

A Mídia Nostálgica e a Digitalização do passado na Comunicação de Massa¹

Bruno LEONEL²

Alberto Augusto KLEIN³

Universidade Estadual de Londrina, Londrina - PR

Resumo

Este trabalho irá analisar alguns padrões de referências culturais, arquivamento e citação usados amplamente na comunicação de massa, com o objetivo de evocar sentimentos como o saudosismo e nostalgia no público alvo. Em um contexto de intensa proliferação de informações e criação de acervos digitais, veremos como o progresso tecnológico evidencia na contemporaneidade o afastamento do homem com épocas passadas e, baseado nisso, cria uma lógica de consumo ligada à oferta e ‘fetichização’ de símbolos saudosistas e produtos culturais passadistas ofertados através de entretenimento e da mídia.

Palavras-chave: nostalgia; mídia; digitalização; modernidade.

Introdução

Nas últimas décadas, o avanço dos meios de comunicação passou por uma série de transformações que desenvolveu, de uma forma nunca antes vista, o potencial de disseminação de informações. Sobretudo nos últimos 40 anos, com a evolução técnica das telecomunicações - e mais tarde com a digitalização da informação através de redes digitais – presenciou-se um salto cada vez mais implacável dos processos de acesso, substituição e arquivamento de imagens e símbolos culturais. Todo o aparato tecnológico disponível hoje não só acelerou a propagação de mensagens e símbolos, como também modificou substancialmente a forma como o homem, as dinâmicas globais, e a mídia passaram a se inserir nessa nova lógica abundante de intercomunicação, com, cada vez mais referências e mensagens disponíveis. Em meio a contemporaneidade ocorre um processo de emissão e atualização de informações, bastante acelerada nos meios midiáticos: O ritmo com que notícias e a proliferação de

¹ Trabalho apresentado no GP Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas, XVIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando do Curso de Comunicação Visual da UEL, e-mail: brleonel@gmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor do Mestrado em Comunicação da UEL-PR, e-mail: betoklein@yahoo.com.br

mensagens, produzidas globalmente, são emitidas e substituídas é cada vez mais frenético. Esse processo, de publicação/atualização constante, e repetido de obsolescência de imagens e símbolos, ocorre frequentemente antes mesmo que ela tenha sido assimilada e estabelecida na memória de seus receptores. Com os dispositivos conhecidos hoje, há ainda a possibilidade de fazer com que a seja arquivada (em ‘prints de tela’, filmada com câmeras de celular, e até compartilhada digitalmente), antes mesmo de ter sido propriamente compreendida pelo seu receptor. Autores como Manoel Luiz Salgado Guimarães (do Núcleo da memória PUC Rio) em uma análise dessa relação do homem com o passado, no atual contexto, avaliam como essas novas dinâmicas hoje. Segundo ele, vivemos em:

Um significativo aumento na capacidade técnica de arquivamento e armazenamento do passado e a experimentação de uma velocidade de tempo que parece limitar esse mesmo arquivamento dos eventos e experiências vividas. (GUIMARÃES, 2007, p. 3).

Houve um aceleração drástica na relação do homem com os processos de reprodução e arquivamento de imagens e mensagens. Aos poucos, vimos também um processo de transformação constante na forma como o homem (e a produção cultural massa) armazena e organiza acervos de época, com novas possibilidades de criar grandes arquivos, com um grande pluralidade de referências, oriundos de uma era remota, de diferentes períodos – inclusive, armazenando cada vez mais produções e símbolos de um passado cada vez mais recente. Ocupávamos em outra época, dezenas de prateleiras com vinis e fitas magnéticas, em seguida discos digitais, e agora nossos acervos são guardados em núvens virtuais que, virtualmente não impõem limites físicos para o acúmulo e preservação de acervos. Símbolos e figuras do passado, e a forma como os mesmos se encontram amplamente disponíveis, se tornaram uma característica muito evidente do nosso tempo presente.

Eras anteriores possuíam suas próprias obsessões com a antiguidade é claro, desde a veneração que o período da Renascença, possuía com a veneração do classicismo Romano e Grego, até a invocação medieval trazida pelo movimento gótico. Mas, de fato, nunca houve outra sociedade na história humana tão obcecada com artefatos culturais do seu passado imediato. (REYNOLDS, Simon. 2011 p XIVIII. Tradução Nossa).³

³Earlier eras had their own obsessions with antiquity, of course, from the Renaissance's veneration of Roman and Greek classicism to the Gothic movement's invocations of the medieval. But there has never been a society in human history so obsessed with the cultural artifacts of its own immediate past. – (REYNOLDS, Simon. 2011 p XIVIII)

Muito do conteúdo produzido na comunicação de massa (seja ela entretenimento ou até publicidade) passou a considerar esse distanciamento, e essa nova dinâmica da nossa relação atual com o presente/pretérito – tal como, a sensação de saudosismo (e da nostalgia) que a evidência deste passado, intensifica. Vivemos em um período de grande produção de reprises, revivals e remakes, o que apenas enfatiza o aspecto de como em plena ‘era tecnológica’, da agilidade nos meios, as referências a produções antigas, já gravadas na memória coletiva, servem para estabelecer um vínculo emocional e de proximidade com o espectador. Reprises essas que, inclusive, frequentemente conseguem atingir têm índices de audiência maiores do que produções inéditas exibidas na mesma época reconhecer símbolos frequentemente cativa mais atenção do que conhecer novas impressões. (veja a seguir).

A Modernidade Sensível ao Tempo

A relação de distanciamento com o passado foi evidenciada pelo progresso tecnológico, e passou a ser um elemento que, intensificado pelo progresso da reprodução técnica, se tornou mais evidente, e passou a ser condebida como um mecanismo midiático, a fim de cativar audiências, resgatar antigos vínculos e sensibilizar espectadores.

Os meios digitais, e especificamente os veículos de streaming audiovisual (netflix, youtube e outros) se tornaram um grande mostruário disso. Temos aí um aparato sofisticado de ferramentas que utilizando conexões modernas e tecnologia sofisticada, se tornaram um acervo de armazenamento de produções saudosistas, e um grande de arquivos culturais de eras remotas, seja no conteúdo reprisado, ou ainda, em produções inéditas que emulam referências e elementos de décadas como os anos 60, 70, 80, etc... Produções culturais contemporâneas, inclusive, já focam o repertório no revival da primeira década dos anos 2000. Hoje temos conexões poderosas de internet, disponibilidade constante de um vasto banco de dados com milhares de gigabytes de dados e arquivos, mas que, atraem uma grande parcela de usuários que busca produções, vídeos e arquivos antigos, ou que remetem à suas próprias memórias e épocas de infância.

Vivemos em um contexto no qual, nunca se dedicou tanta tecnologia para resgatar aspectos do passado – Seja nos meios digitais, ou mesmo no cinema e dispositivos de alta-definição de imagem digital, que possibilitam visitar e emular o

passado com, cada vez mais riqueza de detalhes.

Este sentimento ambivalente permeia a cultura popular no século XXI no qual os avanços tecnológicos e efeitos especiais são usados cada vez mais para recriar visões do passado; Desde o naufrágio do Titanic, até gladiadores lutando e dinossauro extinto. De alguma forma o progresso não cura a nostalgia, mas, a intensifica (BOYM, Svetlana. 2001 p XVIII. Tradução Nossa).⁴

Quando se converte a perspectiva temporal em um contexto/espço retornável, a reminiscência dessa sensação de saudosismo permite aos indivíduos evocarem outras épocas. É uma estratégia de manipulação de tempo cronológico, em um contexto em que ele parece cada vez mais efêmero e passageiro. Proporcionalmente ao salto tecnológico, e o aceleração no processo de intensa comunicação, o recurso de resgate (e referência) se torna cada vez mais viável, e com mais possibilidades (alta definição, melhor qualidade de áudio, mais fontes e elementos de arquivo de onde se pode buscar referências, etc). A comoditização da 'Nostalgia Ersatz', (ligada ao entretenimento), como definem autores como Arjun Appadurai - pode ser observada na utilização de expressões como "vintage" e "retrô" para demarcar o retorno de produtos e tendências do passado, um processo facilmente notável em exemplos, que vão desde a esfera dos aparelhos eletrônicos, até a roupagem de produtos que emulam tradições e hábitos de outras épocas, mas que são oferecidos com um verniz de 'novidade' ao consumidor.. Para Mark Keller, empresas buscam o apelo a esse sentimento como forma de "imbuir nas marcas um significado emocional e cultural adicional" (2016, p.61).

À medida que o consumo é cada vez mais guiado pela revisitação (e pelo refletir) de histórias imaginárias, a repetição não é simplesmente baseada no funcionamento de um 'simulacro' feito em tempo, mas também na força de um simulacro do tempo. Isto é, consumo não apenas cria um tempo, através de suas periodicidades, mas o funcionamento da 'nostalgia ersatz' cria o simulacro de períodos que constinuem o fluxo de tempo, concebido como perdido, ausente, ou distante. (APPADURAI, Arjun. 1996 p 78. Tradução Nossa).⁵

O que se pretende analisar a seguir é, sobretudo como a ideia de nostalgia em relação a informações midiáticas, é exploradas nos meios de comunicação (e em mídias

⁴ The ambivalent sentiment permeates twntieth-century popular culture, where technological advances and special effects are frequently used to recreate visions of the past, from the sinking of titanic to dying gladiators and extinct dinossaurus. Somehow progress didn't cure nostalgia but exarcebated it (BOYM, Svetlana. 2001 p XIV).

⁵ Insofar as consumption is increasingly driven by rummaging through imagined histories, repetition is not simply based on the functioning of simulacra in time, but also on the force of the simulacra of time. That is, consumption not only creates time, through its periodicities, but the workings of ersatz nostalgia create the simulacra of periods that constitute the flow of time, conceived as lost, absent, or distant. (APPADURAI, Arjun. 1996 p 78).

digitais), considerando o distanciamento da lembrança e os estímulos e sensações que a reminiscência (e distância) de eventos passados provoca no público receptor.

São diversos os sintomas disso, seja com artefatos de década, com almanaques que buscam revisitar décadas como os anos da década de 1970 e 1980. Dando eles “Uma cura que é também um veneno” (BOYM, 2001, p. 38), cria-se a ideia de preenchimento de uma lacuna, de esgotamento de uma saudade no momento em que o indivíduo nostálgico passa a adquirir um produto em meio a um contexto atual no qual informações são assimiladas e descartadas rapidamente.

Isso inclui fenômenos como uma presença imensamente aumentada nas nossas vidas de cultura pop 'antiga': Desde a avaliabilidade de discos de catálogo antigo no arquivo gigantesco do Youtube, além das mudanças massivas no consumo de música engendradas por dispositivos de reprodução sonora, como o iPod, que eventualmente oferecem estações pessoais de 'música antiga'. (REYNOLDS, Simon. 2011 p XVIII. Tradução Nossa).⁶

A mídia e a publicidade compraram bem essa ideia, e perceberam como nostalgia é algo que vende, sensibiliza e conforta, fornecendo uma ideia de reconhecimento e ordem – em um mundo cada vez mais caótico e fragmentado – assim como a ilusão de se estar comprando e recuperando uma época, (simplesmente por estar comprando um bem cultural).

Essa apropriação das emoções tem relação com toda uma mudança de pensamento ocorrida a partir do séc. XVIII. Embora a época seja chamada de “século da razão” muitos consideram também a era da sensibilidade. Sentimentos como a emotividade e a o romantismo ganharam força substancial no período em conjunto com toda uma cultura do hedonismo e de buscar por prazeres que começava a povoar o imaginário dos indivíduos da época.

Como refletir acerca dessa complexa relação entre o visível e o invisível, que está na raiz mesma do trabalho do historiador, quando os meios de visibilidade do passado parecem infinitamente alargados pela capacidade técnica de arquivamento do passado?. (GUIMARÃES, 2007, p. 12).

Emoções ligadas à individualidade, e que não podiam ser substituídas portanto, passaram a povoar os devaneios de determinados grupos, e escritores, poetas e autores de obras artísticas (como o teatro) – sobretudo a partir do século XVII, no contexto da

⁶ This includes phenomena such as the vastly increased presence in our lives of old pop culture: from the availability of back-catalogue records to YouTube's gigantic collective archive and the massive changes in music consumption engendered by playback devices like the iPod (which often functions as a personal 'oldies' radio station). (REYNOLDS, Simon. 2011 p XVIII).

revolução industrial, na qual a concepção de tempo do homem estava mudando - entenderam que oferecer um preenchimento para esses devaneios era um caminho fácil para associar certos produtos às necessidades do público. Séculos depois, em meio a um mundo globalizado do século XXI, cada vez mais dividido por conflitos e fluxos de migração, o saudosismo e a ‘saudade do lar’ muitas vezes se referem não somente a uma época, mas sim a uma terra natal idílica, a uma visão fantasiosa de um lar que apenas existiu no imaginário.

Autores pontuam que, em meio a um contexto de intensa efemeridade e aceleração dos meios de informação, este tipo de recurso (quando ligado às produções culturais) funciona como uma forma de conforto ou resistência, exatamente por evocar algo já conhecido do imaginário do público. Em um contexto global de constantes transformações e mudanças, o reconhecimento e o saudosismo traz conforto, e a sensação de estabilidade contra a imensa ‘instabilidade’ do mundo contemporâneo. Sendo em dado momento, inclusive uma afecção romântica, por evocar lembranças de um contexto, não mais existente, dotado de um outro ritmo de convívio.

Psicanaliticamente, o fetiche é um objeto imaginário por meio do qual ocultamos uma perda e uma falta intoleráveis – o fetiche é o objeto mágico de satisfação do desejo pela denegação da perda e da falta e por isso mesmo exprime a impossibilidade de lidar com a ausência e com a alteridade (ou a impossibilidade de passar da imagem ao símbolo) (BUCCI e KEHL, 2004. p10).

Saudosismo Enquanto Doença

Um dos primeiros registros do termo ‘nostalgia’ aparece em um estudo do médico Suíço Johannes Hofer, publicado em uma tese que buscava investigar um “estranho tipo de depressão” que afligia, sobretudo, soldados e viajantes que ficavam longos períodos longe de suas residências. A palavra se originou formada por justaposição dos termos *Nostos* (retorno ao lar) e *algia* (saudade). Segundo ele próprio registrou, Hofer acreditava que o som da palavra, em si, já definia o tom triste de um humor que se origina do desejo individual de retornar à sua terra nativa. Segundo a autora Svetlana Boym cita em seu livro ‘The Future of Nostalgia’, após a publicação da tese, diversas pessoas por toda a Europa, passaram a relatar identificação com os sintomas relatados na tese (dores, delírios, além de perda e confusão com a compreensão do presente), isso gerou um debate na época sobre a possibilidade de um caráter epidêmico do mal. (BOYM, Svetlana. 2001 pg 6).

Da Patologia ao Recurso Midiático

A autora pontua ainda que o “diagnóstico” da Nostalgia no século XVII ocorreu exatamente em uma época histórica na qual a concepção de tempo e historiografia estava mudando (era pré-revolução industrial). Se no passado, o sintoma designava uma condição patológica, em pleno século XXI esse sintoma cada vez mais passa a ser entendido como uma incurável condição da modernidade. Com a implementação dos sistemas de rádio, transmissões televisivas, e mais recentemente com a internet, o tecnológico midiático apenas aumentou a quantidade de elementos e detalhes de como essa exploração do saudosismo, e do resgate, na mídia, e nos padrões de consumo se tornou cada vez mais hegemônica.

A memória também é hoje, uma construção que passa pela estética dos meios, pelas práticas midiáticas e pelos modos de organização do meio. Nossas memórias são, não raro, atreladas à memória televisiva e midiática de forma geral (PENKALA, Ana Paula. 2011 p 86).

No contexto mencionado, é importante ressaltar que não se trata apenas da representação ‘fiel’ de um tempo passado, mas sim, da retomada de um passado próximo, alterado e adaptado para um viés ‘idealizado’, que dê condições ao espectador de lembrar-se dele, ainda que, historicamente a representação dê referências de um período que, sequer, tenha feito parte de sua história ou época cronológica, mas que seja entendida como parte de própria memória afetiva. Ainda segundo Luiz Guimarães, isso prejudica também o caráter imaginativo, e interpretativo de se estudar história baseando-se em referências e produtos culturais de épocas passadas, uma vez que um arquivo abundante e cheio de detalhes, muitas vezes impede análises mais plurais e variadas sobre determinados documentos e registros históricos.

No caso da sugestão de Andreas Huyssen, é como se vivêssemos sob o imperativo da recordação, prisioneiros da necessidade de sempre e de tudo lembrar. Este imperativo nos leva à compulsão por arquivos e tarefas de arquivamento, esquecendo-nos, como, aliás, bem nos lembra Elisabeth Roudinesco, de que se tudo está arquivado, anotado, controlado e vigiado, a história como criação não é mais possível, transformando-se o passado em espelho do próprio arquivo, transmutado em lugar da verdade, reificado e de-historicizado. O arquivo perde sua dimensão de escritura e, portanto, sua forma simbólica e necessariamente histórica de significação das experiências humanas. Perdendo-a – a dimensão de escritura –, perde com isso sua condição de permitir o acesso à imaginação do passado como forma de evocar experiências vividas por outras sociedades em outros tempos; em outras palavras, tornar o invisível, visível para os homens

de outros tempos e outros lugares. (GUIMARÃES, 2007, p. 14).

Sobre o processo de arquivamento, há discussões sobre como a intensificação deste processo afetou a relação contemporânea com a história e a historiografia, e ainda sobre como outras mídias (como o cinema, e os meios digitais) flertam com essa nova lógica de cópia e arquivamento de memórias e produções culturais. Enquanto alguns autores como Walter Benjamin são otimistas em relação ao processo, uma vez que através das cópias e arquivos, as obras e produções passariam a ser ‘democratizadas’, uma vez que circulariam em mais meios, outros como Jean Baudrillard citam a questão como um fator agravante para o hábito de ‘museulização’ de artefatos, objetos e informações. De fato, nunca houve tanta preocupação no arquivamento e na ‘preservação’ de artefatos e objetos de um período cada vez mais recente.

Já começa com o museu tradicional este corte, este reagrupamento, esta interferência de todas as culturas, esta estetização incondicional que faz a hiper-realidade da cultura, mas o museu é ainda uma memória. Nunca como aqui a cultura tinha perdido a sua memória em favor do armazenamento e da redistribuição funcional. E isto traduz um facto mais geral: É que por todo o mundo 'civilizado' a construção dos stocks de objectos conduziu a um processo complementar dos stocks de pessoas, à fila, à espera, ao engarrafamento, à concentração, ao campo. (BAUDRILLARD, 1981, P 90)

É notório, por exemplo, no entanto, a rapidez com que as últimas décadas estão sendo recuperadas pela onda nostálgica: em redes sociais como o Facebook, não é raro notar eventos convidando à celebração (através de músicas e filmes) do período de 2000-2010.

Do ponto de vista da mídia tradicional, um exemplo específico disso é a criação do Viva, canal pago da Globosat, que reexibe programas antigos da Rede Globo. Inclusive, o canal obtém audiência expressiva divulgando reprises e imagens de produções antigas em redes como o Facebook que sequer existia no período em que a maioria das produções teve exibição original.

Algumas análises sugerem ainda que o canal cativa uma audiência pertencente a uma faixa etária que não tem mais o hábito de assistir novelas atuais e inéditas lançadas.

Reprises e o Canal Viva

No ano de 1980, a Rede Globo de televisão (do Rio de Janeiro) criou uma faixa

especial vespertina dedicada a reprises. Surgiu o “Vale a Pena Ver de Novo”, que está no ar até hoje. Há décadas o horário sobrevive com a reprise de telenovelas no horário. A faixa atinge resultados positivos geralmente. Pode-se notar aí, além de um processo natural de exibir conteúdo que ainda gere interesse para o espectador, um sintoma também de ativação da memória, e apreciação de ‘clássicos’ sobretudo focando em pessoas que presenciaram a exibição original. No ano de criação da faixa de reprises, o canal já possuía um grande acervo exibido de telenovelas e conteúdos transmitidos pela emissora durante as décadas anteriores.

A ideia de reprisar conteúdos pode ser entendida como uma tendência, explorada, além do ‘Vale a Pena’ como no Vídeo Show (programa que relembra atrações) e, mais recentemente, pelo Viva, do mesmo grupo, que tem como estratégia fortalecer a mídia tradicional reativando telespectadores antigos. Autores como Umberto Eco denominam o padrão como ‘Neotelevisão’ que se refere à televisão falando sobre a própria televisão. A primeira edição diária de telenovela, como conheceu hoje, só estreou em 1963, ou seja, quase 10 anos após a inauguração da TV no Brasil. Quanto ao conteúdo, nas duas primeiras décadas, os enredos eram, em sua grande maioria, adaptações de radionovelas e dramalhões latinos, não eram enredos capazes de dialogar com a realidade e o contexto social vivido no Brasil.

De acordo com a matéria “Tardes na TV somam 55 horas de reprises”, Keila Jimenez (2011c) diz que a faixa vespertina em setembro de 2011 da TV Globo alcançou 15,2 pontos de média nacional (de acordo com o Ibope), média essa correspondente a mais do que o dobro das concorrentes Record (6,8 pontos) e SBT (6,1 pontos). Em 1988, a televisão “fechada”, por assinatura foi regulamentada no Brasil (DUARTE, 1996, p. 49). Em 1991, é anunciada a criação da Globosat, com o lançamento de quatro canais de TV por assinatura, pertencente ao Grupo da TV Globo. Esses canais eram GNT (com foco em notícias), Top Sport (esporte), Multishow (variedades) e Telecine (filmes). Talvez o projeto mais audacioso até então, feito pela Globosat, em relação à transmissão de memória televisiva broadcasting foi a criação do Canal Viva, frequência dedicada ao material de arquivo se tornou matéria-prima nas principais faixas de horário da emissora.

O Canal Viva foi criado em maio de 2010 com o objetivo inicial de atingir o público de donas-de-casa, com mais de 35 anos, de todas as classes sociais (DAUROIZ; PINHEIRO, 2011). A grade de programação do canal é composta por reprises de

novelas e programas de arquivo da TV Globo, e também por reexibição de programas atuais de canais da TV Globo e os chamados “enlatados” dublados. De acordo com a tese (FERNANDES, 2012, p. 5) as telenovelas *Beto Rockfeller*, escrita por Bráulio Pedroso e *Véu de Noiva* de Janete Clair, exibidas respectivamente nos anos de 1968 na TV Tupi e em 1969 na TV Globo, foram algumas das primeiras a retratar a realidade brasileira com mais fidelidade e com personagens mais próximos aos telespectadores.

Vale lembrar que essa ideia de identificação, com o passar do tempo, geraria referências no imaginário popular, que eventualmente poderiam ser resgatadas para recuperar essa mesma proximidade nas décadas futuras. É válido notar que algumas das novelas e produções de dramaturgia do período chegaram inclusive a ter processos de *remakes*, o que culturalmente pode atualizar certas impressões da original para um contexto mais próximo das novas gerações. É o caso de novelas como *Irmãos Coragem*, escrita por Dias Gomes, que, na época, alcançou recordes de audiência e deu origem a um remake produzido no ano de 1995. Títulos antigos como *Quatro por Quatro*, exibida pela primeira vez em 1994, *Por Amor*, de 1997 e a minissérie *A Casa das Sete Mulheres*, de 2003, obtiveram sucesso de audiência no canal. A emissora conseguiu, em cerca de 12 meses de funcionamento, ficar em terceiro lugar perante ao seu público-alvo (que inicialmente tinha enfoque em mulheres com mais de 35 anos) e ocupou a quarta posição no público em geral, em horário nobre (SACCHITIELLO, 2011). Antes de completar dois anos, o Canal Viva se tornou o 9º canal mais visto da TV paga (PADIGLIONE, 2012).

Nos Anos Recentes

No mês de abril de 2011, com menos de um ano de funcionamento, o Canal Viva estava no ranking dos canais mais vistos da TV por assinatura, por conta da reprise de *Vale Tudo*, (JIMENEZ, 2011a). Durante a primeira semana de exibição de *Vale Tudo*, a emissora do grupo Globosat ficou em primeiro lugar em audiência na TV paga (MATTOS, 2010). Além disso, a trama, exibida às 0h45, teve uma grande repercussão em mídias diversas como na internet. O microblog Twitter propiciou discussões diversas sobre o enredo e seus personagens. Em pouco mais de uma semana a conta do canal no site (@canalviva) teve um aumento de 300% no número de seguidores (ADNEWS, 2010). Tanto na sua exibição original no final da década de 1980, quanto na sua reexibição atual no Canal Viva, a telenovela *Vale Tudo* causou repercussão no

público, mesmo com um intervalo de mais de vinte anos desde a exibição original (inédita).

Em 2018, o canal já com 8 anos segue ainda com a ideia de exibir reprises (no caso de novelas, é exigido pelo menos 20 anos de exibição da data original) (SECCO, 2018) e ainda, possui também um canal ‘on-demand’, com streaming de series e novelas, com conteúdo exclusivo (e em horários adequados às preferências do espectador. No entanto, dados apontam que o canal experienciou uma considerável queda de audiência, levando em conta seus últimos 5 anos.

Considerações Finais

Considerando a historiografia e o progresso tecnológico como lineares - uma vez que são marcados por avanços e fatos que acontecem em uma cronologia sequencial e irreversível – podemos constatar que, cada vez mais existirão novos canais e possibilidades tecnológicas para registrar e arquivar imagens e referências culturais, com cada vez mais riqueza de detalhes. Isso, por sua vez, só aumentará cada vez mais o (já) enorme acervo de onde a indústria da nostalgia e entretenimento poderá reproduzir ideias ou se inspirar para novas ideias de simulacro de símbolos. O progresso tecnológico apenas contribuirá para uma inesgotável evidencia de quanto às coisas jamais ‘serão como antes’, sendo que este antes será visto como oriundo a momentos cada vez mais recentes, e que se apoia na ressignificação de ideias, oferecendo as mesmas como obsoletas.

Os remakes de filmes, por exemplo, cada vez mais resgatam produções de anos mais e mais próximos. Quanto ao Canal Viva, apesar de um caso emblemático, se tratando de televisão, mas ainda uma pequena amostragem do quanto essa lógica ainda deve se expandir nas próximas décadas. Seria um esvaziamento da história enquanto objeto de análise objetiva? Para a lógica midiática é provável que sim, uma vez que, cada vez mais intensamente veremos uma evolução nos processos de reprodução, ressignificação e arquivamento de um padrão cada vez mais voraz na relação de ‘gerar saudosismo’ com referências de um passado cada vez mais recente.

Referências

APPADURAI, Arjun. **Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization**. Minnesota; PUBLIC WORLD, Vol 1, 1996.

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e Simulação**. Lisboa: Relógio D'Água, 1981.

-
- BOYM, Svetlana. **The future of nostalgia**. Nova Iorque: Basic Books, 2001.
- BUCCI, Eugênio; KEHL, Maria R. **Videologias**: São Paulo: Boitempo, 2004.
- DAUROIZ, Aline; PINHEIRO, Thais. TV para todos. **O Estado de São Paulo**, São Paulo, 13 abr. 2011.
- DUARTE, LUIZ GUILHERME. **É pagar para ver: a TV por assinatura em foco**. São Paulo: Summus, 1996. 208 p.
- FERNANDES, Júlio Cesar. Memória televisiva na construção do imaginário nacional: estudo da reexibição da telenovela “Vale Tudo” no Canal Viva. **Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste**. Ouro Preto, 2012.
- GUIMARÃES, Manoel Luiz Salgado. Vendo o passado: representação e escrita da história, n. 2, Jul/Dez. 2007, São Paulo, **Anais do Museu Paulista: História e Cultura Material**. São Paulo: Universidade de São Paulo. p. 11-30.
- JIMENEZ, Keila. Tardes na TV somam 55 horas de reprises. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 09 out. 2011, Outro Canal.
- KELLER, M. **Experienced Mood and Commodified Mode**. *Medien & Zeit*, p. 61-71. Austria, 2016.
- PADIGLIONE, Cristina. Volta a fita. **O Estado de São Paulo**, São Paulo, 29 abr. 2012, Caderno 2.
- PENKALA, Ana. **O mal-estar na visualização e outras estéticas: da imageria do audiovisual pós-moderno**. 2011. 308 fls. Tese (Doutorado em Comunicação e informação – Programa de pós-graduação da UFRS) – UFRS. Porto Alegre. 2011
- REYNOLDS, Simon. **Retromania: Pop Culture's Addiction to its Own Past**. London: Faber & Faber; 2011
- SECCO, Duh. Cortes e trocas de novela: **Equívocos do Viva expõem “estado de abandono” do canal**. RD1 Terra, São Paulo, 15 jun. 2018. Disponível em: <<https://rd1.com.br/cortes-e-trocas-de-novela-equivocos-do-viva-expoem-estado-de-abandono-do-canal/>> Acesso em: 04 jul. 2018.
- SACCHITIELLO, Bárbara. Aprovado pelo público, Viva faz um ano. **Meio & Mensagem**, São Paulo, 09 mai. 2011. Disponível em : <http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/noticias/2011/05/09/20110509Aprovado_pelo_publico_Viva_faz_um_ano.html>. Acesso em: 05 jun. 2018.