

Os usos da nostalgia nas séries *Rebelde* (2022) e *Margarita* (2024)

RESUMO

Aélton Alves de Melo Junior
aeltonjunior@gmail.com
Universidade Federal Fluminense (UFF),
Niterói, Rio de Janeiro, Brasil.

O presente artigo parte do conceito de *newstalgia* para analisar as séries *Rebelde* (Netflix, 2022) e *Margarita* (HBO Max, 2024) – obras que retomam o universo ficcional das novelas *Rebelde* (Televisa, 2004) e *Floricienta* (Canal 13, 2004) –, com o objetivo de discutir como plataformas de *streaming* instrumentalizam a nostalgia como estratégia comercial. Apoiado nas noções de nostalgia restauradora e reflexiva (Boym, 2017) e em debates sobre nostalgia e mídia, o estudo identificou, por meio de análise comparativa entre as séries e as telenovelas, “pontes nostálgicas” que articulam continuidades e atualizações entre as narrativas novas e antigas. Os resultados indicam que as plataformas operam a nostalgia como investimento seguro, de modo que afeto e lógica comercial se tornam dimensões inseparáveis de um mesmo produto cultural, ato que revela a *newstalgia* como uma estratégia de mediação de memórias.

PALAVRAS-CHAVE: Newstalgia. Instrumentalização da nostalgia. Streaming. Séries. Narrativa.

INTRODUÇÃO

Se museu é arquivo e novidade é porvir, na lógica da indústria cultural a união dos dois revela que o novo se apoia em memórias e experiências anteriores para adquirir valor e ressonância. Essa lógica está na base da chamada *newstalgia*¹ (Decrop, 2008), estratégia do marketing na qual elementos do passado são reativados não como simples atos de memória, mas de forma calculada para ser reconhecível para quem viveu e atraente para quem ainda vai descobrir. Trata-se, no entanto, de uma fórmula antiga com nome novo, pois há décadas a nostalgia é explorada por essa indústria audiovisual como recurso de conquista de espectadores e consumidores, mecanismo que, segundo Ribeiro (2018), se sustenta pela capacidade apelativa da nostalgia em mobilizar memórias afetivas.

O apelo da nostalgia, aliás, é intensificado quando as memórias acionadas pertencem à infância e à juventude, período que, conforme Cross (2015), o consumo de mídia é também experiência constitutiva de formação dos sujeitos e, portanto, capaz de criar vínculos duradouros. Nesse contexto, assistir um filme, uma série ou uma novela é também acumular memórias e afetos, acúmulo este que a indústria cultural consegue operar a nostalgia de forma estratégica, realizando o que Castellano e Meimaridis (2019) nomeiam de instrumentalização da nostalgia (*weaponizing nostalgia*) que, em resumo, é a conversão dos vínculos emocionais em ferramenta de mercado, de modo a garantir atenção, identificação e o consumo por diferentes gerações.

Nesse cenário, se inserem as séries *Rebelde* (Netflix, 2022) e *Margarita* (HBO Max, 2024), obras que revivem, na era dos streamings, o universo das novelas *Rebelde* (Televisa, 2004) e *Floricienta* (Canal 13, 2004), que foram sucesso em diversos países nos anos 2000. Encarando estas séries como gestos calculados de ativação de memória, neste artigo debateremos como a nostalgia foi instrumentalizada na narrativa interna e externa das obras. Para tanto, a análise se organiza em dois movimentos complementares: o primeiro examina cenas da primeira temporada de cada obra, identificando quais elementos narrativos das novelas são recuperados na intenção de soar familiar e mesmo tempo uma novidade; o segundo recorre a dados secundários, como cobertura de portais de notícias brasileiros e conteúdo de redes sociais para observar como a estratégia nostálgica se estende para além da diegese das séries.

NEWSTALGIA, A INSTRUMENTALIZAÇÃO DA NOSTALGIA

Encarando a nostalgia de forma contemporânea, distante da abordagem clínica da qual o conceito emerge², a russa Svetlana Boym (2017) observa que a aceleração das relações sociais, a efemeridade do consumo e as constantes mediações midiáticas favorecem que o passado seja acessado, usado e ressignificado de modo a desafiar os limites da temporalidade e da espacialidade, numa tentativa de manter estável as instabilidades do cotidiano contemporâneo. Nessa relação de resgate, Boym (2017) aborda que a busca por reviver o passado encontra na juventude e na infância não apenas um tempo/espço a rememorar, mas também uma espécie de retorno desejado. Este argumento é semelhante ao articulado por Gary Cross (2015), abordando que o consumo acelerado de produtos culturais fomenta o consumo da nostalgia (*consumed nostalgia*), o autor revela que o consumidor busca nas memórias pessoais associadas a bens de

consumo, especialmente os vivenciados durante a infância e juventude, formas de preservar seus interesses, identidades e subjetividades frente a efemeridade do capitalismo.

No entanto, precisamos relevar que a experiência da infância/juventude não é unânime para todos, podendo ser marcada por traumas e dificuldades sociais. Portanto, é preciso refletir que o movimento nostálgico passa por revisionismos e aprendizados, pois olhar para o passado é, também, evoluir algo que outrora foi germinado, pescar o que é possível manter e rememorar para não esquecer. Nessa chave, Boym (2017) ressalta que a nostalgia nem sempre é um retorno em concordância com o passado: “a nostalgia, a meu ver, nem sempre é retrospectiva; pode ser igualmente prospectiva” (Boym, 2017, p. 153).

Com essa reflexão, Boym (2017) propõe duas formas de encarar a nostalgia, que são fundamentais para o nosso estudo: a nostalgia restauradora e a nostalgia reflexiva. A primeira refere-se ao retorno às origens, à reconstrução das coisas como eram ou como se imagina. No discurso popular, ela pode ser localizada, por exemplo, no enunciado “antigamente era melhor”, que trata de um passado idealizado, considerado superior ao presente. Segundo a autora, a nostalgia restauradora “não se percebe como nostalgia, mas antes como verdade e tradição” (Boym, 2017, p. 159). Portanto, o movimento ou o desejo de retorno se dá em concordância acrítica com o passado imaginado.

Já a segunda forma, a reflexiva, é aquela que, apesar de olhar para o passado com saudade, o faz com criticidade e atenção, aprendendo com ele (Boym, 2017). Por exemplo, ao assistirmos a um filme ou a uma série mais antiga, é comum realizarmos certo revisionismo histórico ao observar problemáticas que antes não eram discutidas, como a falta de representatividades sociais plurais ou questões de gênero e raça. Portanto, esse tipo de nostalgia possibilita um retorno que questiona o passado em vez de apenas celebrá-lo.

Em produções audiovisuais de ficção, a nostalgia restauradora e a reflexiva podem ocorrer tanto separadamente quanto em sobreposição. São exemplos dessa dinâmica: *reprises*, *remakes*, *reboots*, *revivals*, prequelas, sequelas e os *spin-offs*. As *reprises* enquadram-se melhor na nostalgia restauradora, por apresentarem o material na íntegra. Contudo, a experiência nostálgica não é maniqueísta; os espectadores e seus contextos socioculturais se transformam, podendo haver dissonâncias entre o passado preservado e o consumo no presente (Boym, 2017).

Já os *remakes*, *reboots*, *revivals*, prequelas, sequelas e os *spin-offs*, que se caracterizam como reformulações ou expansões de universos narrativos preexistentes, podem transitar entre a nostalgia reflexiva, a restauradora e combiná-las. Quando apenas reproduzem fórmulas narrativas sem questionar os atuais contextos, apenas recriando a obra antiga sem alterações, aproximam-se da nostalgia restauradora. Porém, quando propõem releituras que atualizam as obras anteriores ou problematizam aspectos antes naturalizados, mobilizam a dimensão reflexiva. As séries objetos de nosso estudo, *Rebelde* (Netflix, 2022) e *Margarita* (HBO Max, 2024), podem exemplificar essa dinâmica ao retomarem universos ficcionais de décadas anteriores e os atualizarem para o presente, ou melhor, para nosso estudo, é relevante observar quais releituras e atualizações são feitas pelas séries em relação às novelas *Rebelde* (Televisa, 2004) e *Floricienta* (Canal 13, 2004).

As séries analisadas alocam-se no que se chama *spin-off*, isto é, narrativas derivadas de uma obra já existente. Segundo Ana Paula G. Ribeiro (2018, p. 3), um *spin-off* permite contar os desdobramentos de uma história mantendo o público engajado com cenários, personagens e situações que lhe são familiares. Ao mesmo tempo, o *spin-off* oferece pontos de entrada para espectadores que não conheceram as produções antigas, nesses casos “[...] o passado é acionado de forma alusiva, como elemento de produção de familiaridade, conexão emocional e identificação do consumidor com os produtos”. No marketing, este movimento tem sido chamado de *newstalgia*, neologismo que une *new* (novo) com *nostalgia*.

Conforme explica Laila Bensabath (2020), a *newstalgia* é uma tendência do marketing 4.0, isto é, trata-se de uma tendência pensada para a era digital, na integração do ambiente virtual com as experiências físicas do público consumidor na pós-modernidade. Para Decrop (2008), o consumidor da pós-modernidade busca no passado algo novo ou mesmo algo que soe *vintage* ao mesmo tempo moderno, fenômeno que dá forma à *newstalgia*.

Não por acaso, as plataformas de *streaming* se tornaram um território mais produtivo para essa operação. Netflix, Prime Video e HBO Max, por exemplo, têm construído seus catálogos recuperando o passado e produzindo novas obras, tendo como pivô o acesso a dados sobre os hábitos e afetos dos assinantes, o que permite identificar quais universos ficcionais antigos ainda mobilizam o público e, assim, investir na nostalgia como estratégia de mercado. Assim, séries de grande sucesso dos anos 1990 e 2000 ganharam novas temporadas anos após o encerramento de suas exibições originais, como a minissérie especial *Gilmore Girls: A Year in the Life* (Netflix, 2016), a retomada de *Gossip Girl* (HBO Max) em 2021 e a série *And Just Like That...* (HBO Max, 2021), continuação de *Sex and the City* (HBO, 1998). Nesses exemplos, o valor nostálgico está em ser familiar para um público antigo e novidade para outros, como em *Gossip Girl* (2021), que apesar de ser ambientada no mesmo universo da série original de 2007, trouxe um novo elenco jovem na finalidade de conquistar espetadores mais jovens.

A exploração estratégica da nostalgia pelos serviços de *streaming* é um fenômeno que Castellano e Meimaridis (2019) denominam de “*weaponizing nostalgia*”, isto é, a instrumentalização da nostalgia. As autoras argumentam que as plataformas, ao “ressuscitarem” séries canceladas ou finalizadas, utilizam a nostalgia para “produzir conteúdo voltado para fãs nostálgicos em um processo que caracterizaremos como recordação do público” (Castellano; Meimaridis, 2019, p. 170, tradução nossa). Assim, através de séries como *Stranger Things* (2016), a Netflix voltou-se ao passado para recortar e utilizar referências do cinema e da TV para construir novas narrativas com apelo a elementos reconhecíveis – essa fórmula trouxe bons retornos para a plataforma e foi replicada em outras produções.

Dessa forma, “ao instrumentalizar a nostalgia, a Netflix consegue reacender o interesse dos fãs, ao mesmo tempo que proporciona à empresa um ‘investimento mais seguro’” (Castellano; Meimaridis, 2019, p. 170, tradução nossa). Esse investimento seguro fundamenta-se na noção de que “[...] os telespectadores têm maior probabilidade de passar tempo com algo que conhecem do que com algo novo” (Castellano; Meimaridis, 2019, p. 171, tradução nossa). Portanto, a familiaridade funciona como mecanismo de atração e fidelização de audiências já pré-existentes, reduzindo o risco que há em se lançar algo totalmente inédito.

A estratégia de investimento seguro também é abordada pela britânica Amy Holdsworth (2011), ao observar como a televisão recorre à familiaridade e à memória coletiva como estratégia comercial, de modo que o reconhecimento de universos ficcionais já estabelecidos proporciona conforto e pertencimento aos espectadores, reduzindo a ansiedade frente contextos de mudanças sociais. Nesse contexto, a lógica algorítmica é destacada por Castellano e Meimaridis (2019) pelo fato de os *streamings* terem acesso a dados detalhados sobre as preferências de consumo dos assinantes, o que permite mensurar quais produções antigas possuem um maior engajamento. Como exemplo, as autoras citam a série *Fuller House* (Netflix, 2016) que revive a série *Full House* (ABC, 1987).

Em resumo, as decisões sobre investimento em séries são também orientadas por métricas que revelam não apenas o que os usuários consomem, mas como interagem afetivamente com determinados universos ficcionais, permitindo que as plataformas identifiquem quais materiais possuem potencial de conversão em audiência e investimento seguro. Esse movimento consolida o que o mercado tem chamado de *newstalgia* (Scott, 2025), isto é, ao apostar em universos ficcionais já conhecidos e consolidados, as plataformas de *streaming* produzem conteúdos que envolvem a memória afetiva de espectadores nostálgicos e, simultaneamente, são novidades para aqueles que os descobrem pela primeira vez. Portanto, a *newstalgia* representa um estágio estratégico da instrumentalização da nostalgia, no qual o passado não é apenas revisitado, mas evocado para o consumo de diferentes gerações.

OS UNIVERSOS FICCIONAIS DE CRIS MORENA

Produtora, empresária e compositora argentina, Cris Morena é responsável pela criação de diversas telenovelas infanto-juvenis que atravessam gerações e fronteiras geográficas. Seu primeiro grande projeto foi *Chiquititas*, novela transmitida de 1995 a 2001 no canal argentino Telefé. A novela narra sobre um grupo de crianças órfãs sob os cuidados de uma jovem tutora, tendo como ambientação um orfanato mágico e cheio de mistérios. Em seu país, a novela foi sucesso desde a exibição da primeira temporada, fato que motivou a exportação para outros países e adaptações locais em Portugal, Brasil, México, Romênia e Israel. No Brasil, a adaptação foi transmitida pelo canal SBT entre 1997 e 2001 em 5 temporadas (e uma segunda adaptação, transmitida de 2013 a 2015).

Após *Chiquititas*, em 2002 Cris Morena lançou a telenovela *Rebelde Way*, focada em dramas de adolescentes ricos em um colégio interno, trazendo temáticas como transtorno alimentar, conflitos familiares, sexualidade, diferenças de classe, entre outros temas comuns a narrativas juvenis. Sem abrir mão da abordagem musical, a novela continha o grupo fictício Erreway, que ganhou vida própria e seguiu em atividade mesmo após o fim da segunda e última temporada em 2003. Assim como sua antecessora, canais internacionais também compraram os direitos de adaptação da novela, sendo eles Chile, Brasil, Portugal, Índia e México. Porém, a versão mexicana, lançada em 2004 pelo canal Televisa, superou a obra original ao alcançar repercussão internacional — inclusive no Brasil, onde foi exibida pelo SBT entre 2005 e 2006 — e ao impulsionar o grupo RBD, que transcendeu a ficção e permaneceu em atividade até 2008.

Um aspecto das narrativas de Cris Morena é a construção de universos transmidiáticos que desafiam as fronteiras entre ficção e cotidiano. Isto é, suas produções expandem-se para além da televisão através de trilhas sonoras, espetáculos teatrais e produtos licenciados, cultivando espectadores ativos dispostos a transitar entre múltiplas formas de consumo. Essa estratégia demanda um espectador ativo, disposto a investir tempo e afeto na experiência de consumo, fato que impulsiona a relação afetiva entre consumidos/espectador e produto/obra. Um exemplo da intensidade dessa relação ocorre quando os integrantes da banda fictícia RBD ocupam arenas de shows com legiões de fãs. Aliás, esse vínculo revela-se capaz de atravessar décadas, pois entre 2023 e 2025, os grupos Erreway e RBD (imagem 1) realizaram turnês nostálgicas ao redor do mundo em shows de ingressos esgotados. O RBD, em destaque, levou fãs para shows em estádios de futebol lotados em diversos países, incluindo o Brasil.

Imagem 1: grupos Erreway e RBD em shows de retorno em 2025 e 2024



Fonte: colagem do autor; fotos Portal Popline.

Na sequência de *Rebelde Way*, Cris Morena produziu, entre 2004 e 2005, a novela *Floricienta*, obra que adaptou a fábula de Cinderela para a contemporaneidade dentro de um universo lúdico e musical. Assim como os projetos anteriores, essa obra também apresentou sucesso internacional com exibição e comercialização do material original em diversos países e também adaptações locais no Brasil, Chile, Portugal, Colômbia e México. No Brasil, a TV Bandeirantes (Band) assumiu a adaptação das duas temporadas da novela entre 2005 e 2006, rebatizando a obra como *Floribella*³. O remake brasileiro manteve a identidade visual da novela a caracterização dos personagens e a regravação das canções em português, mas fazendo mudanças sutis, como troca de nomes de personagens para melhor adaptação a cultura local. A aposta conquistou audiências expressivas para a emissora, conquistou discos de platina com a comercialização de CDs e DVDs, e catapultou talentos que permanecem ativos na televisão brasileira até os dias atuais.

Já em seu país de origem, *Floricienta* também se consolidou como um fenômeno cultural com a comercialização de mídias, produtos licenciados e espetáculos teatrais em um dos principais teatros da capital Buenos Aires, o Gran Rex. O ápice da comoção nacional materializou-se em um evento que marcou a televisão argentina, quando o último capítulo da novela foi gravado e transmitido ao vivo em um estádio repleto de fãs, um espetáculo que trouxe a ficção televisiva para a realidade vivida.

Duas décadas após o lançamento de *Floricienta*, a permanência da obra no imaginário afetivo evidenciou-se quando em 2024, a atriz protagonista, Florencia Bertotti, embarcou em turnê internacional percorrendo países da América Latina, Europa e até os Estados Unidos com shows que revisitam o repertório da novela. Este fenômeno também ocorreu no Brasil com a atriz que protagonizou *Floribella*, Juliana Silveira, tendo shows esgotados por capitais brasileiras no ano de 2025.

Os shows nostálgicos mencionados revelam como obras audiovisuais consumidas na infância se entrelaçam com a memória e o afeto dos telespectadores, de modo que ao retornarem, após décadas, ativam sensações, emoções e experiências de um tempo passado. E é justamente com foco nesses vínculos duradouros que a indústria cultural reconhece e instrumentaliza a nostalgia. No caso, a dinâmica de consumo da nostalgia (Cross, 2015) se dá por adultos que buscam resgatar sensorialidades e emoções ligadas aos anos de formação, através do consumo de produtos culturais que marcaram a infância e/ou a juventude.

Após as obras citadas, Cris Morena ainda engatou outros projetos de sucesso na Argentina, o mais notório sendo a novela *Casi Ángeles* (Telefé, 2007) que durou quatro temporadas. Contudo, em 2010 a vida pessoal da produtora é abalada, após o falecimento de sua filha, Romina Yan, atriz que chegou a protagonizar algumas temporadas de *Chiquititas*. A fatalidade a levou a se afastar da indústria por anos, realizando apenas projeto menores e se dedicando à escola *Otro Mundo*, instituição focada em formar jovens para a vida artística.

Em 2023 a produtora volta à ativa, agora produzindo a série musical *Te quiero y me duele* (*Te amar dói*, no Brasil) em parceria com a plataforma de *streaming* HBO Max, parceria essa que mais tarde possibilitou a produção de *Margarita* (2024), série *spin-off* que revive o universo ficcional da novela *Floricienta*. No entanto, antes da parceria de Cris Morena com a HBO Max, o nome da produtora entrou em evidência por causa da série *spin-off* de *Rebelde* versão mexicana, produzida pela plataforma Netflix em 2022 – vale ressaltar que este *revival* não foi assinado por Morena, mas recebe o seu selo devido os direitos autorais.

Portanto, a volta de Cris Morena à ativa está inserida em um modelo de negócio marcado pela presença das plataformas de *streaming*, e nesse mercado a permanência das obras de Morena no imaginário coletivo não passou despercebida. Reconhecendo que “os telespectadores têm maior probabilidade de passar tempo com algo que conhecem do que com algo novo” (Castellano; Meimaridis, 2019, p. 171, tradução nossa), podemos compreender que as plataformas Netflix e HBO Max se voltaram para os universos ficcionais da autora por visualizarem o potencial de investimento seguro que eles podem proporcionar. Nesse contexto surgem *Rebelde* (Netflix, 2022), retomando o universo de *Rebelde* (2004), e *Margarita* (HBO Max, 2024) dando continuidade a *Floricienta* (2004).

A NOSTALGIA EM REBELDE (2022)

A sinopse da série *Rebelde* na Netflix informa: “A mesma escola, uma nova geração de rebeldes. Esta série é uma releitura da novela argentina, criada por Cris Morena, e também da versão mexicana”⁴. Portanto, a plataforma estabelece que a obra não é um *remake*, pois traz uma nova geração situada no mesmo universo ficcional já conhecido. Mas, conforme explanaremos, a série funciona como um *spin-off*, pois revive o universo da versão mexicana.

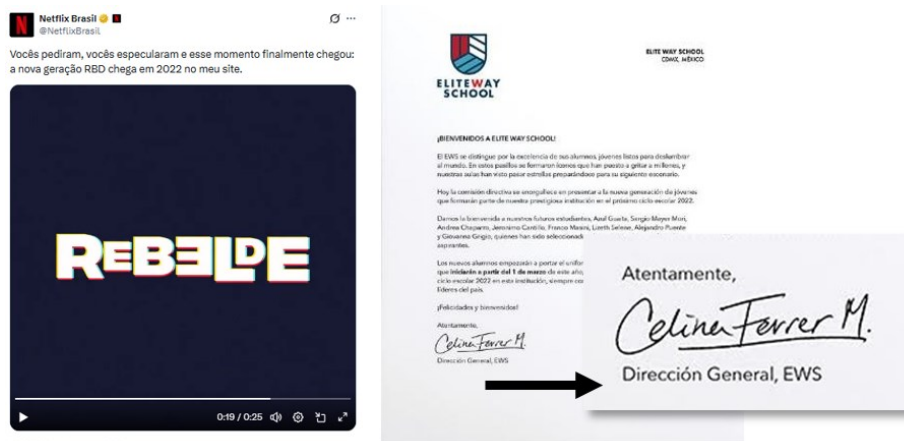
A primeira temporada acompanha adolescentes recém-ingressos no programa de excelência musical do colégio fictício *Elite Way School*, divididos entre os dilemas nessa fase da vida (relacionamentos, família, estudos etc.) e o mistério que permeia toda a narrativa: identificar os integrantes da *Seita*, uma sociedade secreta que ameaça tanto a permanência dos novatos no colégio quanto suas

chances na Batalha das Bandas. Para os espectadores da obra antiga, a trama da Seita é bastante familiar, uma vez que também norteou a primeira temporada da novela em 2004. Portanto, ao se apresentar como releitura, a série de 2022 sinaliza que a nostalgia não ocorre como um adorno, mas como um elo narrativo que está presente desde a estrutura diegética até os detalhes que só o espectador familiarizado com a obra anterior consegue capturar.

Aliás, a instrumentalização da nostalgia na série tem início antes mesmo de sua estreia. Em 2018, Cris Morena revelou ter vendido os direitos da novela *Rebelde Way* (2002) para um remake⁵, lançando na mídia uma onda de especulações que manteve o público em alerta. A confirmação veio em 2021, quando a Netflix divulgou o lançamento não como um remake, mas uma continuação da versão mexicana da novela. O anúncio foi feito através de um teaser⁶ de 25 segundos publicado nas redes sociais, contendo apenas a logo da série e a música de abertura da novela mexicana, um gesto preciso capaz de reativar o vínculo afetivo de toda uma geração.

Além do teaser, outros materiais de divulgação atuaram na ativação de memória afetiva do público. Nas redes sociais da Netflix e em portais de notícias, circulou uma carta de boas-vindas do colégio Elite Way School (imagem 2), agora abreviado EWS, dirigida aos novos alunos da instituição. Este documento funcionou como extensão diegética da série, mas continha um detalhe nostálgico estratégico: a assinatura da diretora Celina Ferrer, personagem da atriz Estefanía Villarreal, que foi aluna na novela de 2004. Ou seja, ao retornar ao mesmo universo ficcional duas décadas depois, agora como figura de autoridade, a personagem funciona como elo entre os dois tempos da narrativa.

Imagem 2: capturas de tela da publicação do teaser e da carta do EWS com assinatura da diretora



Fonte: colagem do autor.

Após os primeiros anúncios, a expectativa em torno do elenco jovem da série tomou conta da mídia e das redes sociais. Entre os nomes especulados estava o da atriz Giovanna Grigio, já conhecida do público brasileiro por ter protagonizado o remake brasileiro de *Chiquititas* em 2013, fato que trouxe camadas a mais na estratégia nostálgica da série. Vale lembrar que o modelo de negócio dos *streamings* não se limita à localização geográfica da produção, pois as obras costumam ser pensadas para o consumo global. Assim, apesar de a produção ser mexicana, o elenco da série foi composto por atores de diferentes nacionalidades

da América Latina. Dito isso, o nome de Grigio foi confirmado em setembro de 2021, quando a plataforma divulgou as primeiras fotos do novo elenco⁷, além do segundo teaser⁸ no qual os atores aparecem cantando uma regravação da música de abertura da novela de 2004.

Compreendemos que a escolha por Giovanna Grigio constitui um gesto de reconhecimento ao público brasileiro, país onde a novela mexicana foi fenômeno nacional nos anos 2000. Na série, a atriz interpreta Emilia, aluna veterana e bolsista cujo romance com a novata Andi (Lizeth Selene) introduz ao universo ficcional uma narrativa sobre gênero e sexualidade que a obra original nunca contemplou. Aliás, essa decisão envolve camadas mais complexas, pois além de Grigio ter protagonizado *Chiquititas* (SBT, 2013), ela viveu o primeiro romance lésbico da novela brasileira *Malhação* (TV Globo, 2017), cuja narrativa gerou tanta repercussão que se prolongou em um *spin-off* no formato de série *As Five* (Globoplay, 2020). Dessa forma, a Netflix não apenas acena para o mercado brasileiro, mas instrumentaliza a trajetória da atriz como dispositivo nostálgico.

Nota-se que a obra transita com sucesso no desafio de atualizar a narrativa sem abrir mão dos elementos reconhecíveis do universo ficcional. Essa atualização pode ser notada ao observarmos os uniformes dos alunos da série, que são visualmente similares aos da primeira temporada da novela de 2004 (imagem 3), principalmente por manterem a predominância das cores vermelha e azul. No entanto, os uniformes da série oferecem maiores possibilidades de expressão criativa por meio de customizações, acessórios e combinações com outras peças do guarda-roupa escolar (casacos, suéteres, camisas, blazers e a clássica gravata). Interpretamos que essa atualização reflete a valorização contemporânea em relação às subjetividades e à expressão pessoal, ao mesmo tempo em que há a permanência de códigos visuais reconhecíveis ao público da novela. Ou seja, o novo uniforme traz conexão emocional ao espectador nostálgico, sem deixar de se conectar com novos públicos.

Imagem 3: comparação dos uniformes da novela e da série



Fonte: fotos de divulgação Televisa e Netflix

Além da atriz Estefanía Villarreal e da diretora Celina Ferrer, também retorna ao elenco a atriz Karla Cossío, revivendo a agora ex-aluna Pilar Gandía (imagem 4), como mãe de Jana (Azul Guaita), aluna da nova geração. Além disso, para reforçar que a série revive o mesmo universo ficcional da novela, em uma cena do episódio piloto, Celina fala no auditório do colégio “alguns de vocês já me conhecem, mas para quem não conhece, eu sou a Celina Ferrer”. A fala da personagem dirige-se simultaneamente aos novos alunos dentro da narrativa, como também aos

telespectadores fora dela. Essa estratégia está no que Holdsworth (2011) denomina de “retorno seguro”, isto é, a familiaridade de elementos do passado que facilitam o engajamento do público nostálgico.

Imagem 4: comparações da personagens Celina e Pilar na novela e na série



Fonte: capturas de tela do autor.

Além de pontes nostálgicas diretas, há pontes indiretas, como o enredo da personagem Jana (Azul Guaita) que remete ao da personagem Mia Colucci, que foi interpretada pela atriz Anahí na novela. Ambas são de família rica, possuem senso de liderança, gostam de moda e de cantar. Mas a conexão mais explícita manifesta-se no envolvimento romântico de Jana com o bolsista Esteban (Sergio Mayer), tal como na novela, com Mia se apaixonando por Miguel (Alfonso Herrera), que também era bolsista. Além disso, há paralelismo entre Esteban e Miguel, pois ambos entram no Elite Way School motivados pelo desejo de vingança relacionado à família Colucci. Enquanto Miguel buscava vingar seu pai contra um golpe de Franco Colucci (pai de Mia), Esteban aproxima-se da família Colucci para buscar informações sobre o paradeiro de sua mãe.

Como notado, a família Colucci é explorada na série especialmente com a presença do personagem Luka (Franco Masini), que é primo direto da personagem Mia. Contudo, o paralelismo entre os personagens opera mais por contrastes: se Mia funcionava como alívio cômico através de sua personalidade mimada e ácida, Luka é marcado por egocentrismo e prepotência. As similitudes, entretanto, aparecem nas dinâmicas familiares, com ambos buscando desesperadamente a validação de pais.

Além disso, Luka é um rapaz gay, fato que nos faz notar que a narrativa sobre sexualidade é uma estratégia para atualizar o enredo para a contemporaneidade. Na trama do personagem, embora ele possua elevado grau de autoconfiança e ocupe posição de privilégio socioeconômico, sua orientação sexual o expõe a episódios de bullying e ameaças, fato que tensiona as relações de poder dentro do colégio e evidencia como marcadores de identidade sexual atravessam privilégios de classe. Essa abordagem além de atualizar o universo narrativo, dialogando sobre diversidade sexual e LGBTfobia, também constrói um personagem

multidimensional cujas vulnerabilidades coexistem frente sua arrogância e privilégios.

Como dito antes, outra ponte nostálgica consiste na recuperação de um dos *plots* centrais da novela, a Seita – grupo secreto de alunos mascarados que atormentava estudantes bolsistas da novela de 2004, pois consideravam que estes não mereciam receber a mesma educação pelo fato de não serem ricos. Contudo, se na novela os alunos membros da Seita torturavam colegas para forçá-los a abandonar a escola, na série há atenuação na intensidade do grupo, pois suas ações giram em torno de um trote aos novos alunos, sejam bolsista ou não, e sabotagens na competição da Batalhas de Bandas. Por exemplo, um dos trotes aplicados na série consiste em fazer os novatos cantarem músicas do RBD, considerado vergonhoso para nova geração de alunos, enquanto usam roupas e acessórios que foram retirados do museu da escola à banda.

O museu em homenagem ao grupo RBD está na série como uma mensagem que dialoga com o emocional afetivo do público da novela, mas que também localiza o novo espectador sobre a importância do grupo para a narrativa. Na novela, o grupo RBD formou-se inicialmente como banda fictícia dentro da diegese, mas posteriormente transbordou os limites da tela, consolidando-se como um fenômeno musical protagonizado pelos próprios atores – Anahí, Dulce María, Maite Perroni, Alfonso Herrera, Christopher Uckermann e Christian Chávez. O sucesso do grupo é incorporado ao universo ficcional para justificar a presença do Programa de Excelência Musical na escola, já que na novela a música não constituía prioridade da instituição – sendo proibida. Assim, a vitrine-museu preserva uniformes, instrumentos e objetos do RBD como relíquias fundadoras da nova era do Elite Way School.

A nostalgia também surge em menções diretas aos protagonistas da novela, nas regravações das músicas do grupo RBD – sem deixar de lado a presença de músicas inéditas que têm o papel de atualizar a narrativa. Além disso, ao fim da primeira temporada, o grupo musical formado pelos alunos é apresentado pela personagem Jana como "Rebelde", fato que cria continuidade com o RBD, uma vez que as letras do nome do grupo formam uma espécie de abreviação da palavra rebelde.

NOSTALGIA EM MARGARITA (2024)

Se a série *Rebelde* (Netflix, 2022) teve como proposta uma nova geração no mesmo colégio da novela *Rebelde* (2004), a série *Margarita* (HBO Max, 2024) segue estratégia semelhante ao revisitar o universo de *Floricienta* (2004), trazendo um novo elenco jovem e alguns já conhecidos pelo público da novela argentina. E tal como a série da Netflix, a obra da HBO Max foi concebida para lançamento simultâneo mundial – algo que faz parte lógica comercial das plataformas de *streaming*. Por este motivo, antes do lançamento da série no Brasil a plataforma incluiu em seu catálogo as duas temporadas da versão brasileira da telenovela, *Floribella* (2005) da TV Bandeirantes, tendo como finalidade preparar o público brasileiro para o consumo da série. Além disso, para que a série pudesse se conectar com o universo ficcional de *Floribella* (2005), a produção de dublagem não só adaptou os diálogos do espanhol para o português, como adequou os nomes dos personagens que retornam para os seus correspondentes no *remake*

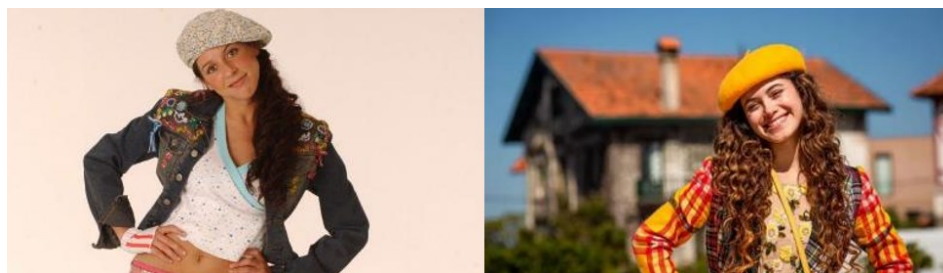
brasileiro – por exemplo, a personagem chamada Malala na Argentina, no Brasil foi chamada de Malva e continuou assim na dublagem. Essa conexão também foi reforçada na divulgação da série no país, no qual diversos portais de notícias comunicaram a série como uma continuação⁹ de *Floribella* – estratégia que também ocorreu no lançamento da série em Portugal¹⁰. Portanto, a HBO Max ao instrumentaliza a nostalgia em *Margarita* (2024) não considera só a memória afetiva do público da novela argentina, mas também leva em consideração os contextos locais de outros países.

As duas temporadas *Floricienta* (2004) – e seus *remakes* –, narraram uma espécie de Cinderela no século XXI com toques de *A Noviça Rebelde* (1965). Protagonizada pela atriz Florencia Bertotti, a trama acompanha Florencia/Flor (Maria Flor na adaptação brasileira), uma jovem órfã e sonhadora que ingressa como babá na mansão da família Fritzenwalden, onde seis irmãos órfãos vivem sob a tutela do primogênito Federico (Juan Gil Navarro). Ele é comprometido com a interesseira Delfina (Isabel Macedo), que também mora na mansão junto de sua mãe Malala (María Laura Torres).

A primeira temporada da novela desenvolve-se em torno da paixão proibida entre Flor e Federico, e a descoberta do laço sanguíneo de Flor e Delfina, por parte do pai. O desfecho da temporada ocorre com o casal protagonista firmando compromisso, mas com um final trágico devido a morte de Federico em um acidente aéreo. A segunda temporada inicia-se em tom dramático, com Federico em espírito passando a tutela de seus irmãos para o desconhecido Conde Maximo (Fabio Di Tomaso) do fictício reino de Krikoragan. A narrativa então retoma sua fórmula estrutural, reinserindo o novo protagonista em triângulo amoroso com a vilã e a mocinha. Ao fim da novela, Flor e Maximo se casam, tornando-se reis e pais de trigêmeos, sendo um dos bebês uma menina, chamada Margarita.

A série da HBO Max retoma a narrativa da telenovela, se iniciando após o nascimento dos bebês, quando o reino de Krikoragan é atacado por um usurpador que toma o trono e persegue a família real. Para sobreviver, todos os membros da realza são separados e mantidos em sigilo. Anos se passam, e Margarita cresceu sem saber de sua verdadeira identidade, sendo criada por tutores e em orfanatos, enquanto seus pais e irmãos permanecem desaparecidos. Apesar de nunca ter convivido com a mãe, a jovem apresenta características que as aproximam simbolicamente, tanto na caracterização visual – com vestimentas em tons vibrantes, boinas e cabelos cacheados (imagem 5) – quanto na construção de personalidade, o mesmo jeito atrapalhado, tagarela e contagiante que marca a protagonista de *Floricienta* (2004). Essas semelhanças estabelecem continuidade identitária entre mãe e filha e reconhecimento por quem assiste.

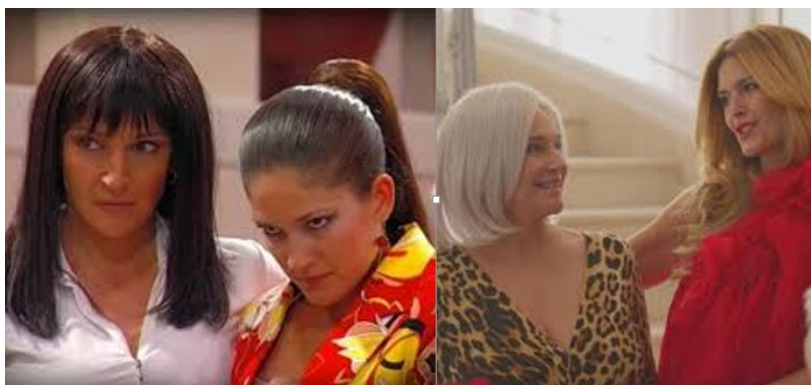
Imagem 5: comparação entre Florencia e Margarita



Fonte: fotos de divulgação Cris Morena.

Para reforçar a permanência do universo ficcional, voltam para a série as vilãs Malala e Delfina (imagem 6), que apesar de estarem caracterizadas diferentes da novela, as atrizes apresentam o mesmo tom de interpretação de antes. Na trama, quando o reino é atacado e a família real fica desaparecida, Delfina decide armar um plano para ter acesso a riqueza da rainha Flor, sua irmã. Para tanto, ela adota uma criança e a cria fingindo ser a princesa Margarita. Mas, para não chamar muita atenção ela a apelida de Daisy, que cresce pensando ser de fato a princesa perdida. Com isso, a vilã se torna herdeira da mansão dos Fritzenwalden, espaço este que ela reformou e transformou em um instituto para a formação de jovens talentos (proposta semelhante à do instituto Otro Mundo de Cris Morena).

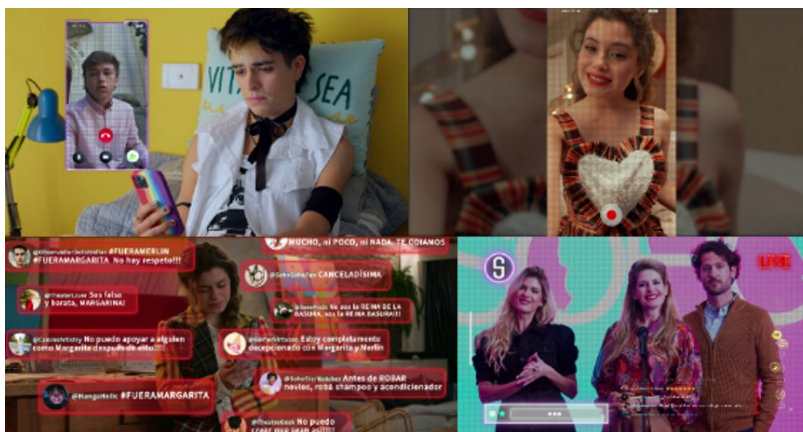
Imagem 6: comparação entre Malva e Delfina na novela e na série



Fonte: capturas de tela do autor.

No instituto, o elenco jovem participa de uma espécie de *reality show* transmitido em *lives* nas redes sociais de Delfina, que compartilha o cotidiano dos jovens talentos em competições de canto e dança. Essa proposta de narrativa tanto resgata o imaginário das produções musicais de Cris Morena quanto incorpora práticas midiáticas da contemporaneidade, como a lógica dos *reality shows* ao vivo, a comunicação *online* e a exposição nas redes sociais (imagem 7). Desta forma, a série atualiza o universo ficcional dialogando diretamente com a cultura de visibilidade midiática que caracteriza as plataformas digitais, especialmente o cotidiano juvenil.

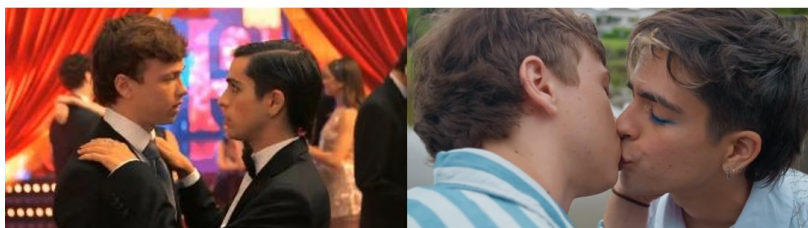
Imagem 7: cenas do uso de redes sociais e *lives* em *Margarita* (2024).



Fonte: capturas de tela do autor.

Outra atualização ocorre com as questões de gênero e sexualidade, tal como observamos com a série *Rebelde* (2022). Se em *Floricienta* (2004) ocorriam narrativas que hoje podem ser lidas como LGBTQfóbicas, a série contorna a situação ao incluir no elenco principal um casal homoafetivo. Na trama, Zeki e Jano (imagem 8) recebem a mesma abordagem narrativa dos casais heterossexuais, isto é, a relação deles é construída desde o primeiro encontro, o primeiro beijo, as crises na relação e a reconciliação. Ou seja, nas duas séries aqui observadas a nostalgia reflexiva (Boym, 2017) opera mobilizando teor crítico sobre as obras originais.

Imagem 8: cenas de Zeki e Jano em *Margarita* (2024).

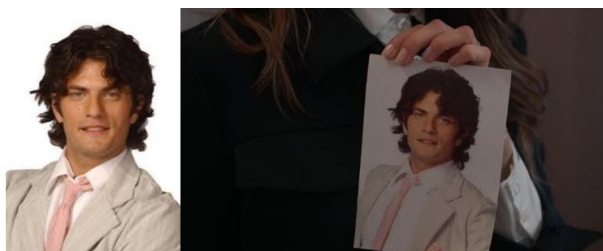


Fonte: capturas de tela do autor.

As músicas interpretadas pelo elenco na série se apresentam como pontes nostálgicas, mas operando múltiplas camadas, pois além de canções do universo de *Floricienta* (2004), também foram incluídas canções de outras produções de Cris Morena, como *Rebelde Way* (2002) e *Casi Ángeles* (2007). Essa estratégia exemplifica o que Ribeiro (2018) identifica como apropriação fragmentada do passado no mercado da nostalgia, na qual "referências, símbolos e ícones são acionados de maneira alusiva para produzir familiaridade e conexão emocional" (Ribeiro, 2018, p. 3). Ao revisitar o repertório musical de múltiplas obras, a série tanto celebra o legado de Cris Morena, como também constrói pontes entre diferentes gerações de fãs do universo da produtora. Portanto, a série *Margarita* (2024) funciona como uma "isca de público" (Castellano e Meimaridis, 2019) que atrai tanto espectadores nostálgicos, quanto novos consumidores, expandindo o alcance comercial da produção.

Contudo, apesar da expectativa criada pela narrativa, os pais da nova protagonista não aparecem fisicamente na série, sendo constantemente mencionados através de referências visuais ou verbais, como em uma cena em que Daisy apresenta a Margarita uma fotografia de seu pai, o Conde Máximo. Curiosamente, a imagem apresentada por ela é uma das fotos promocionais do personagem produzidas para a divulgação da segunda temporada de *Floricienta* em 2005 (imagem 9), fato que pode ser lido como uma forma de criar continuidade nostálgica e visual com a novela.

Imagem 9: fotografia do personagem Conde Maximo



Fonte: capturas de tela do autor.

Além disso, outros personagens da novela são mencionados e apresentados através de fotografias e desenhos ao longo da série, estabelecendo pontes com o universo original. Contudo, a personagem protagonizada por Florencia Bertotti não é visualmente representada, uma vez que a atriz não cedeu seus direitos de imagem e tão pouco participou, fato que limita a conexão nostálgica com a série, especialmente para os espectadores cuja memória afetiva está conectada com a imagem da atriz. Por outro lado, o personagem Franco Fritzenwalden (Guto na versão brasileira) – irmão do falecido Federico – interpretado pelo argentino Benjamín Rojas, não só aparece em fotografias, como também é revivido pelo ator (imagem 10). Assim como a personagem de Delfina e Malala, a presença de Rojas funciona como validação da continuidade narrativa para além das menções e referências indiretas.

Imagem 10: Franco citado em foto e sendo revivido pelo ator original



Fonte: capturas de tela do autor.

Portanto, a instrumentalização da nostalgia ocorre de múltiplas formas, envolvendo negociações entre dimensões criativas, comerciais, jurídicas e culturais que determinam as formas de retorno do passado, seja de forma restauradora ou reflexiva (Boym, 2017).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Observando a onda de reprises, os *remakes*, *reboots*, *revivals*, prequelas, sequelas e os *spin-off* em plataformas de *streaming*, observamos empiricamente que o passado é capitalizado a partir do interesse do público consumidor com determinados universos ficcionais. Nesse modelo, os universos ficcionais criados pela produtora Cris Morena apresentaram-se como um investimento seguro, pois suas obras construíram laços afetivos que atravessaram gerações e fronteiras geográficas. Nessa equação está na origem das séries *Rebelde* (Netflix, 2022) e *Margarita* (HBO Max, 2024), obras que revivem os universos das novelas *Rebelde* (Televisa, 2004) e *Floricienta* (Canal 13, 2004).

Ao identificarmos pontes nostálgicas entre as séries e das novelas, ficou evidente que a instrumentalização da nostalgia transita, conforme Boym (2017), entre dimensões complementares. A primeira é a nostalgia restauradora, através do retorno de personagens, enredos, cenários, caracterizações e trilhas sonoras já conhecidas. E a nostalgia reflexiva, que ocorre quando o passado é recuperado com criticidade, como a inserção de narrativas sobre gênero e sexualidade que as novelas nunca contemplaram, além de enredos que envolvem o uso de tecnologias e redes sociais. Deste modo, ambas narrativas operam entre o familiar e a novidade, sendo obras que se encaixam no conceito de *newstalgia*.

A *newstalgia* caracteriza-se como uma forma contemporânea de instrumentalização da nostalgia (Castellano e Meimaridis, 2019), na qual o passado é reativado de forma calculada com a finalidade de conquistar simultaneamente o público nostálgico e aquele que consome o produto como novidade. Esse uso estratégico da memória, nos revela que o sentimento nostálgico foi capturado e convertido em lógica de mercado. Contudo interrogamos se é o espectador que busca o passado ou a mediação do passado que o encontra? Trata-se de uma questão que demanda investigações para além dos limites deste trabalho. Nesse ponto, a questão não é mais o que as séries fazem com o passado, mas qual é o impacto quando plataformas *streaming* decidem de que passado temos saudade.

The uses of nostalgia in the series *Rebelde* (2022) and *Margarita* (2024)

ABSTRACT

This article draws on the concept of newstalgia to analyze the series *Rebelde* (Netflix, 2022) and *Margarita* (HBO Max, 2024)—works that revisit the fictional universes of the telenovelas *Rebelde* (Televisa, 2004) and *Floricienta* (Canal 13, 2004)—with the aim of discussing how streaming platforms instrumentalize nostalgia as a commercial strategy. Grounded in the notions of restorative and reflective nostalgia (Boym, 2017) and in debates on nostalgia and media, the study identifies, through a comparative analysis between the series and the telenovelas, “nostalgic bridges” that articulate continuities and updates between new and old narratives. The results indicate that platforms operate nostalgia as a safe investment, such that affect and commercial logic become inseparable dimensions of the same cultural product—revealing newstalgia as a strategy for mediating memory.

KEYWORDS: Newstalgia. Instrumentalization of nostalgia. Streaming. Series. Narrative.

NOTAS

1 - Utilizamos este conceito cientes da ausência de ancoragem teórica robusta no campo acadêmico.

2 - No século XVII, o médico suíço Johannes Hofer cunhou a nostalgia como patologia (Magnolo, 2020).

3 - Nota-se que o nome Floricienta faz alusão ao nome da personagem protagonista, Flor, e Cinecienta que é a grafia de Cinderela em espanhol, conto a qual a novela tem inspiração. Portanto, no Brasil manteve-se a mesma associação com Flor + Cinderella, mas com ajustes na fonética.

4 - Texto copiado da página da série Rebelde na plataforma Netflix em 08 fev. de 2026.

5 - Diversos portais de notícias divulgaram o rumor do *remake* da versão de *Rebelde Way* pela Netflix, dentre eles o portal Hugo Gloss em 2018. Link da notícia disponível em: <https://hugogloss.uol.com.br/tv/netflix-vai-produzir-nova-versao-de-rebelde-revela-criadora-da-novela-saiba-detalhes/> Acesso em 07 fev. 2026.

6 - Teaser disponível em: <https://x.com/netflixbrasil/status/1366404795859410945> Acesso em 07 fev. 2026.

7 - O elenco principal é formado pelos personagens: Jana (Azul Guaita), Luka (Franco Masini), Esteban (Sergio Mayer), MJ (Andrea Chaparro), Dixon (Jerónimo Cantillo), Andi (Lizeth Selene), Sebas (Alejandro Puente), Emilia (Giovanna Grigio).

8 - Segundo teaser disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=rVCcQ0D7_cE Acesso em 07 fev. 2026.

9 - Como exemplo o site Popline divulgou a série como um *spin-off* da novela brasileira, matéria disponível em: <https://portalpopline.com.br/max-margarita-spin-off-floribella-foto/> Acesso em 15 fev. 2026.

10 - Em Portugal a série também foi lançada associada como uma continuação da versão portuguesa da novela, como bem apresenta a chamada do canal SIC, disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=0Llie0krCHK> Acesso em 15 fev. 2026.

REFERÊNCIAS

BENSABATH, Laila. Newstalgia – Tendência do Marketing 4.0. Associação Baiana do Mercado Publicitário, online, 2020. Disponível em: <https://www.todamateria.com.br/referencia-site-abnt/> Acesso em: 18 mar. 2026

BOYM, Svetlana. Mal-estar na nostalgia. Revista História da Historiografia, v. 10, n. 23, 2017. DOI: 10.15848/hh.v0i23.1236.

CASTELLANO, Mayka. MEIMARIDIS, Melina. “Weaponizing Nostalgia” Netflix, Revivals, and Brazilian Fans of Gilmore Girls In: PALLISTER, Kathryn. Netflix nostalgia: streaming the past on demand. Lanham: Lexington Books, United States of America, 2019.

CROSS, Gary. Consumed nostalgia: memory in the age of fast capitalism. New York: Columbia University Press, 2015.

DECROP, Alain. Les paradoxes du consommateur postmoderne. Reflets et perspectives de la vie économique, Tome XLVII, p.85-93, 2008. DOI : 10.3917/rpve.472.0085.

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

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. Mercado da nostalgia e narrativas audiovisuais. E-Compós, [S. l.], v. 21, n. 3, 2018. DOI: 10.30962/ec.1491. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/1491>. Acesso em: 28 jan. 2026.

SCOTT, Ryan. What Is Newstalgia? The Latest Streaming Trend, Explained. SlashFilm, online, 2025. Disponível em: <https://www.slashfilm.com/1809052/newstalgia-streaming-trend-explained> Acesso em 15 mar. 2026.

FILMOGRAFIA

CHIQUITITAS. Direção: Hernán Abrahamsohn. Criação: Cris Morena. Argentina: Telefe, 1995.

CHIQUITITAS. Direção: Reynaldo Boury. Criação: Cris Morena. Brasil: SBT, 2013.

FLORICIENTA. Direção geral: Martín Mariani. Criação: Cris Morena. Argentina: Canal 13, 2004.

FLORIBELLA. Direção geral: Del Rangel. Criação: Cris Morena. Brasil: Rede Bandeirantes, 2005-2006.

FULLER HOUSE. Direção: Mark Cendrowski; Katy Garretson; Rich Correll; Joel Zwick; Rob Schiller; Jeff Franklin. Criação: Jeff Franklin. Estados Unidos: Netflix, 2016.

GILMORE GIRLS: UM ANO PARA RECORDAR. Direção: Daniel Palladino. Criação: Amy Sherman-Palladino. Estados Unidos: Netflix, 2016.

STRANGER THINGS. Criação: Matt Duffer; Ross Duffer. Estados Unidos: Netflix, 2016.

REBELDE. Direção: Alexis Covasevich. Criação: Pedro Damián; Cris Morena. México: Televisa, 2004.

REBELDE. Direção: Santiago Limón; Yibrán Asuad; Carlos Armella; Lucero S. Novaro. México: Netflix, 2022.

REBELDE WAY. Direção: Martín Mariani. Criação: Cris Morena. Argentina: Canal 9, 2002.

MARGARITA. Direção: Mariano Ardañaz; Eduardo Ripari. Criação: Cris Morena. Argentina: HBO Max, 2024.

MALHAÇÃO: VIVA A DIFERENÇA. Direção: Paulo Silvestrini. Criação: Cao Hamburger. Brasil: Rede Globo, 2017.

AS FIVE. Direção: Fabrício Mamberti. Criação: Cao Hamburger. Brasil: Globoplay, 2020.

Recebido: 22 mar. 2026.

Aprovado: 6 abr. 2026.

DOI: 10.3895/rde.v17n28.21612

Como citar: MELO JUNIOR, A.A. Os usos da nostalgia nas séries Rebelde (2022) e Margarita (2024). R. Dito Efeito, Curitiba, v. 17, n. 28, p. 35-55, jan./jun. 2026. Disponível em: <<https://periodicos.utfpr.edu.br/de>>. Acesso em: XXX.

Direito autoral: Este artigo está licenciado sob os termos da Licença Creative Commons-Atribuição 4.0 Internacional.

