, ao longo da série original, se consolidaram como signos imediatamente reconhecíveis pelo público. Esses elementos não apenas identificam o universo de *Friends*, mas funcionam como gatilhos visuais de memória.

Nesse sentido, o sofá laranja do Central Perk, já mencionado no tópico anterior, assume um papel central também enquanto marca visual. Mais do que um

simples objeto de cena, o sofá se tornou um ícone da série, associado às conversas, conflitos e momentos cotidianos vividos pelos personagens. Sua presença no especial, deslocada do espaço estritamente ficcional para o cenário do *talk show*, reforça sua função simbólica e o transforma em um elemento de continuidade entre passado e presente. Ao ocupar o centro da cena durante as entrevistas, o sofá atua como um elo visual que conecta a memória da narrativa original à proposta reflexiva do reencontro. Para além de sua iconicidade visual, o sofá atua como um eixo narrativo da série, concentrando personagens, diálogos e enquadramentos, função que é reiterada no especial ao colocá-lo novamente no centro das conversas.

Outro elemento visual emblemático retomado no especial é a identidade gráfica do Central Perk, em especial o logotipo da cafeteria (FIG.5). Presente em placas, copos e elementos de ambientação, o logotipo opera como uma assinatura visual da série, facilmente reconhecível mesmo fora de seu contexto narrativo original. A recorrência dessa marca ao longo do especial evidencia como determinados signos visuais ultrapassam a função cenográfica e passam a integrar o repertório simbólico compartilhado pelo público.

Figura 5 - A logo do Central Perk



Fonte: *Friends: The Reunion* (2021) (Reprodução HBO Max)

De modo semelhante, a porta lilás com a moldura amarela envolvendo o olho mágico do apartamento de Monica constitui uma das marcas visuais mais emblemáticas de *Friends* (FIG.6). Sua cor característica e o enquadramento recorrente nas entradas e saídas dos personagens transformaram a porta em um

símbolo do espaço doméstico central da série. No especial, a reconstrução fiel desse elemento reforça a sensação de retorno a um ambiente familiar, evidenciando como a nostalgia também se constrói por meio de detalhes visuais aparentemente simples, mas carregados de memória.

Figura 6 - A porta lilás com a moldura amarela do apartamento da Monica



Fonte: *Friends: The Reunion* (2021) (Reprodução HBO Max)

É relevante observar que esses objetos, por serem marcas visuais que representam a identidade da série, ultrapassaram o espaço da narrativa televisiva e passaram a circular amplamente como produtos de *merchandising*. Elementos como o sofá laranja, a logotipo do Central Perk, e, sobretudo, a moldura amarela da porta do apartamento de Monica tornaram-se símbolos facilmente destacáveis e reproduzíveis, sendo recorrentes em produtos como camisetas, canecas, pôsteres, cadernos e objetos decorativos (FIG.7).

Figura 7 - Produto de *merchandising* de *Friends*



Fonte: *Friends: The Reunion* (2021) (Reprodução HBO Max)

Podemos também destacar como marca visual o corte de cabelo da personagem Rachel Green, conhecido como *The Rachel*²⁴, que se tornou um fenômeno nos anos 1990. No especial, esse elemento é retomado no contexto de uma conversa sobre o sucesso massivo da série, quando os atores comentam como *Friends* passou a ocupar capas de revistas e a circular amplamente na cultura midiática da época. Nesse momento, a narrativa é acompanhada por imagens de arquivo que mostram um cabeleireiro reproduzindo o corte *The Rachel* em diferentes mulheres, evidenciando sua difusão para além da tela (FIG.8).

Mais do que uma escolha estética, o corte ultrapassou os limites da narrativa e passou a influenciar diretamente o consumo de moda e a construção de identidade de uma geração de espectadoras. Ao ser mencionado e lembrado no especial, esse elemento evidencia como *Friends* extrapolou o campo do audiovisual, impactando práticas culturais cotidianas e consolidando imagens que permanecem ativas no imaginário coletivo.

²⁴ O corte de cabelo da personagem Rachel Green foi batizado como *The Rachel*, em homenagem à personagem (NORRIS, 2024).

Figura 8 - O “The Rachel”

Fonte: *Friends* (1994) 1ª temporada, episódio 24, e *Friends: The Reunion* (2021) (Reprodução HBO Max)

Além do cabelo, alguns figurinos desempenham papel central na construção da memória visual da série. No especial, esse tema é explorado através de um desfile que apresenta alguns dos figurinos mais icônicos da série, encenado no contexto do *talk show*. Diferentemente de uma simples menção retrospectiva, o desfile reinscreve esses trajes no presente, transformando-os em objetos de rememoração coletiva.

Um aspecto relevante desse momento é o fato de o desfile ser protagonizado por celebridades contemporâneas de grande visibilidade, como Justin Bieber, Cara Delevingne e Cindy Crawford. A presença dessas figuras, associadas a outros campos da cultura pop e da moda, causa um efeito de surpresa ao colocar astros atuais vestindo reproduções de figurinos originalmente ligados aos personagens da série. Esse gesto não apenas reafirma o reconhecimento cultural de *Friends*, mas também evidencia o prestígio simbólico da produção, capaz de mobilizar ícones globais e associar suas imagens a esse universo ficcional. Ainda que essas participações não sejam explicitamente apresentadas como atos de *fandom*, sua inserção na performance sugere uma identificação afetiva e, sobretudo, revela o

investimento, inclusive financeiro, envolvido na produção do especial, considerando o valor de mercado e o tempo dessas personalidades.

Entre os figurinos apresentados estão o vestido de dama de honra de Rachel (2ª temporada, episódio 24), o conjunto em que Joey veste simultaneamente todas as roupas de Chandler (3ª temporada, episódio 2), a fantasia metade batata e metade satélite russo utilizada por Ross (8ª temporada, episódio 6), a calça de couro (5ª temporada, episódio 11) e a fantasia de tatu associada ao episódio de Hanukkah (7ª temporada, episódio 10). Cada uma dessas peças remete à episódios específicos e a situações cômicas amplamente reconhecidas pelo público, funcionando como gatilhos imediatos de memória. O reconhecimento desses trajes não depende de explicações narrativas detalhadas, pois sua força reside justamente na familiaridade construída ao longo da circulação da série.

Figura 9 - Os figurinos icônicos



Fonte: *Friends: The Reunion* (2021) (Reprodução HBO Max)

Ao trazer esses figurinos para o centro do espetáculo, o especial evidencia como vestuário ultrapassa sua função estética e passa a desempenhar um papel ativo na ativação da nostalgia. As roupas funcionam como registros visuais reconhecíveis, capazes de remeter imediatamente a personagens, episódios e emoções associadas à série. Nesse sentido, a nostalgia mobilizada não se constrói

apenas pela lembrança abstrata do passado, mas pela reapresentação organizada dos seus elementos mais marcantes, reafirmando o lugar de *Friends* como um repertório cultural compartilhado.

4.1.3 Memória sonora

Em *Friends: The Reunion*, a música também desempenha um papel central na ativação da nostalgia, funcionando como um elemento sensorial capaz de acionar memórias de forma imediata. Assim como os cenários, objetos e figurinos, as músicas associadas à série operam como marcas reconhecíveis, cuja simples presença é suficiente para reconectar o público ao universo afetivo de *Friends*. No especial, esses elementos sonoros são retomados de maneira estratégica, reforçando a continuidade simbólica entre a série original e o reencontro.

A mobilização da nostalgia sonora se inicia já na abertura do especial. Diferentemente de uma introdução completamente inédita, *Friends: The Reunion* opta por uma montagem que mescla imagens da abertura original da série com cenas atuais do reencontro, acompanhadas pela música *I'll Be There for You*, da banda The Rembrandts. Ao longo das dez temporadas da série, a música e a cena em torno da fonte permaneceram constantes, enquanto as imagens eram atualizadas a cada temporada com registros mais recentes dos personagens, o que tornava a abertura um espaço contínuo de atualização do próprio universo de *Friends*. Essa escolha estabelece, desde os primeiros segundos, um diálogo direto entre passado e presente (FIG.10). A canção, amplamente reconhecida como assinatura sonora da série, atua como um gatilho imediato de memória, enquanto a alternância entre imagens antigas e atuais evidencia a passagem do tempo e a permanência do vínculo afetivo com a obra.

Figura 10 - A abertura mesclada do especial

Fonte: *Friends: The Reunion* (2021) (Reprodução HBO Max)

Ao reproduzir essa lógica de atualização visual na abertura do especial, o reencontro se insere simbolicamente no mundo da série, reconstruindo a abertura ao mesmo tempo em que se apresenta como mais um momento dessa trajetória. Ao reutilizar a música de abertura nesse formato híbrido, o especial não busca apenas reproduzir a experiência original, mas reinscrevê-la em um novo contexto. A familiaridade da canção é preservada, mas seu sentido é ressignificado pela presença dos atores no presente, agora conscientes da trajetória da série e de seu impacto cultural. A nostalgia acionada, portanto, não se limita à repetição, mas se constrói a partir do reconhecimento da distância temporal entre o momento da produção original e o reencontro.

Outro momento emblemático da mobilização da memória sonora ocorre com a retomada da música *Smelly Cat*, associada à personagem Phoebe Buffay. Ao longo da série original, a canção se consolidou como um elemento recorrente do humor e da identidade da personagem, tornando-se uma das músicas mais lembradas pelo público. No especial, sua reapresentação, conduzida por Lisa Kudrow, atriz que deu vida à personagem Phoebe, se dá em um contexto performativo e consciente, em que a música deixa de funcionar apenas como parte da narrativa ficcional e passa a operar como objeto de rememoração coletiva.

A execução de *Smelly Cat* no especial convoca diretamente a memória afetiva dos espectadores, que reconhecem não apenas a canção, mas o conjunto de situações, episódios e características da personagem associadas a ela. Nesse sentido, a música funciona como um marcador temporal e identitário, capaz de condensar a experiência da série em um elemento sonoro simples, porém carregado de significado. Ao ser retomada no reencontro, a canção reafirma seu status de símbolo cultural e evidencia como determinados elementos musicais permanecem ativos no imaginário coletivo mesmo anos após o encerramento da série.

Assim, a presença da música em *Friends: The Reunion* reforça o papel da materialidade sonora na construção da nostalgia midiática. Tanto na abertura quanto na retomada de *Smelly Cat*, a música atua como um elo entre passado e presente, ativando memórias e afetos que ultrapassam a narrativa e se inscrevem na experiência cultural compartilhada em torno da série.

4.2 A nostalgia como enredo

Para além da materialidade estética, a nostalgia em *Friends: The Reunion* também se constrói no nível do enredo, entendido aqui não como uma narrativa ficcional tradicional, mas como um conjunto de estratégias discursivas voltadas à rememoração, à reencenação e à reflexão sobre o passado da série. O especial organiza sua estrutura a partir da evocação de episódios marcantes, da retomada de falas icônicas e dos depoimentos do elenco, compondo um percurso narrativo que transforma a memória em eixo central da experiência audiovisual. Nesse sentido, o passado não é simplesmente mostrado, mas narrado, comentado e reinterpretado pelos próprios atores, em um movimento que articula lembrança individual, memória coletiva e consciência do tempo transcorrido. A nostalgia, portanto, opera como força organizadora do enredo do especial, orientando tanto a seleção dos conteúdos quanto a forma como eles são apresentados ao público.

4.2.1 Episódios marcantes

No especial, a nostalgia como enredo se manifesta de forma recorrente por meio da lembrança e *flashback* de episódios considerados marcantes tanto pelo elenco quanto pelo público. Assim que os atores retornam aos cenários

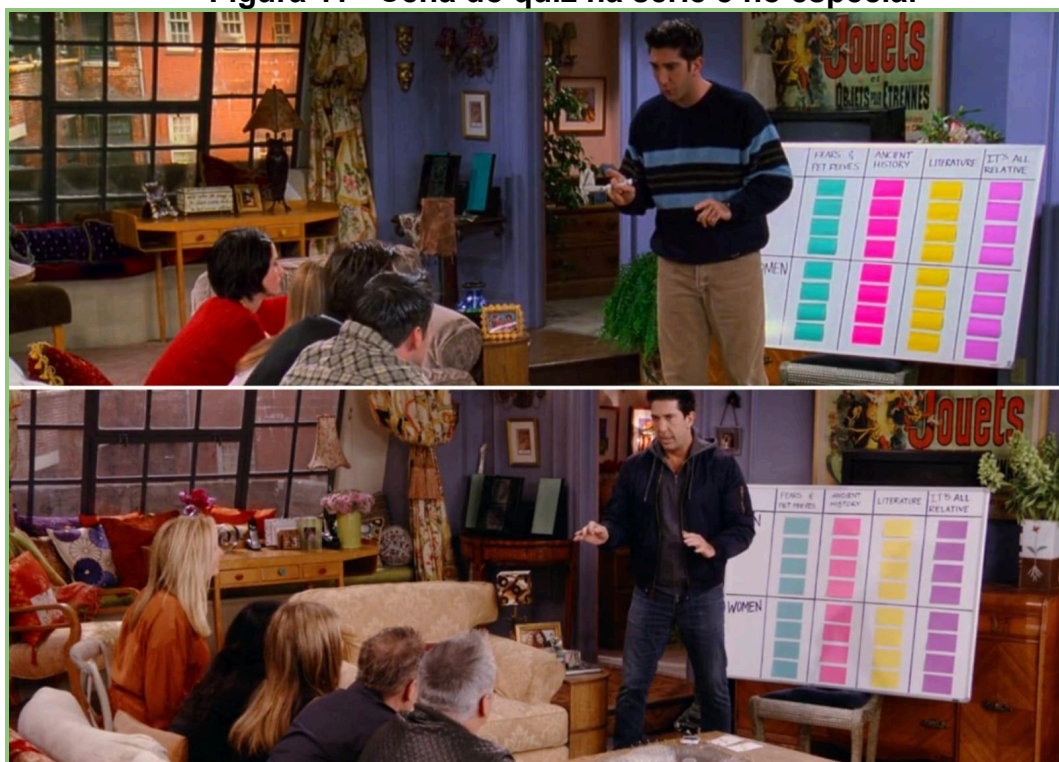
reconstruídos da série, a memória da narrativa ficcional é imediatamente ativada, e diferentes momentos emblemáticos passam a ser citados de maneira espontânea, revelando como determinados episódios se consolidaram como referências afetivas centrais na trajetória de *Friends*.

Esse movimento se evidencia, por exemplo, quando o elenco se encontra no cenário do Central Perk e David Schwimmer comenta a multiplicidade de lembranças associadas àquele espaço, afirmando: “Tantos episódios diferentes que estão tipo... sabe? Lisa tocando violão ali, Jen e eu, nosso primeiro beijo, tipo... O episódio piloto abrindo o caminho, a sacada... Quero dizer, fala sério!”. A fala do ator, apesar de parecer desconexa em um primeiro momento, explicita como o cenário funciona como um catalisador de memórias narrativas diversas, reunindo lembranças que estavam dispersas tanto na memória do elenco quanto na do público. Ao serem reativadas em contato com o espaço, essas memórias emergem de forma simultânea e fragmentada, evidenciando como diferentes cenas se condensam em um único ambiente simbólico.

A rememoração de episódios também é conduzida de forma mais direta quando o apresentador James Corden pergunta ao elenco qual seria o episódio favorito de cada um. Jennifer Aniston destaca *The One with the Embryos*, episódio no qual as personagens Monica e Rachel perdem o apartamento para Chandler e Joey após um jogo de perguntas e respostas. A escolha desse episódio não é casual, pois ele se tornou um dos mais lembrados da série justamente por articular humor, competição e dinâmica de grupo, além de subverter temporariamente a organização espacial já consolidada entre os personagens.

No especial, essa lembrança se desdobra em uma reencenação simbólica do episódio, o elenco retorna ao cenário do apartamento da Monica para refazer o quiz, agora com perguntas relacionadas à própria série *Friends* (FIG.11). Ao atualizar o jogo, o especial estabelece um diálogo direto entre passado e presente, transformando um episódio clássico em um dispositivo de rememoração coletiva. O que antes era um conflito ficcional entre personagens é reconfigurado como uma celebração da memória compartilhada da série, envolvendo atores e público.

Figura 11 - Cena do quiz na série e no especial



Fonte: *Friends* (1994) 4ª temporada, episódio 12 e *Friends: The Reunion* (2021) (Reprodução HBO Max)

Além das lembranças evocadas pelo próprio elenco, o especial amplia essa rememoração ao incluir depoimentos de fãs e figuras públicas de diferentes partes do mundo, que comentam seus episódios favoritos da série. Esse recurso reforça o caráter coletivo da memória em torno de *Friends*, evidenciando como determinados episódios ultrapassaram o contexto original de exibição e passaram a integrar repertórios culturais compartilhados em escala global, em consonância com a perspectiva de Stuart Hall (2006), que compreende a cultura como campo de produção e circulação de sentidos socialmente construídos.

Entre esses depoimentos, destaca-se a fala do ator Kit Harington, que comenta seu episódio preferido, *The One with the Cop*. Ao refletir sobre uma das cenas mais lembradas do episódio, ele observa: “O que acontece é que essa cena é tão simples, se fosse ver a cena no roteiro, inicialmente, são três atores carregando um sofá na escada, há, talvez, uma página de diálogo e nada naquela página sugere algo extremamente cômico. Mas o que eles fazem naquela hora carregando aquele sofá acima, é uma das coisas mais engraçadas que já vi na TV”.

O comentário evidencia como a força desses episódios não reside apenas em sua estrutura narrativa, mas na performance, no *timing* cômico e na articulação entre

personagens, elementos que contribuem para sua permanência na memória do público. Ao incluir esse tipo de depoimento, o especial reafirma que a nostalgia mobilizada não se restringe à experiência do elenco, mas se constrói a partir da circulação contínua dessas cenas no imaginário dos espectadores.

Outro recurso utilizado para a retomada de episódios marcantes é a reunião dos atores para reencenar falas e cenas específicas da série. Nesse segmento, três cenas emblemáticas são revisitadas, entre elas aquela em que Phoebe descobre o relacionamento secreto entre Monica e Chandler (FIG.12). A reencenação não busca reproduzir integralmente a experiência original, mas sim reativar o reconhecimento imediato dessas situações, apoiando-se na memória afetiva do público e na cumplicidade entre os atores.

Figura 12 - A atriz Lisa Kudrow reproduzindo uma cena da série *Friends*



Fonte: *Friends: The Reunion* (2021) (Reprodução HBO Max)

Ao reunir lembranças espontâneas, perguntas diretas sobre episódios favoritos e reencenações, o documentário constrói uma narrativa baseada na seleção de momentos emblemáticos da série. Esses episódios operam como marcos afetivos que organizam a memória coletiva em torno de *Friends*, permitindo que o passado da narrativa seja constantemente revisitado, reinterpretado e compartilhado. Assim, a nostalgia mobilizada pelo especial não se fundamenta na

reconstrução integral da série, mas na valorização de episódios que permanecem vivos no imaginário cultural e emocional de seu público.

4.2.2 Bordões

No especial *Friends: The Reunion*, a mobilização da nostalgia também se manifesta por meio da retomada de falas icônicas que marcaram a série original. Esses bordões, repetidos ao longo de anos de exibição e circulação televisiva, ultrapassaram o enredo episódico e se consolidaram como elementos de reconhecimento imediato, funcionando como atalhos afetivos para a memória do público. Ao serem lembrados no especial, eles não apenas evocam cenas específicas, mas reativam personagens, dinâmicas cômicas e experiências compartilhadas associadas à série.

Um dos exemplos mais emblemáticos é a frase *How you doin'?*, associada ao personagem Joey Tribbiani. A expressão, que pode ser traduzida livremente como “Como você está?”, e que na dublagem brasileira aparece como “Você vem sempre aqui?”, é utilizada pelo personagem como uma abordagem recorrente em situações de flerte. Simples, curta e facilmente reconhecível, a expressão tornou-se uma marca identitária do personagem, condensando seu carisma, seu humor e sua postura diante das relações amorosas.

Ao longo da série, a repetição da frase contribuiu para fixá-la como um traço distintivo, capaz de remeter ao personagem mesmo fora do contexto narrativo. No especial, a lembrança desse bordão evidencia como determinadas falas extrapolam o universo narrativo da série e passam a circular amplamente na cultura popular, sendo apropriadas em memes, produtos de *merchandising*, estampas e referências cotidianas. Nesse sentido, o bordão funciona como um marcador cultural que mantém o personagem ativo no imaginário coletivo, independentemente da continuidade da narrativa.

Outro caso significativo é o bordão *Oh my God!*, pronunciado pela personagem Janice. Embora não integre o núcleo principal de protagonistas, Janice ocupa um lugar singular na memória cultural de *Friends*. No especial, essa permanência simbólica é explicitada durante o *talk show*, quando James Corden pergunta ao elenco qual dos atores tinha a risada mais alta durante as gravações da série. Enquanto os atores mencionam Lisa Kudrow, intérprete de Phoebe, Maggie

Wheeler, atriz que deu vida a Janice, surge em cena entoando imediatamente seu bordão *Oh my God!* e brinca por não ter sido lembrada. A intervenção evidencia que, além da frase recorrente, a risada estridente e o tom de voz exagerado também constituem marcas fundamentais da personagem.

Ao longo da série, a presença de Janice é pontual, mas sempre marcada pelo excesso, pela comicidade e por um certo estranhamento, elementos que se concentram de forma expressiva em sua performance vocal. A repetição insistente do bordão, associada a essa corporalidade sonora, garantiu sua fixação como um dos signos mais reconhecíveis de *Friends*. O caso de Janice evidencia como personagens secundários podem adquirir centralidade simbólica por meio de traços específicos, demonstrando que a permanência na memória cultural não está necessariamente ligada ao tempo de tela, mas à força de elementos recorrentes capazes de concentrar reconhecimento e afeto.

Como menção honrosa, destaca-se ainda a frase *We were on a break*, associada ao personagem Ross Geller. Diferentemente dos outros bordões, essa expressão carrega uma dimensão narrativa mais complexa, pois remete a um conflito específico da série, que diz respeito ao relacionamento amoroso de Ross e da personagem Rachel Green, no qual gerou um debate recorrente entre os personagens e entre os próprios fãs.

No especial, a frase é retomada de forma reflexiva e bem-humorada, inclusive a partir da provocação do apresentador James Corden que questiona os atores sobre a veracidade do “tempo” alegado por Ross. Embora os atores respondam de forma unânime que os personagens estavam, de fato, “dando um tempo”, a própria recorrência da pergunta evidencia como a frase se consolidou como um ponto de debate cultural, constantemente retomado e reinterpretado pelo público ao longo dos anos.

A retomada dessas falas no reencontro demonstra como os bordões operam como mecanismos de ativação da nostalgia ao representar personagens em expressões breves e facilmente reconhecíveis. Mais do que simples recursos cômicos, essas frases funcionam como elementos de coesão da memória coletiva em torno de *Friends*, permitindo que o passado da série seja rapidamente acessado e compartilhado tanto pelos atores quanto pelo público.

4.2.3 Depoimentos e rememoração

No especial, os depoimentos do elenco constituem um dos principais eixos narrativos da produção, organizando o reencontro como um espaço de rememoração coletiva e reflexão sobre o passado. Diferentemente de uma narrativa episódica tradicional, o especial se estrutura também a partir das falas dos atores, que alternam lembranças pessoais, relatos de bastidores e reflexões sobre o impacto da série ao longo do tempo. Esses depoimentos funcionam como um dispositivo de mediação entre o passado da obra, o presente do reencontro e a memória compartilhada pelo público.

Um dos primeiros movimentos dessa rememoração diz respeito ao início da série e ao primeiro contato entre os atores. Ao lembrar esse momento, David Schwimmer comenta: “Ouvindo todos vocês pela primeira vez, eu fiquei muito impressionado, achei que todos foram tão bem escolhidos, é o que eu me lembro”. A fala evidencia como a memória do início é construída retrospectivamente a partir de uma percepção de afinidade e coerência do grupo, reconhecida à luz da trajetória posterior da série. Esse olhar para o passado destaca a dimensão concreta do encontro entre profissionais que, naquele momento, ainda não tinham clareza sobre o alcance que a produção teria.

Essa memória do início também é retomada por Jennifer Aniston, que relembra o contexto de sua escolha para o papel de Rachel Green. A atriz comenta que inicialmente havia sido escalada como segunda opção, pois integrava o elenco de outra série, e relata a decisão de abrir mão desse projeto para participar de *Friends*: “Eu só me lembro de sentar com essas outras cinco pessoas e pensar: ‘esse é o melhor grupo de pessoas, o melhor roteiro, tenho que fazer isso’”. O depoimento enfatiza o caráter de aposta e intuição que marcou o começo da série, reforçando a ideia de que o passado lembrado no especial não é apresentado como inevitável, mas como resultado de escolhas, riscos e circunstâncias específicas.

A partir disso, observa-se uma recorrente idealização da experiência vivida durante a produção da série, apresentada como um período de harmonia, pertencimento e realização plena. Essa idealização do passado pode ser compreendida pelo conceito de nostalgia desenvolvido por Svetlana Boym, para quem a nostalgia se estrutura como um retorno afetivo a uma época percebida como

melhor, mais estável ou mais significativa, geralmente acionado por tensões e incertezas do presente. Nesse sentido, os depoimentos do elenco não apenas rememoram a experiência de *Friends*, mas constroem aquele período como um tempo qualitativamente distinto, marcado por pertencimento e sentido.

A rememoração avança, então, para o encerramento da série original, especialmente a gravação do último episódio. Matt LeBlanc recorda esse momento de forma sucinta e emotiva: “É, a gente chorou muito naquela noite”. A lembrança do fim aparece associada à intensidade emocional do encerramento de um ciclo, marcando uma ruptura clara entre o período das gravações e o tempo presente do reencontro.

Nesse sentido, os depoimentos também se voltam para a experiência do próprio reencontro e para o impacto de retornar aos cenários da série. Matt LeBlanc comenta: “Eu não sabia o que esperar ao vir aqui. Eu sabia que seria incrível ver essas cinco pessoas. O que eu não levei em conta foi estar de volta aos cenários e a este ambiente e é... é muito legal”. A fala destaca como o espaço físico atua como um catalisador da memória, despertando afetos que não estavam totalmente antecipados pelos próprios atores. O reencontro, portanto, não se restringe às relações interpessoais, mas envolve também a reativação material do universo da série.

Jennifer Aniston amplia essa reflexão ao comentar o significado da experiência coletiva vivida durante *Friends* e seu legado afetivo: “Foi uma época incrível, tudo se encaixou. Nos tornamos melhores amigos... a química, a coisa toda, foi uma mudança de vida e será para sempre, não só para nós, mas para as pessoas que assistem, e isso é um sentimento tão bom para carregar para sempre”. O depoimento desloca a memória da série do âmbito estritamente individual para uma dimensão compartilhada, reconhecendo explicitamente a relação construída com o público ao longo dos anos.

Os relatos e depoimentos, dessa forma, operam como uma performance afetiva de rememoração, na qual o passado é revisitado a partir do presente, reconhecendo a passagem do tempo, os vínculos construídos e o encerramento da narrativa original. Ao privilegiar falas reflexivas, lembranças pessoais e emoções associadas tanto ao início quanto ao fim da série, o especial constrói um espaço de memória que não busca restaurar a ficção, mas elaborar afetivamente sua permanência no imaginário coletivo.

5 CONCLUSÃO

Este trabalho teve como objetivo analisar de que modo *Friends: The Reunion* (2021) mobiliza a nostalgia como estratégia narrativa, estética e simbólica, consolidando a série *Friends* no imaginário coletivo e reforçando seu valor cultural no contexto contemporâneo do entretenimento e das plataformas de streaming. A partir dos aportes teóricos dos estudos culturais e das reflexões sobre nostalgia midiática, buscou-se compreender como memória, afeto e consumo se articulam na construção desse produto audiovisual.

Partindo das discussões desenvolvidas no primeiro capítulo, compreendeu-se a cultura como um campo dinâmico de disputas simbólicas, atravessado por relações de poder, hegemonia e consumo. Autores como Raymond Williams (2011) e Stuart Hall (2006) possibilitaram entender a cultura não como um conjunto fixo de práticas, mas como um processo histórico em constante transformação, no qual produtos midiáticos desempenham papel central na produção de sentidos e identidades. Nesse contexto, a cultura popular e a cultura pop emergem como espaços privilegiados de circulação de significados, capazes de articular experiências cotidianas e valores compartilhados em escala global.

A análise de *Friends* enquanto produto da cultura pop evidencia sua inserção nesse circuito cultural globalizado, marcado pela lógica da indústria cultural e pela ampla circulação midiática. A longevidade da série, sua constante reexibição e sua apropriação por diferentes gerações indicam como determinadas produções ultrapassam seu contexto original de exibição e se consolidam como repertórios simbólicos duradouros. Assim, *Friends* não se configura apenas como entretenimento, mas como um objeto cultural que participa ativamente da construção de memórias coletivas e de identidades culturais mediadas.

No segundo capítulo, a nostalgia foi compreendida como um fenômeno histórico, cultural e comunicacional, cuja significação se transforma ao longo do tempo. Ao deixar de ser associada exclusivamente a uma condição patológica, a nostalgia passa a ser entendida como emoção socialmente construída, profundamente ligada à memória, à identidade e às transformações do tempo. As contribuições de Svetlana Boym permitiram distinguir diferentes modos de vivenciar e mobilizar a nostalgia, enquanto os estudos sobre nostalgia midiática evidenciaram

seu uso estratégico nas produções audiovisuais contemporâneas, especialmente no contexto do mercado cultural.

A partir dessa fundamentação teórica, a análise do especial *Friends: The Reunion* demonstrou que a nostalgia opera como princípio estruturante da narrativa. O produto se organiza em torno da rememoração consciente da série original, acionando referências compartilhadas por meio da reconstrução fiel de cenários, da retomada de marcas visuais e sonoras e da inserção recorrente de imagens de arquivo. Esses elementos funcionam como dispositivos de reconhecimento e pertencimento, estabelecendo uma sensação de continuidade material e simbólica entre passado e presente.

No plano da materialidade, observou-se que cenários, objetos icônicos, figurinos e trilha sonora atuam como suportes centrais da memória afetiva. A recriação dos apartamentos, do Central Perk e da abertura da série reinscreve o universo ficcional de *Friends* no presente, reforçando a dimensão afetiva e simbólica desses espaços. Tais elementos evidenciam como signos originalmente narrativos são transformados em marcas culturais amplamente reconhecíveis, dotadas de valor simbólico e mercadológico.

No nível narrativo, a nostalgia manifesta-se por meio da seleção de momentos emblemáticos da série e da centralidade dos depoimentos do elenco. Ao articular lembranças pessoais, bastidores da produção e reflexões sobre o impacto cultural da obra, o especial constrói uma memória coletiva que reconhece a passagem do tempo e a historicidade da série. Nesse sentido, embora o especial apresente elementos que dialogam com a nostalgia restauradora (como a reconstrução minuciosa dos cenários originais, a preservação da abertura e a repetição de signos visuais e sonoros tal como eram na série), esses recursos não se orientam por um desejo de retorno a uma ordem passada ou de reativação da narrativa ficcional. Ainda assim, observa-se um traço restaurador na forma como o especial privilegia uma leitura pouco crítica do passado, evitando revisitar tensões e complexidades da série original.

A reprodução do universo material de *Friends* funciona como ponto de ancoragem afetiva, oferecendo reconhecimento e familiaridade ao público, mas sem a pretensão de restaurar o passado como modelo normativo. O eixo central do especial desloca-se, assim, para uma nostalgia de caráter predominantemente reflexivo, na medida em que reconhece a distância temporal, enfatiza a passagem

do tempo e incorpora a consciência histórica dos próprios atores e da obra. Ao articular memória, celebração e reflexão, *Friends: The Reunion* transforma o passado em objeto de contemplação e elaboração simbólica, e não em promessa de retorno, reforçando a ideia de que a nostalgia mobilizada opera mais como exercício de reconhecimento do tempo vivido do que como projeto de restauração.

Os resultados da pesquisa indicam que *Friends: The Reunion* mobiliza a nostalgia como estratégia midiática articulada à lógica do consumo cultural contemporâneo. Ao transformar a memória da série em experiência audiovisual, o especial reforça seu valor simbólico, amplia sua circulação global e dialoga com diferentes públicos, tanto aqueles que acompanharam a série em sua exibição original quanto novas gerações de espectadores. A nostalgia, nesse contexto, atua como linguagem cultural capaz de conectar temporalidades distintas, consolidando *Friends* como um produto cultural duradouro no cenário da cultura pop globalizada.

Além disso, a análise permite observar um limite importante na forma como o passado é mobilizado pelo especial. Embora *Friends: The Reunion* reconheça a distância temporal em relação à série original e se construa a partir da consciência de que aquele tempo não pode (nem pretende) ser revivido, a leitura do passado apresentada permanece majoritariamente celebratória. O especial pouco problematiza tensões, contradições ou aspectos críticos associados à produção e ao contexto histórico da série, como questões de representatividade, diversidade ou disputas simbólicas presentes em seu período de exibição. As memórias evocadas privilegiam afetos positivos, encontros harmoniosos e narrativas de sucesso, produzindo a sensação de que o passado rememorado foi homogêneo e isento de conflitos.

Nesse sentido, a nostalgia acionada opera mais como um dispositivo de conforto emocional do que como ferramenta crítica. Ainda que se ancore no reconhecimento do tempo vivido e na impossibilidade de retorno, ela evita tensionar o passado, optando por uma reconstrução suavizada e consensual da experiência de *Friends*. Tal escolha reforça a função mercadológica do especial, uma vez que a celebração acrítica favorece a identificação afetiva ampla e a circulação global do produto, mas também evidencia como a nostalgia, quando apropriada pela indústria cultural, tende a silenciar as complexidades históricas em favor de uma memória agradável e consumível.

Por fim, este estudo contribui para o campo da comunicação e dos estudos culturais ao evidenciar como a nostalgia se configura como recurso central na produção audiovisual contemporânea, articulando cultura, memória e mercado.

Como possibilidade para trabalhos futuros, sugere-se aprofundar a análise da recepção de produtos nostálgicos por diferentes públicos ou estabelecer comparações entre *Friends: The Reunion* e outros *revivals* e *reboots*, a fim de ampliar a compreensão sobre os usos da nostalgia na cultura midiática atual.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARNOLD-FORSTER, Agnes. *Nostalgia hasn't always been a tool for manipulating our emotions; it was once a medical condition*. **The Conversation**, 10 maio 2024. Disponível em: <https://theconversation.com/nostalgia-hasnt-always-been-a-tool-for-manipulating-our-emotions-it-was-once-a-medical-condition-226431>. Acesso em: 25 mar. 2025.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Tradução de Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. Lisboa: Gráfica Telles da Silva, 1979.

BOYM, Svetlana. Mal-estar na nostalgia. **História da Historiografia: International Journal of Theory and History of Historiography**, Ouro Preto, v. 10, n. 23, 2017. DOI: 10.15848/hh.v0i23.1236. Disponível em: <https://www.historiadahistoriografia.com.br/revista/article/view/1236>. Acesso em: 26 jan. 2026.

CANCLINI, Néstor García. **Culturas híbridas**: estratégias para entrar e sair da modernidade. Tradução de Heloísa P. Cintrão e Ana Regina Lessa. 2. ed. São Paulo: Edusp, 2008.

CASTELLANO, Mayka; MEIMARIDIS, Melina. *Television production and weaponized nostalgia: a Netflix case study* (Produção televisiva e instrumentalização da nostalgia: o caso Netflix). **Geminis** – Revista Online do Grupo de Pesquisa da UFSCar, São Carlos, v. 8, n. 1, p. 60-86, 2017. Disponível em: <https://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/281>. Acesso em 15 ago. 2025.

CHMIELEWSKI, Dawn. How 'Friends' Generated More Than \$1.4 Billion For Its Stars And Creators. **Forbes**, 2021. Disponível em: <https://www.forbes.com/sites/dawnchmielewski/2021/05/28/how-friends-generated-more-than-14-billion-for-its-stars-and-creators/>. Acesso em: 5 maio 2026.

CIRNE, M. D. da S. Um estudo sobre a nostalgia: de uma doença de guerra a um fenômeno da cultura midiática. **Caderno Pedagógico**, [S. l.], v. 22, n. 8, p. e17401, 2025. DOI: 10.54033/cadpedv22n8-203. Disponível em: <https://ojs.studiespublicacoes.com.br/ojs/index.php/cadped/article/view/17401>. Acesso em: 26 jan. 2026.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. **Cartografias dos estudos culturais**: uma versão latino-americana. Ed. *on-line*. Belo Horizonte: Autêntica, 2010.

FARIA, Bárbara. A nostalgia como estratégia de comunicação na moda: o retorno de tendências dos anos 90 e 2000. **The Trends Hub**, Porto, v. 1, n. 5, 2025. DOI: 10.34630/tth.v1i5.6238. Disponível em: <https://parc.ipp.pt/index.php/trendshub/article/view/6238>. Acesso em: 26 jan. 2026.

GONÇALVES, Luiz Alberto Rodrigues. **Nostalgia e cultura pop**: releituras da Guerra Fria e do pânico satânico em *Stranger Things*. 2024. 119 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal de Mato Grosso, Faculdade de Comunicação e Artes, Cuiabá, 2024.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução de Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HALL, Stuart. **Da diáspora**: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

HENRIQUES, Flávio Medeiros; SUAREZ, Maribel Carvalho. Nostalgia como prática? Relendo a pesquisa sobre nostalgia no campo do *Marketing*. **Cadernos EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, RJ, v. 19, n. 3, p. 524–537, 2021. DOI: 10.1590/1679-395120200109. Disponível em: <https://periodicos.fgv.br/cadernosebape/article/view/83370>. Acesso em: 26 jan. 2026.

LOW, Elaine. 'Friends' Cast to Reunite for Exclusive HBO Max Special. **Variety**, 2020. Disponível em: <https://variety.com/2020/tv/news/friends-cast-reunion-hbo-max-1203510743/>. Acesso em: 5 maio 2026.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Prefácio de Néstor García Canclini. Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

MILANI PIRONATO, Vanessa. A contracultura e seus conflitos: a vanguarda e o pop no rock dos anos 1960. **Fênix - Revista de História e Estudos Culturais**, [S. l.], v. 20, n. 1, p. 61–80, 2023. DOI: 10.35355/revistafenix.v20i1.1190. Disponível em: <https://www.revistafenix.pro.br/revistafenix/article/view/1190>. Acesso em: 5 maio 2026.

NAPOLITANO, Marcos; VILLAÇA, Mariana. Tropicalismo: As Relíquias do Brasil em Debate. **Revista Brasileira de História**, v. 18, n. 35, p. 53–75, 1998. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbh/a/QzhptqD6H8fdCnkms36Gx7H/?lang=pt>. Acesso em: 5 maio 2026.

NORRIS, Rebecca. The Rachel haircut is a '90s classic that we can't get enough of. **InStyle**, [s. l.], 2024. Disponível em: <https://www.instyle.com/the-rachel-haircut-8575551>. Acesso em: 25 jan. 2026.

ODELL, Michael. Lisa Kudrow: 'Friends is still great. Matthew Perry was a genius'. **The Times**, 2026. Disponível em: https://www.thetimes.com/culture/tv-radio/article/lisa-kudrow-friends-matthew-perry-comeback-new-season-5nw086dx8?eafs_enabled=false. Acesso em: 5 maio 2026.

PEREIRA, Lucas Vantier Alves. **Tendências socioculturais e a reutilização de conteúdos estéticos da era Y2K na moda contemporânea**. 2017. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Design – Moda) – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2017.

RIBEIRO, Ana Paula. Mercado da nostalgia e narrativas audiovisuais. **E-compós**, Brasília, v. 21, n. 3, 2018. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/1491>. Acesso em 15 ago. 2025.

SANTOS, Ailton Costa dos; CARDOSO, Fernanda de Abreu. O valor simbólico da nostalgia no *design* de embalagens. **Anais do Colóquio Internacional de Design**

2020, São Paulo: Blucher, p-1318-1330, 2020. Disponível em: <https://www.proceedings.blucher.com.br/article-details/o-valor-simblico-da-nostalgia-no-design-de-embalagens-35924>. Acesso em: 26 jan. 2026.

SILVA, Andressa Gonçalves da. **A nostalgia do futuro**: uma análise do retorno ao passado na música pop de Dua Lipa. 2021. 114 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social – Jornalismo) – Instituto de Cultura e Arte, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2021.

SILVA, Bruna Neres da. **As convergências dos meios de comunicação**: um estudo de caso sobre a Netflix. 2018. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Jornalismo) – Universidade Católica de Brasília, Brasília, DF, 2018.

SILVA, Graciella Fabrício da. “Calmos numa época de tempestade”: o sonho americano e o propósito nacional dos Estados Unidos. In: SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA, 26., 2011, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo: ANPUH, 2011. 1 recurso online. Disponível em: <http://anpuh.org.br/index.php/documentos/anais/category-items/1-anais-simposios-a-npuh/32-snh26>. Acesso em: 5 maio 2026.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?**. Tradução de Milton Camargo Mota. São Paulo: Edições Loyola, 2014.

SOUZA, Ricardo Luiz de. O cinema novo: origens e consolidação. **Pista: Periódico Interdisciplinar**, Belo Horizonte, v. 2, n. 2, p. 70-92, ago./nov. 2020. Disponível em: <https://periodicos.pucminas.br/pista/article/view/25071>. Acesso em: 5 maio 2026.

SPLANGER, Todd. ‘Friends: The Reunion’ Was Almost as Big as ‘Wonder Woman 1984’ on HBO Max. **Variety**, 2021. Disponível em: <https://variety.com/2021/digital/news/friends-reunion-viewing-ratings-hbo-max-1234984547/>. Acesso em: 5 maio 2026.

TAVARES, Frederico; PRADO, Denise. Uma viagem no tempo: nostalgia e memória numa edição da *Trip*. **Vozes & Diálogo**, Itajaí, v. 16, n. 1, 2017. Disponível em: <https://www.repositorio.ufop.br/items/e9178a48-5705-4769-8822-0f6e9e3aa4dd>. Acesso em 15 ago. 2025.

VLACIC MORAIS, Marina; DA SILVA NUNES, Lucas. Diferenças entre o popular e o pop: o cinema de super-heróis como parte integrante de uma cultura segmentada. **Tropos: Comunicação, Sociedade e Cultura**, [S. l.], v. 10, n. 1, 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufac.br/index.php/tropos/article/view/4779>. Acesso em: 31 jul. 2025.

WILLIAMS, Raymond. **Cultura e sociedade**: de Coleridge a Orwell. Tradução de Vera Joscelyne. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.