

INSTRUMENTALIZAÇÃO DA NOSTALGIA NO STREAMING O CASO DAS SÉRIES REBELDE (2022) E MARGARITA (2024)

INSTRUMENTALIZATION NOSTALGIA IN STREAMING: THE CASE OF SERIES REBELDE (2022) AND MARGARITA (2024)

Aélton Alves de Melo Júnior ¹

Resumo

Encarando a nostalgia como estratégia para a criação de narrativas audiovisuais, este artigo investiga como as séries infanto-juvenis *Rebelde* (Netflix, 2022) e *Margarita* (HBO Max, 2024) instrumentalizam a nostalgia ao retomarem os universos ficcionais das telenovelas *Rebelde* (2004) e *Floricienta* (2004). Como abordagem teórico-metodológica, mobiliza-se o conceito de nostalgia restauradora e reflexiva de Boym (2017) e os debates sobre nostalgia e mídia, e a lógica algorítmica dos *streamings*. Por meio de análise comparativa entre as séries e as telenovelas, identificaram-se "pontes nostálgicas" que estabelecem continuidades entre os universos ficcionais das tramas, bem como atualizações que adequam as narrativas ao tempo presente. Paralelamente, compreendeu-se como plataformas de streaming instrumentalizam a nostalgia enquanto investimento comercial seguro.

Palavras-chave

Nostalgia; Instrumentalização; Streaming; Séries; Narrativa.

Abstract

Approaching nostalgia as a strategy for creating audiovisual narratives, this article investigates how the teen series *Rebelde* (Netflix, 2022) and *Margarita* (HBO Max, 2024) instrumentalize nostalgia by revisiting the fictional universes of the telenovelas *Rebelde* (2004) and *Floricienta* (2004). As a theoretical and methodological approach, it employs Boym (2017) concept of restorative and reflexive nostalgia and discussions on nostalgia, media, and the algorithmic logic of streaming services. Through a comparative analysis between the series and the telenovelas, it identified "nostalgic bridges" that establish continuities between the fictional universes of the plots, as well as updates that adapt the narratives to the present time. In parallel, it explored how streaming platforms instrumentalize nostalgia as a safe commercial investment.

Keywords

Nostalgia; Instrumentalization; Streaming; Series; Narrative.

¹ Doutorando em Mídia e Cotidiano pelo PPGMC/UFG; Mestre em Ciências Sociais pelo PPGCS/UFG. E-mail: aeltonjunior@me.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9752-1261> Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8331489906995321>.

Introdução

Nós amamos a nostalgia. E há décadas, a indústria audiovisual tem se voltado ao passado e apelado à nostalgia através do resgate de elementos simbólicos, memórias, imagens, personagens, cenários etc. Como argumenta Ribeiro (2018), o mercado da nostalgia prospera ao comercializar produtos que evocam afetivamente outros tempos, de modo que “o passado é acionado de forma alusiva, como elemento de produção de familiaridade, conexão emocional e identificação do consumidor com os produtos” (Ribeiro, 2018, p. 3). Em linha similar, Gary Cross (2015) aborda que a produção e o consumo acelerado de produtos culturais fomentam o consumo da nostalgia (*consumed nostalgia*), pois o consumidor busca nas memórias pessoais associadas a bens de consumo, especialmente os vivenciados durante a infância e a juventude, formas de preservar seus interesses, identidades e subjetividades frente a efemeridade do capitalismo tardio.

Nesse contexto, compreendemos que produções infanto-juvenis como programas de TV, músicas, filmes, novelas e séries são mais do que entretenimento, são bens que se associam às experiências afetivas dos consumidores. E ao instrumentalizar o potencial comercial dessa relação afetiva, a indústria cultural pode transformar a nostalgia em estratégia de mercado. São exemplos notáveis as reprises e os *remakes*, *reboots* e *revivals* de obras consumidas por determinadas gerações na juventude e que retornam ao adulto revestidas de apelo sentimental, sem deixar de lado a busca por novos públicos.

Estão inseridas nesse cenário as séries *Rebelde* (Netflix, 2022) e *Margarita* (HBO Max, 2024), obras que revivem o universo de duas novelas infanto-juvenis, a mexicana *Rebelde* (Televisa, 2004) e a argentina *Floricienta* (Canal 13, 2004), obras que foram fenômeno na América Latina durante a década de 2000, devido à repercussão em audiência na TV, a venda de CDs, DVDs, shows e produtos licenciados. Assinadas pela produtora Cris Morena, estas novelas também tiveram impacto cultural no Brasil entre 2005 e 2006: a primeira devido a exibição dublada no canal SBT; e a segunda por causa da versão brasileira, *Floribella*, produzida pela TV Bandeirantes.

A partir do exposto, neste texto debateremos como a nostalgia é instrumentalizada por plataformas de streaming, por meio da análise de elementos nostálgicos revividos pelas séries *Rebelde* (2022) e *Margarita* (2024). Para tanto, complementam a fundamentação teórica a explicação de Svetlana Boym (2017) sobre a nostalgia restauradora e a reflexiva; a abordagem da britânica Amy Holdsworth (2011) sobre como a televisão recorre à familiaridade e à memória coletiva como uma estratégia comercial segura; e o estudo das brasileiras Castellano e Meimaridis (2019) sobre como a lógica algorítmica dos *streamings* favorecem a instrumentalização da nostalgia.

Como metodologia de análise, identificaremos as pontes nostálgicas estabelecidas entre a narrativa das séries e as novelas às quais dão continuidade. Também recorreremos a dados secundários, observando a divulgação das séries no Brasil, como conteúdos de portais de notícias e de redes sociais – essa abordagem nos permite ob-

servar como a narrativa nostálgica é estabelecida tanto na dimensão externa quanto internamente nas séries.

A nostalgia revisitada

Encarando a nostalgia de forma contemporânea, distante da abordagem clínica a qual o conceito emerge², a russa Svetlana Boym (2017) observa que a "nostalgia é um sentimento de perda e deslocamento, mas é também uma fascinação com a própria fantasia" (Boym, 2017, p. 153). A compreensão da autora parte de que a nostalgia é uma forma de compreender o tempo e o espaço na modernidade, pois a forma como o passado é acessado, arquivado, usado e ressignificado desafia os limites da temporalidade e da espacialidade, principalmente frente à aceleração do tempo, à efemeridade do consumo, às mediações midiáticas nas relações sociais.

Além disso, para Boym (2017), a busca por reviver o passado no presente encontra na juventude e na infância não apenas um tempo/espaço a rememorar, mas também uma espécie de retorno desejado. Este argumento também é articulado por Gary Cross (2015) ao abordar que o consumo acelerado de produtos culturais fomenta o consumo da nostalgia (*consumed nostalgia*), ao passo que o consumidor busca nas memórias pessoais associadas a bens de consumo, especialmente os vivenciados durante a infância e a juventude, formas de preservar seus interesses, identidades e subjetividades frente à efemeridade do capitalismo tardio. Também na mesma trilha de reflexão, Ana Paula G. Ribeiro (2018, p.11) argumenta que

A nostalgia está relacionada à dificuldade que temos de lidar com nossa própria temporalidade. Sua lógica essencial parece fácil de entender. Num cenário caracterizado por vínculos sociais e afetivos mais frágeis e provisórios, pela descrença nas grandes narrativas explicadoras do mundo e nos projetos políticos transformadores, o desejo de passado expressa o esfacelamento de nossa capacidade de projeção, nossa dificuldade de imaginar "futuros possíveis".

Contudo, Boym (2017) ressalta que a nostalgia não é um retorno em concordância pacífica com o passado. Nesse sentido, precisamos compreender que a experiência da infância/juventude não é unânime para todos, podendo ser marcada por traumas e dificuldades sociais. Portanto, nossa reflexão compreende que o revisionismo e o aprendizado são instâncias que norteiam o movimento nostálgico, pois é preciso olhar para o passado e refazê-lo diferente, evoluir algo que outrora foi germinado, pescar o que é possível manter e rememorar para não esquecer. Ou, como a própria autora escreve, "a nostalgia, a meu ver, nem sempre é retrospectiva; pode ser igualmente prospectiva" (Boym, 2017, p. 153).

Nesse sentido, Boym (2017) discorre sobre 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 imaginam que eram). No discurso popular, essa nostalgia pode ser loca-

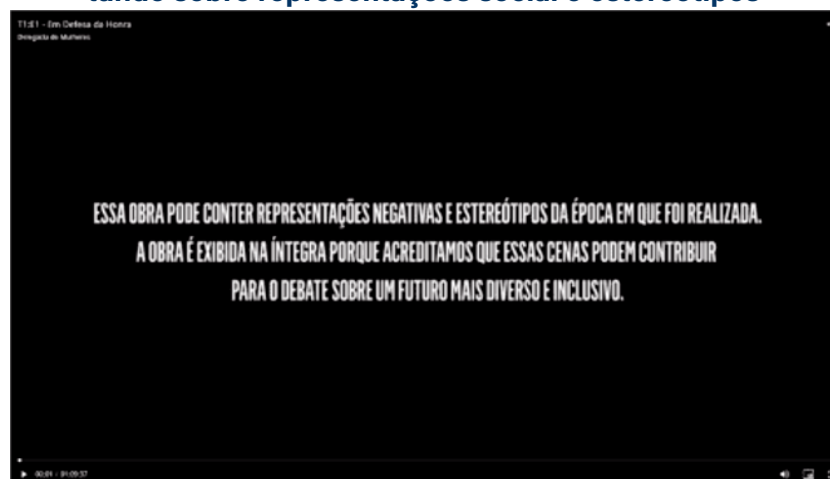
2 No século XVII, o médico suíço Johannes Hofer cunhou a nostalgia como patologia (Magnolo, 2020).

lizada, por exemplo, no enunciado "antigamente era melhor", ao tratar 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 esse 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. Por exemplo, ao assistirmos a um filme ou a uma série mais antiga, é comum realizarmos 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 ao invés de apenas o celebrar.

Em produções audiovisual de ficção, a nostalgia restauradora e a reflexiva podem ocorrer tanto separadamente quanto em sobreposição. São exemplos dessa dinâmica as reprises, os *remakes*, *reboots*, *revivals*, *prequelas*, *sequelas* e os *spin-offs*. As reprises enquadram-se 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). Frente a essa situação, tem sido prática de algumas plataformas de streaming incluir avisos contextuais (imagem 1) antes do início de alguns filmes ou séries disponibilizadas em seus catálogos, alertando sobre conteúdos que podem ser considerados inadequados ou ofensivos frente a valores contemporâneos.

Imagem 1: aviso de conteúdo da série Delegacia de Mulheres (1990) no Globoplay, alertando sobre representações social e estereótipos



Fonte: captura do autor.

Já *remakes*, *reboots*, *revivals*, *prequelas*, *sequelas* e *spin-offs* podem transitar entre a nostalgia reflexiva, a restauradora e combiná-las, a depender de como estabelecem diálogos com seus universos narrativos originais. Quando apenas reproduzem fórmulas de sucesso sem questionar seus contextos, aproximam-se da nostalgia restauradora. Porém, quando propõem releituras que atualizam as obras anteriores ou problemati-

zam aspectos antes naturalizados, mobilizam a dimensão reflexiva. No caso das séries objetos de nosso estudo, *Rebelde* (Netflix, 2022) e *Margarita* (HBO Max, 2024), exemplificam essa dinâmica ao retomarem universos ficcionais de décadas anteriores e os atualizarem para o presente. Portanto, é relevante ao estudo observar quais releituras e atualizações são feitas pelas séries em relação às novelas *Rebelde* (Televisa, 2004) e *Floricienta* (Canal 13, 2004).

As séries que recortamos alocam-se no que se chama de spin-off, isto é, narrativas derivadas de uma obra já existente ou do mesmo universo. Segundo Ana Paula G. Ribeiro (2018), essa estratégia permite contar os desdobramentos de uma história e mantendo o público engajado com cenários, personagens e situações familiares, ao mesmo tempo que oferece novos pontos de entrada para espectadores que não conheceram as produções originais. Ela descreve que o mercado da nostalgia reconta o passado através de referências diretas ou mesmo simbólicas, "[...] nesses casos, o passado é acionado de forma alusiva, como elemento de produção de familiaridade, conexão emocional e identificação do consumidor com os produtos" (Ribeiro, 2018, p. 3).

Os serviços de streaming, popularizados desde a década de 2010, têm explorado a nostalgia de forma estratégica, fenômeno que Castellano e Meimaridis (2019) denominam de "*weaponizing nostalgia*", isto é, a instrumentalização da nostalgia. As autoras argumentam que a plataforma ao "ressuscitar" séries canceladas ou finalizadas, utiliza 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 noção de 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* (2016) e a minissérie *Gilmore Girls, um ano para recordar* (2016), obras da Netflix que revivem o universo de séries que foram sucesso na década de 1990 e 2000.

Em resumo, as decisões sobre investimento em séries também são influenciadas por métricas que revelam não apenas o que os usuários têm maior interesse, mas como interagem afetivamente com determinados universos ficcionais. Logo, a instrumentalização da nostalgia, permite que a empresa identifique quais materiais possuem potencial de conversão em audiência e investimento seguro.

O universo ficcional de Cris Morena

Cris Morena é produtora, empresária e compositora argentina, responsável pela criação de telenovelas infanto-juvenis que atravessaram gerações e fronteiras geográficas. Seu primeiro grande projeto foi *Chiquititas*, novela transmitida de 1995 até 2001 no canal argentino Telefé. Narrando sobre um grupo de crianças órfãs sob os cuidados de uma jovem tutora em um orfanato, a novela resgata do imaginário coletivo clássicos musicais como *Annie* (1982) e *A Noviça Rebelde* (1965). Em seu país, a novela foi sucesso desde a exibição da primeira temporada, fato que motivou a exportação para outros países e a 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 sem interrupções de 2013 até 2015). Com narrativa lúdica e trilhas sonoras contagiantes, a novela também foi impulsionada pela venda de mídias, produtos licenciados e espetáculos teatrais – fórmula essa que Cris Morena seguiu na maioria de seus projetos seguintes.

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, diferenças de classe, entre outros temas comuns a narrativas juvenis da época. 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 da telenovela 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 conquistar repercussão internacional (incluindo o Brasil com a exibida no canal SBT entre 2005 e 2006) e ao popularizar o grupo RBD – este que também ultrapassou a ficção e se manteve em atividade até 2008.

Nota-se que 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. A intensidade dessa relação fica notória quando os integrantes das bandas fictícias – os próprios atores – passam a ocupar arenas de shows como astros da música. Aliás, a intensidade desses vínculos revela-se capaz de atravessar décadas, pois entre 2023 e 2025, ambos os grupos, Erreway e RBD (imagem

2), realizaram turnês nostálgicas ao redor do mundo. O RBD, em destaque, levou fãs para shows em estádios de futebol lotados em diversos países, incluindo o Brasil.

Imagem 2: grupos Erreway e RDB, respectivamente, em shows de retorno em 2025 e 2024



Fonte: colagem do autor; fotos Portal Popline.

Na sequência de *Rebelde Way*, entre 2004 e 2005, Cris Morena produziu duas temporadas da novela musical *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 com 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 (imagem 3), a caracterização dos personagens e a regravação das canções em português, mas fazendo mudanças sutis, como troca de nomes de personagens para melhor adaptação à 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.

3 Nota-se que o nome *Floricienta* faz alusão ao nome da personagem protagonista, Flor, e *Cinecinta* 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.

Imagem 3: capas dos CDs de Floricienta e Floribella, lançados em 2004 e 2005 respectivamente



Fonte: colagem do autor.

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 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 Estados Unidos com shows que revisitam o repertório musical da novela. Esse fenômeno também ocorreu no Brasil, com a atriz que protagonizou *Floribella*, Juliana Silveira, realizando shows esgotados por capitais brasileiras no ano de 2025.

Esses eventos revelam como as 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. 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 e continha o grupo musical fictício *Teen Angels*, que foi sucesso em países latinos e europeus, e se manteve em atividade após o fim da obra televisiva. Contudo, no Brasil, essa obra não teve êxito, a exibição dublada na TV Bandeirantes em 2010, traduzida *Quase Anjos*, não repetiu o feito de febre juvenil das novelas anteriores.

É também em 2010 que a vida pessoal de Cris Morena é abalada, após o falecimento de sua filha, Romina Yan, atriz que chegou a protagonizar algumas temporadas de *Chiquititas*. A fatalidade levou a produtora a se afastar da indústria por anos, reali-

zando apenas aparições pontuais, projetos menores e se dedicando ao instituto Otro Mundo – instituição focada em formar crianças e adolescente para a vida artística.

Mas, em 2023, a produtora volta à ativa, agora produzindo a série *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 esta obra não foi assinada por Morena, mas recebe o seu selo devido aos direitos autorais.

Portanto, a volta de Cris Morena está inserida em um novo modelo de negócio audiovisual marcado pela presença das plataformas de *streaming*. E a permanência das obras citadas no imaginário coletivo e seu potencial de mobilização emocional não passou despercebida por essas plataformas. 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), as plataformas Netflix e HBO Max voltaram-se para os universos ficcionais de Morena por visualizarem potencial de investimento mais seguro. Ou seja, é nesse contexto que surgem *Rebelde* (Netflix, 2022), retomando o universo de *Rebelde Way* (2002)/*Rebelde* (2004), e *Margarita* (HBO Max, 2024), dando continuidade a *Floricienta* (2004)/*Floribella* (2005), ambas apostando na familiaridade e na memória afetiva de universos ficcionais reconhecíveis.

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. No texto, a plataforma estabelece que a obra não é um *remake*, pois traz uma nova geração situada no mesmo universo ficcional já conhecido. Mas, conforme explicaremos, a série funciona como um *spin-off* que revive o universo da versão mexicana.

A primeira temporada da série desenvolve-se em torno de adolescentes ingressantes ao programa de excelência musical do colégio fictício Elite Way School. Estes precisam equilibrar os dilemas da vida adolescente (relacionamentos, estudos, família etc.) com o mistério central que move a narrativa, no caso, descobrir quem são os integrantes da Seita – uma sociedade secreta de alunos que ameaça tanto a permanência dos novatos no colégio quanto as chances deles de vencer a Batalha da Bandas. Essa narrativa também é similar à primeira temporada da novela, mas, conforme estabelece a sinopse, a série é uma releitura da história original da novela, portanto, nota-se que fatores nostálgicos já são instrumentalizados desde a estrutura geral da narrativa.

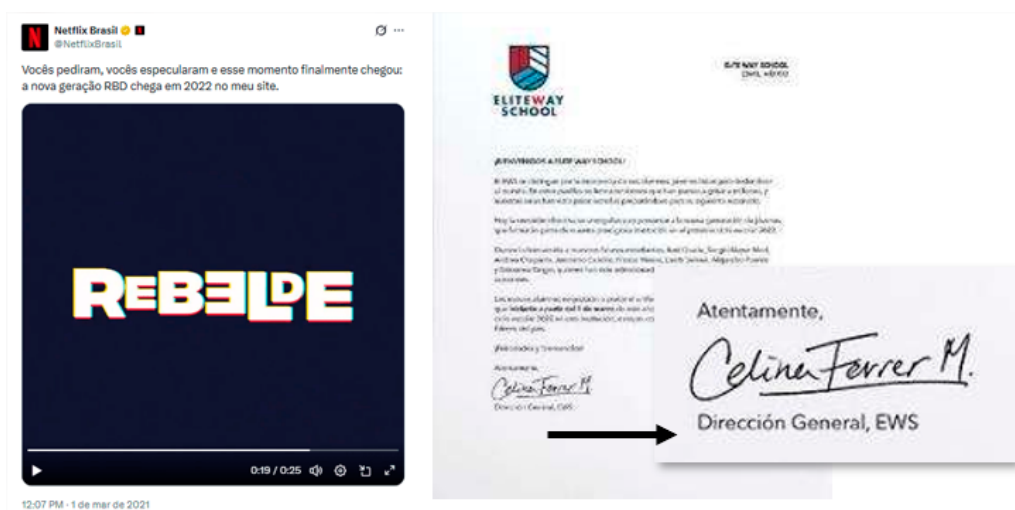
A instrumentalização da nostalgia na série tem início antes mesmo de sua estreia em 2022. O lançamento da obra na Netflix era aguardado desde 2018, quando Cris Morena comentou sobre ter vendido os direitos de *Rebelde Way* (2002) para um

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

*remake*⁵. Diversos rumores circularam na mídia, até que, em março de 2021, a Netflix anunciou o lançamento da série para o ano seguinte, como uma continuação da versão mexicana. Para o anúncio, a Netflix divulgou, em suas redes sociais, um teaser⁶ de 25 segundos da logo da série tendo como trilha a regravação da música de abertura da primeira temporada da novela de 2004.

Além disso, circulou em portais de notícias e em redes sociais uma carta de boas-vindas do colégio fictício Elite Way School (agora abreviado de EWS) aos novos alunos da instituição. Mas, um detalhe da carta não passou despercebido pelos fãs, no caso a assinatura da diretora Celina Ferrer (Estefanía Villarreal) (imagem 4), personagem que havia sido aluna na novela. Portanto, o retorno da atriz Estefanía estabelece a ponte direta da série com a versão mexicana.

Imagem 4: capturas de tela da publicação do teaser; carta do EWS com assinatura da diretora



Fonte: colagem do autor.

Após esses anúncios, circularam na mídia especulações sobre quais atores formariam o elenco jovem da série, dentre eles, a atriz Giovanna Grigio, nome já familiar do público brasileiro por ter protagonizado o *remake* nacional de *Chiquititas* em 2013. O nome da atriz foi confirmado em setembro de 2021, quando a plataforma divulgou o primeiro pôster da série, fotos do elenco⁷ e o segundo teaser⁸ com os atores cantando a música de abertura.

Compreendemos que a escolha por Giovanna Grigio constitui um gesto de reconhecimento ao público brasileiro, país onde a novela mexicana foi fenômeno nacional durante os anos 2000. Na série, Grigio interpreta Emilia, aluna veterana e bolsista que desenvolve romance com outra garota, a novata Andi (Lizeth Selene). Assim, a personagem introduz ao universo ficcional uma narrativa sobre gênero e sexualidade ausente no universo da obra original. Aliás, a seleção da atriz para esse papel revela-se es-

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-detahes/>. 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=VCCQ0D7_cE. Acesso em 07 fev. 2026.

tratégica em múltiplas camadas, pois, além de ter protagonizado *Chiquititas* (SBT, 2013) criando conexão com o universo da produtora argentina, a atriz ganhou notoriedade no Brasil ao protagonizar o primeiro romance lésbico da telenovela brasileira *Malhação* (TV Globo, 2017), cuja narrativa gerou grande repercussão e levou à continuação do casal na série *As Five* (Globoplay, 2020). A Netflix, portanto, não apenas reconhece a importância do mercado brasileiro, mas instrumentaliza o capital simbólico da atriz junto ao público jovem brasileiro, especialmente sua associação com a representatividade LGBTQIAPN+.

Logo, nota-se que a obra transita no desafio de atualizar a narrativa, mas sem abrir mão dos elementos reconhecíveis ao universo ficcional. Essa atualização nostálgica pode ser notada ao observarmos que os uniformes dos alunos da série são visualmente similares aos da primeira temporada da novela de 2004 (imagem 5), principalmente por manterem a predominância das cores vermelho e azul. No entanto, o uniforme da série incorpora maiores possibilidades de expressão criativa, através de customizações, acessórios e combinações com outras peças que compõem o guarda-roupa escolar (casacos, suéteres, camisas, blazers e a clássica gravata). Essa atualização reflete a valorização contemporânea em relação às subjetividades e à expressão pessoal, ao mesmo tempo em que preserva os códigos visuais que permitem reconhecimento por parte do público nostálgico. Ou seja, o uniforme novo traz conexão emocional (Ribeiro, 2018) ao espectador, gerando gatilhos sensoriais e imagéticos.

Imagem 5: comparação dos uniformes da novela e da série, respectivamente



Fonte: fotos divulgação Televisa e Netflix, respectivamente.

Como dito, a estreia da série ocorre em janeiro de 2022, apresentando pontes nostálgicas com a narrativa de 2004. Além da já mencionada atriz Estefanía Villarreal, também retorna ao elenco a atriz Karla Cossío, revivendo a agora ex-aluna Pilar Gandía, como mãe de Jana (Azul Guaita) – aluna da nova geração (imagem 6). Essas participações indicam que o *spin-off* é de fato um *revival*, sendo inclusive reforçado em uma cena do episódio piloto, no qual 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 6: comparações das personagens Celina e Pilar na novela e na série, respectivamente



Fonte: capturas de tela do autor.

Observamos outras pontes nostálgicas na personagem Jana (Azul Guaita), pois essa possui características que remetem à personagem Mia Colucci (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 entre as duas 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), também bolsista. Além disso, há outro 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 bastante 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, estão nas dinâmicas familiares com ambos buscando desesperadamente a validação de pais.

Em relação à atualização da série para a contemporaneidade, observa-se novamente a homossexualidade sendo pautada, agora através do personagem Luka. 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. Nota-se que 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.

Outra ponte nostálgica consiste na recuperação de um dos *plots* centrais da novela, a Seita (imagem 7) – grupo secreto de alunos mascarados que atormentava estudantes bolsistas da novela de 2004, pois consideravam que bolsistas não mereciam receber a mesma educação pelo simples fato de não possuírem dinheiro. Ou seja, na novela os alunos membros da Seita torturavam colegas para forçá-los a abandonar a escola, trazendo debates sobre classes sociais à narrativa. Contudo, na série há atenuação na intensidade do grupo, pois suas ações giram em torno de um trote aos novos alunos, sejam bolsistas 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 (imagem 8).

Imagem 7: comparação entre a Seita da novela e a da série, respectivamente



Fonte: capturas de tela do autor.

Imagem 8: Jana usando o chapéu rosa de Mia; Museu ao RBD no colégio



Fonte: capturas de tela do autor.

O museu em homenagem ao grupo RBD (imagem 8) 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 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, pois na novela a música não constituía prioridade da instituição – sendo proibida. Portanto, a vitrine-museu preserva uniformes, instrumentos e objetos do RBD como relíquias fundadoras da nova era do Elite Way School.

Outras pontes nostálgicas aparecem em detalhes durante toda a primeira temporada da série, como menções diretas aos protagonistas da novela, 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", criando continuidade com o legado do RBD – aliás, as letras do nome do grupo formam uma espécie de abreviação da palavra rebelde.

A nostalgia em *Margarita* (2024)

Se a série *Rebelde* (Netflix, 2022) tinha 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. Além disso, 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 esse 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, mas 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, na 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 instrumentalizar 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.

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.

As duas temporadas de *Floricienta* (2004) – e seus *remakes* – narraram uma espécie de Cinderela do 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 sonhadora e sem pais 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 tem final trágico devido à 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 deste conto de fadas, Flor e Maximo tornaram-se reis e pais de trigêmeos, sendo um dos bebês uma menina, chamada Margarita.

A série da HBO Max retoma a narrativa da telenovela, mas agora inspirando-se na lenda da sobrevivência da grã-duquesa russa Anastásia Nikolaevna Romanova após o assassinato de sua família – mito que também inspirou a animação *Anastasia* (1997). A série inicia 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 realeza são separados e mantidos em sigilo. Anos se passam e Margarita cresce 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 aproxima simbolicamente, tanto na caracterização visual – com vestimentas em tons vibrantes, boinas e cabelos cacheados (imagem 9) – quanto na construção de personalidade, o mesmo jeito atrapalhado, tagarela e contagiante que marcava a protagonista de *Floricienta* (2004). Essa semelhança estabelece continuidade identitária entre mãe e filha e reconhecimento por quem assiste.

Imagem 9: comparação entre Florencia e Margarita, respectivamente



Fonte: fotos divulgação Cris Morena.

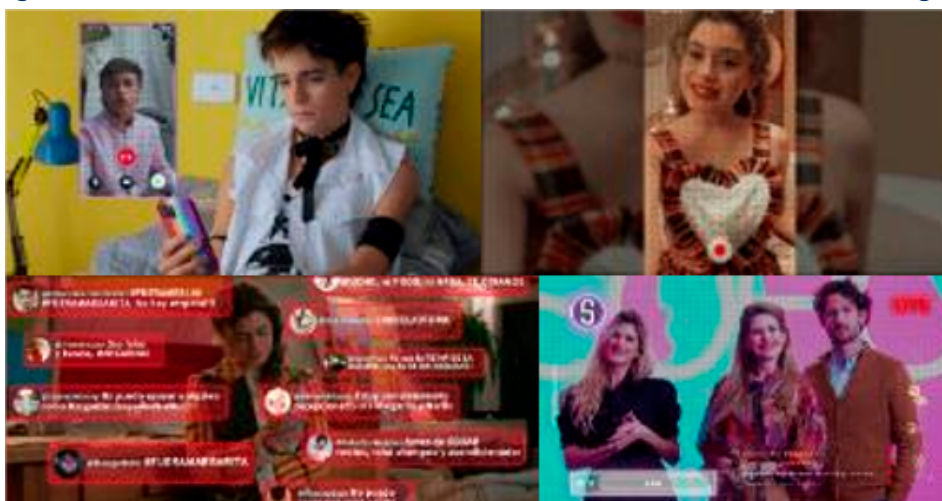
Para reforçar a permanência do universo ficcional, voltam para a série as vilãs Malala e Delfina (imagem 10), que, apesar de estarem caracterizadas diferentes da novela, as atrizes apresentam o mesmo tom de interpretação de antes. A vilania irrompe com Delfina armando um plano para ter acesso à riqueza da rainha, sua irmã. Para tanto, ela adota uma criança e a cria fingindo ser a princesa perdida. Mas, para não chamar muita atenção, ela a apelida de Daisy, que cresce pensando ser de fato a princesa. 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 10: comparação entre Malva e Delfina na novela e na série, respectivamente



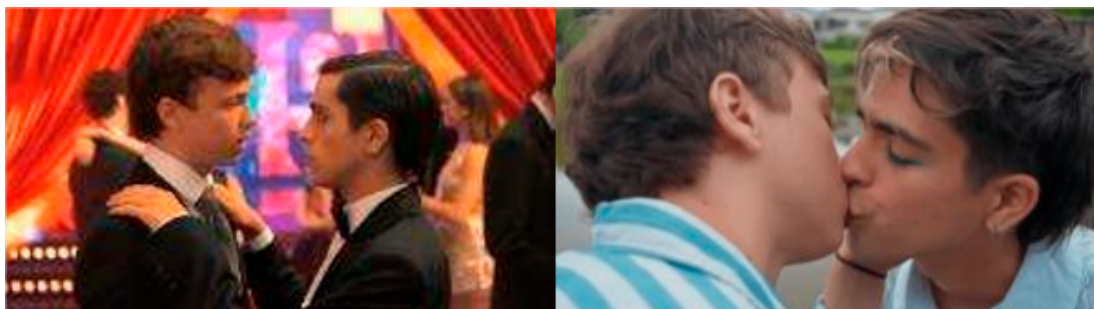
Fonte: capturas de tela do autor.

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 que envolvem canto e dança. Essa proposta de narrativa tanto resgata o imaginário das produções musicais de Cris Morena, como incorpora práticas midiáticas da contemporaneidade, como a lógica dos *reality shows* ao vivo, comunicação *online* e a exposição nas redes sociais (imagem 11). Dessa forma, a série atualiza o universo ficcional, dialogando diretamente com a cultura de visibilidade midiática que caracteriza as plataformas digitais, especialmente do cotidiano juvenil.

Imagem 11: mosaico com cenas do uso de redes sociais e lives em Margarita

Fonte: capturas de tela do autor.

Outra atualização ocorre com as questões de gênero e de 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 12) 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, aqui a nostalgia reflexiva (Boym, 2017) opera mobilizando teor crítico sobre a obra original.

Imagem 12: 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; Meimaridis, 2019), que atrai tanto espectadores nostálgicos quanto novos consumidores, expandindo o alcance comercial da produção.

A inserção da tecnologia e das redes sociais também se manifesta nas emblemáticas fadas mágicas que se comunicavam com a protagonista da novela. Mas, se em *Floricienta* (2004) a personagem interagia com fadas coloridas que surgiam rodopiando no ar – inseridas através de computação gráfica –, em *Margarita* (2024) estes seres encantados são acessados através de um aplicativo de celular (imagem 13).

Imagem 13: Flor e Margarita conversando com as fadas, respectivamente



Fonte: capturas de tela do autor.

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 à 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 14), fato que pode ser lido como uma forma de criar continuidade nostálgica e visual com a novela.

Imagem 14: Fotografia do personagem Conde Maximo



Fonte: capturas de tela do autor.

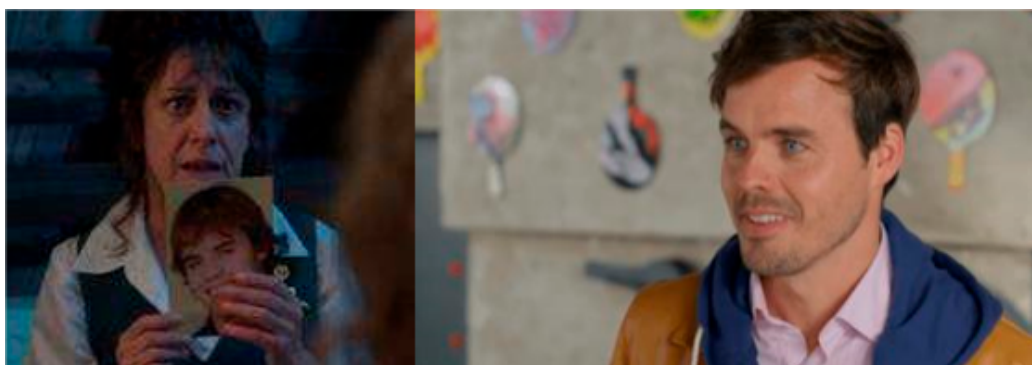
Além disso, outros personagens da novela são mencionados e apresentados através de fotografias e desenhos ao longo da série (imagem 15), estabelecendo pontes com o universo original. Contudo, a personagem protagonizada por Florencia Bertotti não é visualmente representada, uma vez que a atriz não cedeu 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 16). Assim como as personagens Delfina e Malala, a presença de Rojas funciona como validação da continuidade narrativa para além das menções e das referências indiretas.

Imagem 15: personagens antigos aparecem em Margarita como desenho ou em fotos



Fonte: capturas de tela do autor.

Imagem 16: Franco citado em foto e sendo revivido pelo ator original



Fonte: capturas de tela do autor.

Outra ponte nostálgica ocorre com o uso da palavra “flikiti” inventada por Flor na primeira temporada da novela e que agora, além de um bordão, retorna como tema e título de uma das músicas inéditas cantadas pela protagonista na série – na canção,

Margarita explica que a palavra nomeia a sensação de euforia e alegria intensa. Portanto, a instrumentalização da nostalgia na série ocorre de múltiplas formas, envolvendo negociações entre dimensões criativas, comerciais, jurídicas e culturais que determinam as formas de retorno e homenagem ao passado, seja de forma restauradora ou reflexiva (Boym, 2017).

Conclusão

Durante a pesquisa, buscamos apreender como a nostalgia é instrumentalizada por obras audiovisuais em plataformas de streaming, através da análise das séries *Rebelde* (Netflix, 2022) e *Margarita* (HBO Max, 2024). Com abordagem teórica fundamentada por de Boym (2017), Holdsworth (2011), Ribeiro (2018) e Castellano e Meimaridis (2019), observamos que a nostalgia é mais do que um retorno ao passado, é também um sentimento afetivo que atravessa gerações, especialmente quando relacionado a obras audiovisuais consumidas durante a infância e a juventude.

A metodologia de análise permitiu identificar o que chamamos de pontes nostálgicas estabelecidas entre as séries e as novelas *Rebelde* (2004) e *Floricienta* (2004). Observamos também que o retorno de personagens das novelas, as regravações de canções das trilhas sonoras originais, a manutenção de identidades visuais e o retorno de cenários validam a continuidade narrativa. Por outro lado, notamos revisionismos do universo ficcional para a contemporaneidade, de modo a se comunicar com um novo público.

Dessa forma, foi possível verificar que *Rebelde* (2022) e *Margarita* (2024) transitam entre a nostalgia restauradora e a reflexiva (Boym, 2017). Isto é, se por um lado as séries replicam as fórmulas de sucesso das obras da produtora Cris Morena, por outro, realiza atualizações ao incorporar debates contemporâneos sobre diversidade sexual, representatividade LGBTQIAPN+ e práticas midiáticas digitais. Tais atualizações demonstram que o retorno ao passado não se deu de forma acrítica, mas através de releituras que dialogam com valores e discussões do presente. Logo, mais do que vender o velho como novo, a nostalgia das séries traz questões que não eram abordagens das novelas, trazendo, assim, uma compreensão mais plural da sociedade.

Em virtude do que foi mencionado, compreendemos que a instrumentalização da nostalgia por plataformas de *streaming* é uma estratégia mercadológica fundamentada no que Castellano e Meimaridis (2019) denominam de investimento seguro. Ao resgatar universos ficcionais já consolidados no imaginário coletivo, a Netflix e a HBO Max reduzem riscos comerciais apostando na familiaridade como mecanismo de atração. Contudo, pensando em pesquisas futuras, torna-se relevante observar como se deu a recepção das séries pelo público, a fim de verificar como os espectadores negociaram as memórias afetivas das novelas com as atualizações propostas pelas séries, abordagem que traria mais verticalização ao estudo aqui desenvolvido.

Referências

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.

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

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. Mercado da nostalgia e narrativas audiovisuais. **E-Compos**, [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.

Filmografia

ANNIE. Direção: John Huston. Estados Unidos: Columbia Pictures, 1982.

A NOVIÇA REBELDE. Direção: Robert Wise. Estados Unidos: 20th Century Fox, 1965.

ANASTASIA. Direção: Don Bluth; Gary Goldman. Estados Unidos: 20th Century Fox, 1997.

DELEGACIA DE MULHERES. Direção geral: Nilton Travesso. Brasil: Rede Globo, 1990-2010.

CHIQUITITAS. Direção: Hernán Abrahamsohn. Criação: Cris Morena. Argentina: Telefe, 1995-2001.

CHIQUITITAS. Direção: Reynaldo Boury. Criação: Cris Morena. Brasil: SBT, 2013-2015.

FLORICIENTA. Direção geral: Martín Mariani. Criação: Cris Morena. Argentina: Canal 13, 2004-2005.

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, 2016-2020.

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

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

REBELDE. Direção: Alexis Covasevich. Criação: Pedro Damián; Cris Morena. México: Televisa, 2004-2006.

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, 2002-2003

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, 2017-2018.

AS FIVE. Direção: Fabrício Mamberti. Criação: Cao Hamburger. Brasil: Globoplay, 2020-2021.

Recebido em: 16 fev. 2026
Aprovado em: 3 abr. 2026