

A nostalgia no cinema hollywoodiano de super-heróis e sua reverberação na cultura digital

Nostalgia in Hollywood superhero cinema and its reverberation in digital culture

Maximiano Duval da Silva Cirne^[1] - maxcirne2@gmail.com

RESUMO

O artigo analisa a construção da nostalgia nos filmes de super-heróis produzidos por Hollywood, principalmente aqueles lançados pelos estúdios DC e Marvel em suas adaptações dos quadrinhos para o cinema, levando em consideração a influência da cultura digital e da participação dos fãs nesse processo. Na primeira parte do trabalho, é realizada uma revisão bibliográfica sobre o conceito de nostalgia e também sobre o cinema de super-heróis. Por meio do exercício metodológico da *flânerie*, apoiado em Walter Benjamin e Massimo Canevacci, desenvolve-se a sistematização dos processos de construção da nostalgia a partir de seis categorias: referências; sequências, refilmagens e reimaginações; reconstrução de época; efeitos visuais; trilha sonora e roteiro. Tais procedimentos técnicos e estéticos ultrapassam a experiência cinematográfica e reverberam nas plataformas digitais, onde fãs de super-heróis atuam como agentes ativos na legitimação e amplificação da nostalgia. O consumo afetivo realizado nas redes sociais se apresenta mediado por algoritmos que potencializam o engajamento a conteúdos nostálgicos. Essa breve incursão ao tema oferece pistas a respeito de uma nostalgia que se consolida como uma força simbólica e mercadológica capaz de estruturar parte da cultura pop contemporânea, articulando passado, afeto e circulação digital.

Palavras-chave: nostalgia; super-heróis; cinema; cultura digital; fãs.

ABSTRACT

This article analyzes the construction of nostalgia in superhero films produced by Hollywood, especially those released by DC and Marvel studios in their adaptations of comics for the cinema, taking into account the influence of digital culture and the participation of fans in this process. The first part of this work provides a literature review on the concept of nostalgia and superhero cinema. Using the methodological practice of *flânerie*, based on Walter Benjamin and Massimo Canevacci, the process of constructing nostalgia is systematized based on six categories: references; sequels, remakes, and reimaginings; period reconstruction; visual effects; soundtrack; and script. Such technical and aesthetic procedures extend beyond the cinematic experience and reverberate across digital platforms, where superhero fans act as active agents in legitimizing and amplifying nostalgia. Affective consumption on social media is mediated by algorithms that enhance engagement with nostalgic content. This brief exploration of the topic offers clues about a nostalgia that is consolidating itself as a symbolic and marketing force capable of structuring part of contemporary pop culture, articulating past, affection and digital circulation.

Keywords: nostalgia; superheroes; cinema; digital culture; fans.

^[1] Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). Av. Unisinos, 950 – Cristo Rei – São Leopoldo (RS). CEP: 93022-750.

Introdução

Constantemente, observamos vários produtos culturais sendo chamados de nostálgicos, seja filme, seriado ou música. Mas, por que é nostálgico? Como algo da ordem material se torna nostálgico? Como essa nostalgia é construída pela mídia? A disponibilização de produtos culturais associados a um provável despertar de saudade levou iniciativas do campo do entretenimento a encarar a nostalgia como uma prática comunicativa, aparecendo em diversos segmentos da cultura, como programas televisivos, jogos de videogames, canções musicais, marcas publicitárias, ambientes temáticos, vídeos nas redes sociais, brinquedos, obras literárias e, especialmente, seriados e filmes.

Alguns pesquisadores, entre eles Svetlana Boym (2017) e Alessandro Gandini (2020), entendem a nostalgia como uma epidemia global, sendo um sintoma da atualidade. É evidente que a contemporaneidade estreitou a relação entre cultura pop e nostalgia, demonstrando que ambas se retroalimentam através de uma profusão de elementos que enaltecem uma relação com o passado. Apesar das ramificações nostálgicas no cenário cultural, pretendo direcionar o olhar para o cinema, pois demonstra ser a mídia em que essa relação parece ter encontrado seu ápice com as produções hollywoodianas de super-heróis. Os filmes lançados pelos estúdios da DC e da Marvel adaptam histórias em quadrinhos das respectivas editoras para a tela grande em um formato narrativo que visa estimular o sentimento nostálgico nos espectadores.

Neste sentido, diversos veículos de comunicação associam os longas-metragens de super-heróis das duas últimas décadas com a nostalgia. Vejamos algumas dessas manchetes: “Nostalgia vence a novidade em ‘Homem-Aranha: Sem volta para casa’”¹; “Fãs ficam nostálgicos com trailer de Viúva Negra”²; “‘The Flash’ abraça a nostalgia com performance eficiente de Ezra Miller”³; “Power Rangers retomam a nostalgia dos super-heróis

da infância”⁴ e “Novo filme de Superman aposta na nostalgia com tema de John Williams”⁵. Essas são algumas das práticas artísticas realizadas junto a esses produtos que demonstram o quanto a nostalgia se tornou um combustível para a cultura pop contemporânea.

Este artigo aproxima os resultados obtidos em minha tese de doutorado⁶, a partir da conceituação das modalidades nostálgicas no cinema, com o cinema hollywoodiano voltado às adaptações de histórias em quadrinhos que envolvam super-heróis. Portanto, ao propor essa temática, adoto como objetivo geral investigar o papel da nostalgia na área da Comunicação, a fim de compreender como o fenômeno se insere na indústria cinematográfica a partir da manifestação nos filmes de super-heróis - e como isso é potencializado pelos fãs no ambiente digital de plataformas, redes sociais e algoritmos.

O fenômeno da nostalgia

Para adentrar na discussão, é preciso realizar uma breve revisão de literatura sobre o conceito de nostalgia e suas transformações ao longo dos anos. Ao articular os vocábulos de origem grega *nostos* (volta para casa) e *algos* (dor), um estudante suíço de Medicina, Johannes Hofer, cunhou a palavra “nostalgia” como um termo médico no ano de 1688 (Botelho, 2022). A referência seria a uma doença recorrente no Exército, conhecida como “saudade de casa”. Segundo Boym (2002), os soldados que lutavam no exterior, muitas vezes, eram acometidos de uma melancolia profunda, dotados de olhar perdido, sonolência constante, apatia, crises de choro e indiferença frente às situações. Somente apresentavam melhoras ao observarem fotos da família ou ao receberem a notícia de que voltariam para sua pátria.

Esta definição perdura até o começo do século XIX, quando se passa a associar nostalgia a um viés psicológico, principalmente enquanto uma dor provocada pela passagem do tempo (Starobinski, 2016). O transtorno nostálgico poderia ser suscitado, por exemplo, pelo falecimento de um ente querido ou pela transformação

1 – Disponível aqui: <https://www.em.com.br/app/noticia/cultura/2021/12/16/interna_cultura,1331553/nostalgia-vence-a-novidade-em-homem-aranha-sem-volta-para-casa.shtml>. Acesso em: 26/04/25.

2 – Disponível aqui: <<https://observatoriodocinema.com.br/filmes/fas-ficam-nostalgicos-com-trailer-de-viuv-negra-e-compa-ram-com-outros-filmes-do-mcu-veja/>>. Acesso em: 27/03/25.

3 – Disponível aqui: <<https://g1.globo.com/pop-arte/cinema/noticia/2023/06/15/the-flash-abraca-nostalgia-com-performance-eficiente-de-ezra-miller.gh.html>>. Acesso em: 27/03/25.

4 – Disponível aqui: <<https://www.diariodepernambuco.com.br/noticia/viver/2017/03/power-rangers-retomam-a-nostalgia-dos-super-herois-da-infancia.html>>. Acesso em: 28/03/25.

5 – Disponível aqui: <<https://www.magazine-hd.com/superman-james-gunn-teaser-david-corenswet/>>. Acesso em: 28/03/25.

6 – Tese “A construção da nostalgia no cinema: Uma análise sobre a nostalgicidade em Jogador nº 1” está disponível em: <<https://repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/13559>>

irreparável de um lugar conhecido. Para Natali (2006, p. 28), “o que o sujeito lamenta, nesses casos, é a transformação do presente em passado”. Percebe-se, assim, uma inconformidade com o avanço da vida ou até mesmo um desejo de fuga de uma realidade desconfortável.

A partir do século 20, a palavra ganha contornos mais suaves e começa a se referir a um sentimento de saudade idealizado, geralmente associado a recordações de uma época em que se era feliz. Nesta perspectiva, Katharina Niemeyer (2018) define a sensação nostálgica como o desejo agridoce por tempos e espaços do passado. Nostalgia deixa de simbolizar a tristeza pela separação física ou temporal e se torna uma outra forma de se relacionar com a memória. Como resultado, a temática da nostalgia adquire diferentes dimensões na área da Comunicação: argumento de uma estratégia publicitária, principalmente na área do marketing; força simbólica presente em objetos culturais; e elemento intertextual capaz de conectar narrativas de diferentes tempos.

Svetlana Boym (2002) aborda a dicotomia entre nostalgia restauradora e nostalgia reflexiva. A primeira categoria busca restaurar uma ordem mais antiga, variando da intransigência pelas coisas modernas para o apoio aos esforços militares. Tende a ser grande na pompa, no folclore e no nacionalismo ao reforçar os contos de glória do passado. Esse pensamento acaba por fabricar mitos antimodernos, promover o retorno de símbolos nacionais e investir em teorias de conspiração. Por outro lado, a nostalgia reflexiva é pessoal, investe no devaneio e exalta a si mesma através da arte. Entende que o passado é irrecuperável e deleita-se com sua distância enevoada.

Embora se saiba da existência de estudos voltados à nostalgia restauradora, não vamos nos aprofundar nessas perspectivas negativas. O artigo em questão pretende explorar o viés artístico e crítico da nostalgia, sendo capaz de torná-la uma prática comunicativa que promove convites para que se jogue com o passado, numa relação inscrita em imagens, representação e entretenimento. A reinterpretação da definição original da palavra coloca em evidência uma relação agridoce com a nostalgia, suscitada a partir de características temporais estimuladas pelo cinema.

Blockbusters de super-heróis

A fim de oferecer um contexto para o que muitos estudiosos chegam a considerar um gênero cinematográfico (Altman, 1999; Burke, 2015; Coogan, 2006), as histórias de super-heróis no audiovisual aparecem no início do século 20 com os seriados cinematográficos, produções

que apresentavam dois formatos: uma mesma história dividida em vários filmes ou diferentes histórias com o mesmo protagonista (Cline, 1997). Independentemente do caso, a intenção era garantir o retorno do público para assistir à continuidade daquela aventura. Esse formato toma forma entre os anos de 1913 e 1915, um período ainda experimental para o cinema, sendo tais produções consideradas “filmes b”, sem grande prestígio e voltadas ao público jovem. Ainda segundo Cline (1997), as narrativas apresentavam uma definição clara de seus principais elementos em cena: o mocinho, a mocinha, o vilão, a recompensa e os perigos enfrentados.

Após uma “Era de Ouro” dos seriados cinematográficos, considerada por Harmon e Glut (1973) entre o fim da década de 1930 e o início de 1940, o cinema passa a adaptar para o audiovisual histórias em quadrinhos bastante populares, justamente porque nesse período publicam-se as edições de Superman (1938), Batman (1939), Lanterna Verde (1939), Flash (1939), Capitão América (1940), Mulher Maravilha (1941), entre outros personagens. O feito também é replicado na televisão a partir de 1950 com uma variedade de seriados.

Os filmes de super-heróis, outrora relegados a um nicho específico ou considerados inferiores, ganham destaque no cinema *mainstream* a partir da consagração de *Guerra nas estrelas* (George Lucas, 1977), que traz consigo uma reconfiguração estética e mercadológica voltada para as massas, sendo um filme-evento (Mascarello, 2006). Esse formato inaugura uma tendência que pautará a produção de Hollywood nas próximas décadas. São produções que adotam o formato do *blockbuster*, definido por Sabadin (2018, p. 148) como “filmes grandiosos, com altos custos de produção, destinados a plateias numerosas, a serem distribuídos com pesadas campanhas publicitárias”. Nesses casos, os custos de produção (locações, cachês, equipe técnica, efeitos especiais) chegam a ser superados pela divulgação, cujo intuito inicial é levar o público aos cinemas e, em um segundo momento, fazê-lo adquirir produtos temáticos, como brinquedos, roupas e acessórios. Os primeiros super-heróis a alçarem esse voo foram da DC Comics, com os longas-metragens *Superman* (Richard Donner, 1978) e *Batman* (Tim Burton, 1989). Ambos tiveram diversas continuas para suas narrativas nas telonas, tornando os super-heróis em uma matéria-prima para o cinema.

Entre diversas produções, merece destaque a adaptação de *X-Men* (Bryan Singer, 2000), que inaugura o século 21 na presença do time de mutantes e abre caminho para a fase mais produtiva dos filmes de super-heróis. Burke (2015) aponta alguns motivos para esse cenário de efer-

vescência na cultura pop, como o avanço na tecnologia dos efeitos visuais; legitimação por parte da indústria e dos espectadores às histórias em quadrinhos como fonte de adaptação; e mudança para um modelo produtivo baseado em franquias e universos compartilhados. É o caso do Universo Cinematográfico Marvel (Marvel Cinematic Universe ou MCU), cuja largada ocorreu em 2008 com *Homem de Ferro* (Jon Favreau) e atualmente conta com mais de 35 filmes. A empresa concorrente aderiu ao modelo com o Universo Estendido DC (DC Extended Universe ou DCEU), totalizando 16 longas-metragens desde *Homem de Aço* (Zack Snyder, 2013) até *Aquaman 2: O Reino Perdido* (James Wan, 2023). O DCEU foi substituído pelo Universo DC (DC Universe ou DCU), praticamente um *reboot* da franquia, o qual considera *Superman* (James Gunn, 2025) como o projeto que inaugura o novo universo, embora tenha lançado filmes e séries nesse intervalo. O montante cada vez mais expressivo de filmes da DC e da Marvel passou a dominar as janelas de exibição das salas de cinema, figurando muitas vezes no topo das bilheterias. Ao analisá-los individualmente, foi possível identificar associações diretas e indiretas com o sentimento nostálgico.

Flânerie pelos filmes de super-heróis

Nesta etapa da investigação, o procedimento metodológico adotado foi a *flânerie*, responsável por listar longas-metragens protagonizados por super-heróis que, de alguma forma, dialogam com a nostalgia. A *flânerie* é o movimento inicial da cartografia⁷, que, nas Ciências Humanas e Sociais, serve como instrumento para compreender as subjetividades dos objetos. O procedimento metodológico tem sua inspiração no personagem *flâneur*, criado pelo poeta Charles Baudelaire e adotado posteriormente nas teorias de Walter Benjamin. Trata-se de um homem que vaga pelas ruas de Paris como um observador errante, deixando-se afetar pela experiência. Para Canevacci (1997, p. 101), “Benjamin trabalhou constantemente sobre a cidade, com uma abordagem que pode ser absorvida sob a condição de aceitar sermos empurrados para uma desorientação

pessoal”. Desta forma, com um caminhar à deriva, pode-se encontrar tanto elementos visíveis quanto subjetividades escondidas que fazem parte daquele lugar.

Assim como o *flâneur* benjaminiano, a análise consiste em perambular com olhar curioso, interessado e descobridor pelas imagens do objeto (filmes hollywoodianos de super-heróis), fazendo-me vagar e constituir itinerários a partir de um movimento exploratório pautado pelas afecções enquanto indivíduo e pesquisador. Se, metaforicamente, consideramos as obras cinematográficas como nossa rua, o passeio consiste em assistir filmes de super-heróis integrantes, principalmente, dos universos cinematográficos da DC e da Marvel e absorver a subjetividade de tudo o que vê, ouve e sente, desencadeando o ato de colecionar fragmentos com o intuito de apresentar um panorama de obras culturais que se valem dessa relação.

Montaño (2012) defende a *flânerie* como metodologia⁸ para abordar a paisagem audiovisual contemporânea, uma vez que estas paisagens se apresentam cada vez mais complexas em suas manifestações e por demandarem uma ação do seu observador. Por se tratar de uma pesquisa exploratória, a *flânerie* realizada pressupõe uma indisciplina no que se refere a métodos estritos e se torna, portanto, o processo de trilhar caminhos, desviar, observar e cartografar os achados, culminando em um aprendizado com o percurso realizado, sendo um exercício metodológico desprendido, livre e que deixa-se afetar. Enquanto um caminhante que passeia observando tudo ao redor, foram assistidos 35 longas-metragens, sendo 21 da Marvel, nove da DC e cinco de outros estúdios. O procedimento de reprodução dos títulos transcorreu no computador através de plataformas de *streaming* e de arquivos digitais, possibilitando pausar e congelar a imagem para obter frames. Essa intervenção técnica retira as imagens do fluxo cinematográfico, desmontando suas estruturas e buscando observar o que se encontra dentro das imagens. Alguns softwares, como VLC, Photoshop, Shazam e Google Lens, permitiram sair da expectativa e contribuíram para a análise e apropriação dos frames.

Utilizando as lentes de *flâneur*, mantive-me atento às marcas técnicas da ordem cinematográfica, buscando demarcar lugares sonoros, visuais e da

7 – Os aportes teóricos que definem a cartografia como método de pesquisa se fazem presentes em Rolnik (1989), Rolnik e Guattari (1989), Deleuze e Guattari (1995), Canevacci (1997), Martín-Barbero (2002) e Passos *et al.* (2009).

8 – O uso da cartografia, bem como da *flânerie*, como arranjo metodológico é recorrente pelos integrantes da linha 1 - Mídias e Processos Audiovisuais, assim como dos pesquisadores do grupo Audiovisualidades e Tecnocultura: Comunicação, Memória e Design (TCAv), do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). Mais informações em: www.tecnoculturaaudiovisual.com.br.

ordem do roteiro, que colocam um tempo inscrito nas imagens, além de observar o que essas marcas provocam, num processo de relacionamento com um conjunto de lembranças que ativa interpretações superestimadas do passado. Num exercício de desmontar e montar, fazendo anotações detalhadas e identificando elementos, buscou-se extrair sentidos das imagens, a fim de reconhecer a construção nostálgica que ali se faz presente. Os filmes assistidos foram catalogados em uma planilha conforme o reconhecimento de tais elementos nostálgicos, sendo posteriormente agrupados em categorias que veremos a seguir.

Modalidades da nostalgia no cinema

O exercício da *flânerie* permitiu descobrir fragmentos e colecioná-los a partir de frames retirados da obra original, formando percepções a partir de agrupamentos. Sendo assim, o *flâneur* também é um colecionador, pois guarda, mapeia suas características e ressignifica as imagens do objeto, recoloca-as em outro contexto. Desse modo, a pesquisa reconheceu na materialidade fílmica similaridades e diferenças nos “processos nostálgicos” adotados. Ao observar esses padrões em diversos longas-metragens, agrupei cada um deles em categorias que revelam movimentos, montagens e processos das imagens, possibilitando novas visões e possibilidades de reflexão.

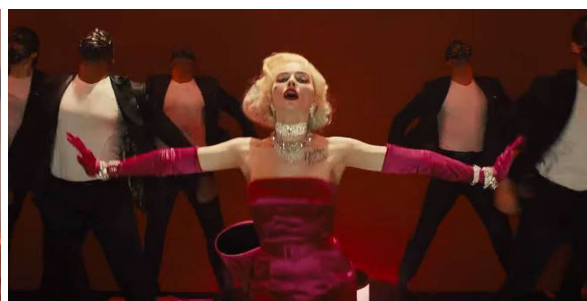
As categorias referentes às modalidades da nostalgia no cinema são organizadas da seguinte maneira: referências; sequências, refilmagens e reimaginações; reconstrução de época; efeitos visuais; trilha sonora

e roteiro. Todos esses processos foram desenvolvidos com detalhes em tese para o Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (PPGCom/Unisinos), entretanto, discorro um pouco sobre cada um deles, oferecendo exemplos de filmes que, apesar de apresentarem mais de uma característica, sendo possível frequentar várias categorias, destacam-se especialmente por um processo de representação nostálgica no cinema.

Referências

As ocorrências nostálgicas mais frequentes são relacionadas à utilização de referências a produtos da cultura pop, ou seja, imagens dentro de imagens. Nesta pesquisa, referência é considerada como qualquer elemento visual ou sonoro inserido em uma obra cinematográfica que remete a outro produto cultural. Para Baitello (2005), as imagens que povoam nossos meios imagéticos se constituem, principalmente, a partir de ecos, repetições e reproduções de outras imagens. Esse mecanismo - que é próprio da cultura audiovisual - acaba exercendo um importante papel de divulgador científico na medida em que forma uma rede de referências às quais podem ser investigadas pelos espectadores.

Entre os exemplos de nostalgia convocada através de referências temos o encontro dos três atores que interpretaram Peter Parker no cinema (Tobey Maguire, Andrew Garfield e Tom Holland), que, através do meio do multiverso concebido pelo MCU, fez-se possível no longa-metragem *Homem-Aranha: Sem Volta Para Casa* (Jon Watts, 2021). A reunião nostálgica foi o principal aspecto destacado nas redes sociais, pelos veículos de comunicação e, inclusive,



Figuras 1 e 2. Frames dos filmes *Homem-Aranha: Sem volta para casa* e *Aves de Rapina*.
Figures 1 and 2. Frames from the movies *Spider-Man: No Way Home* and *Birds of Prey*.

Fonte: Elaborado pelo autor.



Figuras 3 e 4. Frames dos filmes *Homem de Aço* (2013) e *O esquadrão Suicida* (2021).
Figures 3 and 4. Frames from the movies *Man of Steel* (2013) and *The Suicide Squad* (2021).

Fonte: Elaborado pelo autor.

pela Sony, que lançou novo trailer⁹ com a aparição dos três heróis e uma versão estendida do filme na qual o pôster já destaca a presença do trio de Aranhas.

No lado da DC, *Aves de Rapina* (Cathy Yan, 2020) promoveu referência ao filme *Os homens preferem as loiras* (Howard Hawks, 1953), colocando a personagem Arlequina (Margot Robbie) a reencenar a famosa cena protagonizada por Marilyn Monroe cantando *Diamonds are a girl's best friend*. Outra participação especial foi o retorno de Michael Keaton no papel de Bruce Wayne em *The Flash* (Andy Muschietti, 2023). O ator marcou gerações como Batman em dois longas-metragens lançados em 1989 e 1992.

Sequências, refilmagens e reimaginações

Um resgate do passado também ocorre na elaboração de novas aventuras para personagens que fizeram sucesso em décadas anteriores. O caráter nostálgico nas continuações se apresenta, principalmente, quando há um largo intervalo entre as produções. Esse fato demonstra uma vontade de desenvolver ou reativar uma franquia, aproveitando-se justamente do engajamento saudoso dos fãs. Um exemplo de sequência tardia é o filme *Superman - O retorno* (Bryan Singer, 2006), que supostamente insere os eventos da sua narrativa após *Superman II - A aventura continua* (Richard Lester, 1980). Fora do universo Marvel e DC, temos *Os Incríveis 2* (Brad Bird, 2018), lançado 14

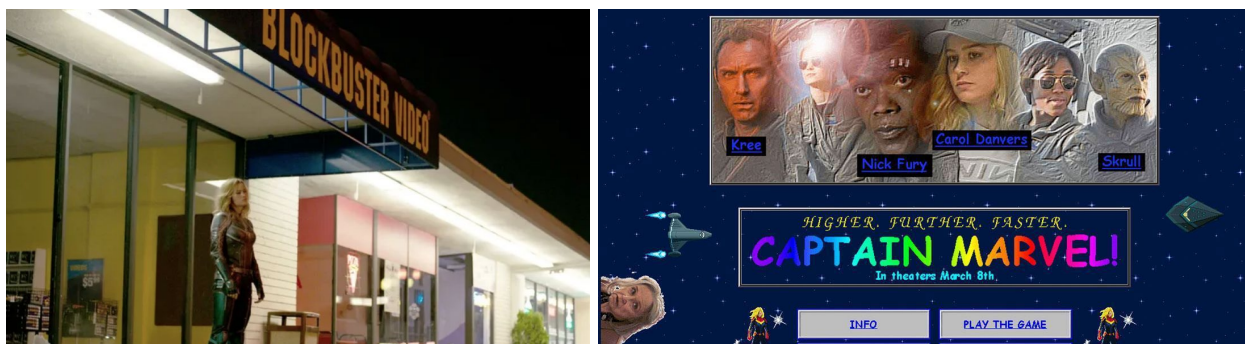
anos depois do original; e *Pequenos grandes heróis* (Robert Rodriguez, 2020) como uma continuação de *As Aventuras de Sharkboy e Lavagirl* (Robert Rodriguez, 2005).

No universo dos filmes de super-heróis, o que mais aparece são as refilmagens e reimaginações (ou *reboots*), considerados capítulos diferentes para histórias que se encontram no imaginário afetivo do público. Podemos citar *Homem de Aço* (Zack Snyder, 2013) responsável por recomençar a franquia do Superman; *O Incrível Hulk* (Louis Leterrier, 2008) recontando a história de *Hulk* (2003); e *O Esquadrão Suicida* (James Gunn, 2021), sendo uma nova versão para os personagens que haviam aparecido poucos anos antes em *Esquadrão Suicida* (David Ayer, 2016).

Reconstrução de época

O efeito da nostalgia também pode ser instaurado a partir de um conjunto temático de elementos visuais e sonoros, cujo intuito é reproduzir uma época, geralmente associada à saudade de um período temporal (infância e adolescência, em muitos casos) ou ao contexto histórico e cultural de uma década (por exemplo, 1970, 1980, 1990, etc.). Essa reconstrução se abastece do passado a partir de um olhar romantizado, trazendo imagens douradas dessas memórias e relegando tudo aquilo que pode manchar essa idealização. O cinema articula sua maquinaria para reforçar certo imaginário compartilhado pelos espectadores enquanto contribui com outras proposições relativas a esse tempo passado.

9 – Disponível aqui: <<https://jovempan.com.br/entretenimento/sony-relanca-trailer-de-homem-aranha-sem-volta-para-casa-com-a-presenca-dos-tres-herois.html>>. Acesso em: 01/04/25.



Figuras 5 e 6. Frames de *Capitã Marvel* e do site oficial do filme.
Figures 5 and 6. Frame from *Captain Marvel* and the film's official website.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Vejamos o longa-metragem *Capitã Marvel* (Anna Boden, Ryan Fleck, 2019), que estabelece sua narrativa no ano de 1995, trazendo toda uma atmosfera nostálgica a partir de cenas em uma *lan house* com monitores de tubo amarelado e uma videolocadora da rede Blockbuster, na qual a heroína atira contra um Arnold Schwarzenegger de papelão colocado para promover o lançamento do VHS de *True Lies* (James Cameron, 1994). Outros objetos emblemáticos da época também integram a trama, como o uso de pagers e telefone público, site de busca AltaVista, senha da AOL e camisetas de bandas como Nine Inch Nails, Nirvana e Guns N'Roses. A tradicional participação especial de Stan Lee ocorre com o editor lendo uma cópia do roteiro de *Barrados no Shopping* (Kevin Smith, 1995). A promoção do filme ainda contou com um site oficial¹⁰ composto de elementos dos primórdios da internet, como GIFs animados, letreiros em arco-íris, fonte Comic Sans e cores vibrantes que tornam as letras ilegíveis.

O período histórico também é muito importante para *Mulher-Maravilha: 1984* (Patty Jenkins, 2020), incluindo o ano de ambientação da trama até mesmo no título. O filme se insere na década de 1980 absorvendo a efervescência das roupas, da arquitetura, dos cabelos, das músicas e dos hábitos do recorte temporal retratado. São cenas em locações como um shopping oitentista, passando por Steve Trevor trocando várias vezes de roupa com figurinos da época, até a protagonista entrando em uma festa ao som de *Blue Monday*

(1983), de New Order. A fórmula nostálgica segue ativa com *Quarteto Fantástico: Primeiros Passos* (Matt Shakman, 2025), apostando em situar o enredo na década de 1960, com um visual retrofuturista.

Efeitos visuais

Uma outra categoria nostálgica se apresenta a partir de formatos estéticos e reprodução de técnicas cinematográficas antigas. Dentro do universo dos super-heróis, destaca-se a arte do logo e dos materiais visuais de *Thor: Amor e Trovão* (Taika Waititi, 2022), que adotam uma estética *trash* de fitas VHS dos anos 1980, além de figurinos, cabelos e trilha sonora. Em entrevista para a revista Rolling Stone¹¹, o diretor afirmou que sua intenção era de que toda arte do filme parecesse uma capa de álbum dos anos 1980.

Além de efeitos digitais adicionados na pós-produção, uma das presenças da nostalgia audiovisualizada pode ser encontrada na fotografia do filme. Entre variados fatores, a fotografia cinematográfica cuida da iluminação, do enquadramento e da composição em cena. Na mesa de edição, também pode-se envolver na correção das cores e ajustes finos da imagem. Todo esse processo concede uma atmosfera visual ao projeto, sendo capaz de contribuir para o despertar nostálgico. É o caso de *Sin City - A cidade do pecado* (Frank Miller, Robert Rodriguez, 2005), cuja fotografia adota um

10 – Disponível aqui: <<https://www.marvel.com/captainmarvel>>. Acesso em: 02/04/25.

11 – Disponível aqui: <<https://www.rollingstone.com/tv-movies/tv-movie-features/taiki-waititi-thor-star-wars-natalie-portman-chris-hemsworth-1378020/>>. Acesso em: 03/04/25.



Figuras 7 e 8. Cartaz de *Thor: Amor e Trovão* e material de divulgação do filme.
Figures 7 and 8. *Thor: Love and Thunder* poster and promotional material for the film.

Fonte: IMDB. Disponível em: <https://www.imdb.com/pt/title/tt10648342/mediaviewer/rm3807321089/?ref_=ttmi_mi_95>; Screen Rant. Disponível em: <<https://screenrant.com/thor-love-thunder-chris-hemsworth-costume-stormbreaker-art/>>. Acesso em: 07/04/25.

jogo de sombras quase inteiramente em preto e branco que parece estarmos assistindo à própria HQ em movimento. Também incorpora a linguagem dos quadrinhos com balões de diálogo e de onomatopeias.

Trilha sonora

Ao invés de apostar em referências relacionadas à imagem, a nostalgia ainda tende a ser construída através do som, principalmente na execução de músicas do passado, na maior parte das vezes aquelas consideradas clássicas. Essa denominação é relevante, pois busca encontrar vínculos de identificação com um vasto público. A nostalgia musical pode se apresentar enquanto um ingrediente extra em alguns filmes, oferecendo um sabor especial, como ocorre em *Guardiões da Galáxia* (James Gunn, 2014), no qual o herói Peter Quill/Star-Lord costuma estar acompanhado de um toca-fitas, possibilitando

explorar uma *mixtape* de clássicos das décadas de 1970 e 1980. Os créditos iniciais transcorrem com o personagem munido de seu walkman dançando *Come and get your love* (1974) em seus fones de ouvido.

Outro procedimento ligado à nostalgia tem sido observado em canções antigas que voltam às paradas de sucesso após integrarem projetos audiovisuais de sucesso. Um desses casos ocorreu com *Thor: Ragnarok* (Taika Waititi, 2017), cuja trilha sonora inclui a faixa *Immigrant Song* (1970), da banda Led Zeppelin. Antes mesmo do lançamento, o trailer despertou uma avalanche nostálgica nas redes sociais ao resgatar esse clássico do rock junto a sequências fantásticas de batalha. O resultado foi a comoção dos fãs tanto da banda quanto dos heróis da Marvel, fazendo a canção voltar a figurar na Billboard depois de 47 anos de seu lançamento¹². Também gerou diversas matérias nos veículos de comunicação¹³, comentários saudosistas de usuários na internet¹⁴ e vídeos produzidos por fãs no YouTube¹⁵. Com o sucesso dessa estratégia, o

12 – Disponível em: <www.grammy.com/led-zeppelin-thor-ragnarok-boosts-sales-immigrant-song>. Acesso em: 29/03/25.

13 – Entre as notícias, estão “Thor: Ragnarok traz Led Zeppelin na trilha sonora” (<https://www.wikimetal.com.br/thor-ragnarok-traz-led-zeppelin-na-trilha-sonora-veja-o-trailer/>) e “Led Zeppelin embala 1º trailer de Thor: Ragnarok” (<https://www.radiorock.com.br/2017/04/10/led-zeppelin-embala-1o-trailer-de-thor-ragnarok/>). Acesso em: 28/03/25.

14 – Comentário no Facebook destaca que a canção se encaixa melhor na segunda vez que aparece no longa-metragem: <<https://www.facebook.com/watch/?v=780986230215634>>. Acesso em: 28/03/25.

15 – Busca no YouTube apresenta diversos usuários que realizaram suas montagens de *Thor: Ragnarok* e Led Zeppelin: <https://www.youtube.com/results?search_query=thor+ragnarok+led+zeppelin>. Acesso em 29/03/25.

longa-metragem seguinte do herói, *Thor: Amor e Trovão*, explorou nostálgicamente o gênero do hard rock, desde a abertura com o tema da Marvel retrabalhado somente com guitarras até a inclusão de três canções da banda Guns N' Roses na trilha sonora: *Paradise city* (1987), *Welcome to the jungle* (1987) e *Sweet child of mine* (1988).

O mesmo sucesso aconteceu com o *hit* dançante *Bye bye bye* (2000), do grupo 'Nsync, que integra a abertura de *Deadpool & Wolverine* (Shawn Levy, 2024), com direito a coreografia por parte do personagem interpretado por Ryan Reynolds. A canção entrou no top 20 global do Spotify e no 8º lugar na Billboard global, gerando ainda inúmeros vídeos no TikTok com tutorial e pessoas reproduzindo os passos da dança viral. O sucesso foi tanto que a canção teve seu nome alterado nas plataformas digitais para se associar ao título do longa-metragem.

Roteiro

A nostalgia pode ser acionada através do roteiro do filme, tendo a construção narrativa como potência para evocar as memórias dos personagens – e também dos espectadores. À vista disso, a temática reflete em quem está assistindo, fazendo com que se analise as questões discutidas na tela em contexto pessoal. As técnicas cinematográficas, como trilha sonora, iluminação, montagem, fotografia e efeitos visuais, trabalham para somar ao culto dos momentos saudosos despertados pela história que está sendo contada. Em comparação com as categorias anteriores, vamos encontrar um número menor de filmes de super-heróis que dialogam com essa construção nostálgica.

O exemplar mais evidente é *Watchmen* (Zack

Snyder, 2009), baseado na *graphic novel* criada por Alan Moore e David Gibbons e cuja trama se passa nos anos 1980, em plena Guerra Fria, a partir de um grupo de vigilantes mascarados (inicialmente intitulado Minutemen e depois substituído pelos Watchmen) que é proibido por ordem do presidente Nixon de combater o crime. A nostalgia pontua a narrativa desde os créditos iniciais, ao som de *The times are a-changin'* (1964), de Bob Dylan, com imagens que abarcam tanto a glória quanto a queda dos Minutemen. Décadas depois, Hollis Manson e Sally Jupiter guardam uma vasta quantidade de memorabilia dos tempos áureos enquanto heróis. Inclusive, Hollis, que assumia a identidade do Coruja, vive contando os feitos do passado para o pupilo que assumiu seu uniforme, Dan Dreiberg. Em diálogo, os dois Corujas questionam se sentem saudade do passado. A resposta de ambos é que não. Entretanto, as atitudes demonstram o contrário, uma vez que se reúnem semanalmente para relembrar o tempo em que assumiram identidades secretas.

A palavra nostalgia, inclusive, aparece repetidamente em *Watchmen*, pois, na trama, o personagem Ozymandias possui uma empresa de cosméticos cujo novo lançamento é um perfume intitulado “Nostalgia”. Peças publicitárias dotadas de frases como “Onde está a essência que era tão divina?” divulgam o produto ao longo da narrativa. É interessante observar a indução ao sentimento nostálgico justamente em uma época em que as relações entre os Estados Unidos e a União Soviética estavam prestes a implodir. Com um presente repleto de incertezas, somado a um discurso especulativo de apocalipse nuclear, as lembranças de um tempo anterior onde as coisas eram simples, tendem a ser aceitas – e até mesmo mitificadas – pelas pessoas.



Figuras 9 e 10. Frames de *Guardiões da galáxia* e *Deadpool & Wolverine*.
Figures 9 and 10. Frames from *Guardians of the Galaxy* and *Deadpool & Wolverine*.

Fonte: Elaborado pelo autor.



Figuras 11 e 12. Frames de *Watchmen*.
Figures 11 and 12. Frame from *Watchmen*.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Reverberração na cultura digital

As seis categorias mostraram como a nostalgia é construída no cinema e, ao serem aplicadas nos filmes hollywoodianos de super-heróis, comprovou-se que esse nicho da cultura pop é bastante prolífico para despertar certa comoção afetiva do público. A partir de tais exemplos, torna-se possível inferir que a sedução pela nostalgia no cinema nasce a partir de sentidos estimulados pelas imagens, um acionamento proposital e explícito de inspiração na nostalgia. Destaco que, para o desenvolvimento de uma sistematização dos processos cinematográficos nostalgizantes, não foi adotado um viés quantitativo, pois não se trata de identificar mais ou menos nostalgia nos longas-metragens. Foi avaliada a presença (e consequentemente a intencionalidade) das categorias nas obras filmicas, tornando-se uma camada presente na experiência cinematográfica.

Geralmente, as categorias se valem de imagens e sons que remetem a experiências compartilhadas por uma geração que cresceu com os mesmos referenciais culturais, podendo fortalecer laços de identificação. Niemeyer (2018) fala sobre a possibilidade de fazer circular narrativas capazes de conectar diferentes gerações, lugares e classes sociais, nutrindo o sentimento de pertencimento comunitário, nacional ou cultural. Nesse sentido, Moldovan (2017) traz para o debate uma forma de interação ou prática social chamada “geeking out”, que pode ser realizada individualmente, mas é amplificada quando acontece junto de algum ou alguns colegas. “É um exercício de marcar o território da cultura pop como propriedade [...] em um

ritual de reconhecimento mútuo. Parte disso é sobre a comunhão de experiências vividas (jogando os mesmos jogos, tendo visto os mesmos filmes e experimentado emoções semelhantes)” (Moldovan, 2017, p. 247). Essa prática se refere à identificação das referências em tela, como uma tentativa de dominar aquele território, algo que os fãs de super-heróis costumam realizar através das redes sociais, cujas ferramentas permitem essa conexão entre pessoas com interesses em comum.

Desde o anúncio até o lançamento de cada projeto cinematográfico, os *fandoms* dos personagens ou dos estúdios (DC/Marvel) se voltam para detalhes dos produtos lançados, seja imagens, trailers, episódios semanais ou até mesmo frames, proferindo interações por meio das redes sociais, identificando mensagens secretas, criando teorias e manifestando sua aprovação ou reprovação das escolhas realizadas nas adaptações das revistas em quadrinhos para o cinema. Com a repercussão desses movimentos na cultura digital, a figura do fã outrora renegada ao universo *nerd* ganhou destaque como um validador da cultura pop, sendo levado em extrema consideração por parte dos veículos de comunicação e, inclusive, pelos produtores de Hollywood. A partir de Jenkins, Green e Ford (2022), esse espaço virtual efervescente se torna um ecossistema conectado, no qual uma rede de interações entre empresas, fãs, algoritmos e plataformas negociam os rumos da cultura pop contemporânea, sendo que a pauta muitas vezes gira em torno da nostalgia.

Os veículos de comunicação oferecem destaque para o comportamento do público através de diversas notícias, como “Marvel inova na estética, mas pode desagradar fãs de super-heróis”¹⁶ e “Novo Superman ganha mais um trailer

16 – Disponível aqui: <<https://tangerina.uol.com.br/filmes-series/marvel-estetica-homem-aranha-quarteto-fantastico/>>. Acesso em: 06/04/25.

e aumenta expectativa de fãs”¹⁷. No contexto da cultura de convergência proposta por Jenkins (2022), os fãs se manifestam e até mesmo se organizam para atividades através de múltiplas plataformas como Twitter, Reddit e Fandom.com, que serve, a partir de inteligência coletiva e participação ativa, como uma enciclopédia de personagens, equipes, eventos, revistas em quadrinhos, séries televisivas e filmes, mas também como espaço de discussão entre os usuários. A colaboração para mapear ligações intertextuais, referências ocultas e cronologias se torna parte de uma cartografia coletiva da memória afetiva pop. Essas práticas geram metadados que alimentam os algoritmos - ou seja, quanto mais um conteúdo nostálgico é discutido, mais esse conteúdo é impulsionado para novos usuários.

Ao observar como a nostalgia é elaborada no cinema, a partir de procedimentos técnicos e estéticos, mas também por identificação e pertencimento, fica evidente que essa construção ocorre também fora do dispositivo cinematográfico, sendo alimentada através das mídias eletrônicas. Portanto, da mesma forma que a nostalgia se relaciona com a cultura pop, tal diálogo é incorporado pela cultura digital na repercussão das estratégias nostálgicas e seu impacto no público, incluindo desde matérias assinadas por veículos jornalísticos até respostas dos fãs, que vão desde audições de trilha sonora; passando pela produção de conteúdo em vídeos para o YouTube, podcasts, montagens de cenas e coreografias no TikTok; até comentários em redes sociais. Por exemplo, em abril de 2024, James Gunn (responsável por dirigir *Superman*) compartilhou uma fotografia¹⁸ dele com os atores David Corenswet e Rachel Brosnahan (Clark Kent e Lois Lane, respectivamente) lendo revistas em quadrinhos das primeiras décadas do herói, justamente no dia em que foi lançada a primeira publicação por Jerry Siegel e Joe Schuster. A foto gerou mais de 410 mil curtidas, inúmeros comentários e até mesmo matérias na imprensa, tornando-se uma das principais imagens para divulgar o novo filme do herói antes do trailer lançado em dezembro de 2024.

As plataformas de *streaming* também reforçam o consumo nostálgico. Poell *et al.* (2020) destacam que as instâncias de interação humana são transformadas em dados pelas plataformas, sendo estes dados processados

algoritmicamente para que sejam elaborados novos produtos e serviços destinados ao cotidiano de seus usuários. A Netflix, por exemplo, chama o seu algoritmo de “sistema de recomendação”¹⁹, uma vez que analisa dados referentes às interações do usuário com o serviço, desde os títulos assistidos e suas respectivas notas até os horários, os aparelhos e o tempo dedicado à plataforma. Com essas informações, elege e produz obras que se valem de características nostálgicas e as disponibiliza na plataforma, fazendo convites para mais experiências envolvendo a nostalgia, inclusive em seu posicionamento nas redes sociais. No período entre 2016 e 2022, a Netflix lançou mais de 40 produções, entre filmes e séries, que apresentam características nostálgicas. Os materiais de divulgação de tais produtos, compartilhados nos canais oficiais, apelam à memória afetiva, incluindo linguagem visual, referências e trilha sonora de determinadas épocas. Isso demonstra que a nostalgia não é só representada nas telas, mas também encorajada pelas próprias plataformas.

Os algoritmos dos serviços de *streaming* - e também das redes sociais - são definidos para maximizar o engajamento emocional e o tempo de permanência, o que torna a nostalgia um dos poderosos ingredientes para despertar sentimentos no público. O trailer de *Thor: Ragnarok* com *Immigrant song* ou a coreografia de *Bye bye bye* em *Deadpool & Wolverine* são priorizados para amplificar sua circulação online justamente por serem capazes de gerar fortes reações afetivas. Esse afeto compartilhado se torna valor comunicacional, sendo extremamente relevante para a economia das plataformas.

Neste cenário, sobressai uma nostalgia capacitada para pautar o cinema hollywoodiano de super-heróis para os próximos anos. É o que comprova a ação de marketing da Marvel realizada em abril de 2025 para divulgar o elenco de *Vingadores: Domsday* através de uma transmissão de quase seis horas nas redes sociais. A estratégia digital foi praticamente um “chá-revelação” para nomear mais de 25 atores que voltarão aos seus personagens heróicos. Entre eles, Patrick Stewart, Ian McKellen, Alan Cumming, James Marsden, Rebecca Romijn e Kelsey Grammer, que fizeram parte da franquia dos X-Men no início dos anos 2000, e surgem como uma aposta

17 – Disponível aqui: <<https://www.correiobraziliense.com.br/webstories/flipar/2025/04/7101932-novo-superman-ganha-mais-um-trailer-e-aumenta-expectativa-de-fas.html>>. Acesso em: 06/04/25.

18 – Disponível aqui: <<https://www.instagram.com/p/C551e8aAefi/>>. Acesso em: 08/04/25.

19 – A versão oficial da empresa a respeito do seu algoritmo está descrita aqui: <https://help.netflix.com/pt/search?q=Como+funciona+o+sistema+de+recomendações+da+Netflix>. Acesso em: 02/07/25.

nostálgica para o novo filme de Anthony e Joe Russo. A nostalgia, inclusive, já havia sido um investimento do estúdio com o anúncio de trazer Robert Downey Jr., conhecido por ser o Homem de Ferro, para interpretar o vilão Doutor Destino na próxima fase do MCU.

Considerações finais

Embora o sentimento nostálgico seja inerente ao ser humano, cuja tentativa de compreensão data do século XVII, a nostalgia na cultura parece ter encontrado seu apogeu nos últimos anos, colocando em jogo o passado da cultura pop, as nossas próprias memórias e a capacidade de lidar com as transformações da vida. Esse movimento pode ser observado nos filmes hollywoodianos que adotam esse caráter vigente de “nostalgização” para contar suas narrativas, tornando evidente que a nostalgia não apenas permeia, mas estrutura boa parte do cinema de super-heróis.

Por meio das categorias apresentadas, que articulam múltiplas dimensões da linguagem cinematográfica e da cultura digital, que repercute as estratégias filmicas nas redes sociais, observa-se o efeito de uma “nostalgização” das narrativas e, conseqüentemente, da cultura. Como pôde ser averiguado, a nostalgia trabalha com obras conhecidas do público, sendo uma vantagem perante o volume cada vez mais expressivo de séries e filmes lançados por ano. Nesse sentido, o cinema de super-heróis se mostra fértil para a construção da nostalgia, tanto por seu caráter serial quanto por sua conexão com imaginários que atravessam gerações. Assim, a nostalgia passa a ser utilizada como uma estratégia de operacionalização de conteúdos com predileção ao passado, sendo um recurso que potencializa engajamento e bilheteria.

A cultura digital se estabelece como um espaço de repercussão da nostalgia cinematográfica. Independentemente de o herói ser da Marvel ou da DC, um dos objetivos dos estúdios é dialogar com os fãs, inclusive atendendo às suas expectativas a partir de um sentimento juvenil tardio, capaz de reviver a infância e a adolescência divididas com esses personagens. A nostalgia se torna parte de uma variedade de referências e estilos que coexistem simultaneamente na contemporaneidade. Por todos os exemplos em suas respectivas categorias, o consumo de outros tempos moldou não somente os filmes de super-heróis, mas também contaminou a cultura a partir de um prazer na nostalgia, ou seja, em um fetiche de olhar com saudade para o passado. Estamos frente a um sentimento predominantemente ligado às experiências culturais e afetivas, tornando-se uma força motriz na sociedade, uma vez

que tais construtos de passado tendem a gerar a sensação de conforto e familiaridade frente à cultura pop.

Sendo assim, a nostalgia não se encerra nas imagens do filme, sendo transbordada para a cultura digital a partir da amplificação possibilitada pelas interações em redes sociais, fóruns e plataformas de *streaming*. Essa relação se manifesta com o “geeking out”, uma prática essencialmente digital que fortalece laços entre fãs e funciona como um ritual coletivo de reconhecimento e de nostalgia. Em consequência disso, o espectador ganha outros atributos com a relevância que os fãs, principalmente de super-heróis, adquirem na lógica da cultura da convergência. Tornam-se co-produtores simbólicos, influenciando diretamente a produção e a estética dos filmes. Observamos, portanto, um circuito contínuo de produção, circulação e recepção da nostalgia: os estúdios oferecem nostalgia, os fãs respondem emocionalmente através dos meios digitais e essa relação orienta novas decisões criativas e comerciais.

A nostalgia também é mobilizada como estratégia de marketing nas plataformas digitais. O exemplo da Marvel com *Vingadores: Doomsday* mostra como os estúdios criam eventos midiáticos que dependem da lógica da cultura digital (transmissões ao vivo, revelações em tempo real, hashtags, etc.) para gerar engajamento online. Cada vez mais, a recepção - e a produção nostálgica - dos filmes de super-heróis dependem do ambiente digital para se consolidar enquanto fenômeno cultural. Logo, a nostalgia se apresenta como uma força que articula o cinema e a cultura digital, na qual o espaço online amplia a potência nostálgica do cinema ao permitir que espectadores transformem suas lembranças em conteúdo, reafirmando o passado como matéria-prima da cultura pop contemporânea.

Diante do exposto, a nostalgia no cinema não existe apenas como uma camada extra da experiência cinematográfica. Ela é estruturada e propagada para além da exibição filmica através de um ecossistema digital interligado por algoritmos que priorizam o engajamento emocional; plataformas que promovem o conteúdo nostálgico como estratégia de retenção; e fãs que tanto produzem e organizam memórias culturais quanto avaliam e disseminam suas opiniões enquanto agentes ativos do processo comunicacional. Nesse contexto, a cultura digital contemporânea amplifica, transforma e legitima a nostalgia como uma estratégia afetiva, estética e mercadológica, principalmente quando associada a produções que mobilizam uma vasta quantidade de espectadores, como os filmes hollywoodianos de super-heróis.

Referências

- ALTMAN, R. 1999. *Film/genre*. London: British Film Institute, 246 p.
- BAITELLO, N. Jr. 2005. *A era da iconofagia*. São Paulo: Hackers Editores, 160 p.
- BENJAMIN, W. 1987. Desempacotando minha biblioteca: Um discurso sobre o colecionador. In: *Rua de mão única*. São Paulo: Brasiliense, 264 p.
- BOTELHO, R. W. 2022. *Nostalgia*: Pensando sobre. 21. Kindle. 16 p.
- BOYM, S. 2017. *Mal-estar na nostalgia*. História da Historiografia, v. 10: p. 153-165.
- _____. 2002. *The future of nostalgia*. NY: Basic Books, 432 p.
- BURKE, L. 2015. *The comic book film adaptation*: Exploring modern Hollywood's leading genre. Jackson: University Press of Mississippi, 374 p.
- CANEVACCI, M. 1997. *A cidade polifônica*. São Paulo: Studio Nobel, 238 p.
- CLINE, W. C.. 1997. *In the nick of time*: Motion pictures sound serials. Jefferson: McFarland Classics, 293 p.
- COOGAN, P. 2006. *Superhero*: The secret origin of a genre. Austin: MonkeyBrain, 436 p.
- DELEUZE, G.; GUATTARI, F. 1995. *Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia*. Vol. I. São Paulo: Ed. 34, 128 p.
- GANDINI, A. 2020. *Zeitgeist nostalgia*: On populism, work and the "good life". Zero Books, 136 p.
- HARMON, J.; GLUT, D. F.. 1973. *The great movie serials*. London: Woburn Press, 384 p.
- JENKINS, H. 2022. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 432 p.
- _____.; GREEN, J.; FORD, S. 2022. *Cultura da conexão*. São Paulo: Aleph, 408 p.
- MARTÍN-BARBERO, J. 2002. *Ofício de cartógrafo*: Travessias latino-americanas da comunicação na cultura. São Paulo: Edições Loyola, 480 p.
- MASCARELLO, F. 2006. *História do cinema mundial*. São Paulo: Papirus, 432 p.
- MOLDOVAN, R. 2017. *The state of play*: Geektopia in Ready player one. Caietele Echinox, 32: p. 242-251.
- MONTAÑO, S. 2012. *Plataformas de vídeo*: Apontamentos para uma ecologia do audiovisual da web na contemporaneidade. São Leopoldo, RS. Tese de doutorado. Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 220 p.
- NATALI, M. P. 2006. *A política da nostalgia*: Um estudo das formas do passado. São Paulo: Nankin, 160 p.
- NIEMEYER, K. 2018. O poder da nostalgia. In: SANTA CRUZ, L.; FERRAZ, T. (Orgs). *Nostalgias e mídia*: No caleidoscópio do tempo. Rio de Janeiro: E-Papers, p. 29-45.
- PASSOS, E.; KASTRUP, V.; ESCÓSSIA, L. (Org). 2009. *Pistas do método da cartografia*: pesquisa-intervenção e produção de subjetividade. Porto Alegre: Sulina, 207 p.
- POELL, T.; NIEBORG, D.; VAN DIJCK, J. 2020. *Plataformização*. Revista Fronteiras, v. 22, n. 1, p. 2-10.
- ROLNIK, S. 1989. *Cartografia sentimental*: transformações contemporâneas do desejo. São Paulo: Estação Liberdade, 248 p.
- _____.; GUATTARI, F. 1989. *Micropolítica*: cartografias do desejo. Petrópolis: Editora Vozes, 328 p.
- SABADIN, C. 2018. *A história do cinema para quem tem pressa*. Rio de Janeiro: Valentina, 200 p.
- STAROBINSKI, J. 2016. *A tinta de melancolia*: Uma história cultural da tristeza. São Paulo: Companhia das Letras, 568 p.