

Memória Teleafetiva e as Músicas Infantojuvenis dos Anos 80, 90 e 2000: o Retorno de *Balão Mágico*, *Sandy & Junior* e *Rouge*¹

Mario Abel BRESSAN JUNIOR²

Doutor

Leonardo Alexsander LESSA³

Mestrando

Universidade do Sul de Santa Catarina, Tubarão, SC

Resumo

No contexto social vigente, observamos o crescimento de um fenômeno nostálgico que se reflete em diferentes meios. Na indústria musical, por exemplo, há o retorno de artistas de épocas distintas, como *Balão Mágico* (década de 1980), *Sandy & Junior* (década de 1990) e *Rouge* (década de 2000). O objetivo desta pesquisa é identificar se há diferenças nas memórias teleafetivas constituídas entre telespectadores dessas diferentes décadas. Para isso, realizaremos análise das coocorrências (BARDIN, 2011) observadas em mensagens publicadas na rede social *Twitter* durante a primeira aparição de cada artista na TV após o anúncio de seu respectivo retorno. Este artigo consiste em um recorte da dissertação em andamento dos autores, de modo que os resultados apresentados constituem uma consideração prévia sobre os objetivos propostos.

Palavras-chave: Mídia Audiovisual; Memória Afetiva; Música; Televisão.

Introdução

Ao longo da década de 2010, uma onda de produtos retrô ganhou destaque dentro da cultura pop brasileira, de modo que nunca se falou tanto sobre memória e nostalgias⁴. Em diferentes indústrias, é notório o empenho das empresas em oferecer cada vez mais material nostálgico aos consumidores. Dentro desse âmbito, há um cenário onde a memória afetiva tem aparecido com destaque: a indústria musical, na qual observamos uma tendência de artistas que haviam encerrado suas carreiras retornando para a realização de turnês comemorativas ou a gravação de novos álbuns.

Nesse contexto, é possível mencionar exemplos de músicos que fizeram seus *comebacks*⁵ tanto no Brasil quanto no exterior. Dentre eles, há artistas que tiveram o auge de

¹ Trabalho apresentado no GT História das Mídias Audiovisuais, integrante do XIII Encontro Nacional de História da Mídia.

² Doutor em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Professor no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Linguagem da Universidade do Sul de Santa Catarina. E-mail: marioabelbj@gmail.com.

³ Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Linguagem da Universidade do Sul de Santa Catarina. E-mail: l.alexander@hotmail.com.

⁴ Quando utilizamos o termo “nostalgia” no plural, o fazemos para marcar o caráter híbrido, heterogêneo e aberto dessa expressão, afinal, diferentes nostalgias podem ser observadas de acordo com a temporalidade, esfera sociológica ou contexto que está sendo analisado.

⁵ Termo utilizado pelos fãs de música para designar o momento em que um artista ou grupo retorna após um hiato.

suas trajetórias na década de 1980 (*Turma do Balão Mágico*, *Trem da Alegria*), outros nos anos 90 (*Sandy & Junior*, *Amigos*, *Backstreet Boys*, *Spice Girls*, *Rage Against The Machine*) e alguns já no início dos anos 2000 (*Tribalistas*, *Rouge*, *Jonas Brothers*, *The Pussycat Dolls*, *Cansei de Ser Sexy*, *My Chemical Romance*).

Nessa pesquisa, trabalharemos especificamente com a *Turma do Balão Mágico*⁶ representando a década de 1980, *Sandy & Junior* para os anos 90, e *Rouge* para os anos 2000. A intenção é utilizar artistas que, na época em que tiveram maior sucesso, tinham público de faixa etária semelhante; no caso, infantojuvenil.

Frente a esse cenário, propusemos, como objetivo desta pesquisa, identificar se há diferenças nas memórias teleafetivas constituídas entre telespectadores das décadas de 1980, 1990 e 2000. Para tanto, selecionaremos mensagens publicadas na rede social *Twitter* durante a primeira aparição de cada artista analisado na TV após o seu respectivo retorno. Escolhemos o *Twitter* como objeto de análise por ser um ambiente virtual por meio do qual o público manifesta suas reações de forma imediata, ao mesmo tempo que assiste a uma atração na TV. Em seguida, utilizaremos o método de análise das coocorrências (BARDIN, 2011) na investigação dos dados coletados.

De acordo com Bressan Júnior (2019), a memória teleafetiva é aquela responsável por trazer reminiscências a partir do que é assistido, novamente, nas imagens da TV e nos afetos evocados com as vibrações em torno delas. A partir disso, entendemos a televisão como um suporte de construção e evocação de memórias.

Consideramos que o estudo de fenômenos relacionados à memória é um modo de estabelecer ligações entre diferentes temporalidades, gerando novas percepções sobre o homem e as sociedades nas quais está inserido. Ademais, os estudos televisivos nos servem como meio de estabelecer relações entre memória e identidade, ajudando na compreensão de quem somos e dos papéis que exercemos socialmente.

Destacamos que a pesquisa é o recorte de uma dissertação que está sendo desenvolvida pelos autores, de modo que a análise e resultados apresentados constituem considerações prévias de um trabalho ainda em andamento.

A Carreira e o Retorno de *Balão Mágico*, *Sandy & Junior* e *Rouge*

Formado por três crianças, Simony, Tob e Mike, o *Balão Mágico* começou a carreira em 1981. Em pouco tempo, passaram a fazer uma série de *shows* pelo Brasil para divulgar o

⁶ Também conhecida como *Turma do Balão* ou, mais popularmente, *Balão Mágico*.

primeiro disco, que vendeu mais de um milhão de cópias. Logo, ganharam um programa televisivo e um novo integrante: Jairzinho, filho do cantor Jair Rodrigues. Apesar do sucesso, a carreira segue somente até 1986, uma vez que as crianças começam a crescer e passar por mudanças na voz (GARCIA, 2018).

Assim, a *Turma* permaneceu longe dos palcos durante mais de três décadas, até março de 2018, quando anunciaram a volta do grupo. O retorno, que tinha por objetivo celebrar os trinta e cinco anos de criação do *Balão Mágico*, contou com o trio original. A reunião foi oficializada em 8 de abril, com uma aparição no programa *Fantástico*, da Rede Globo. Durante a atração, os integrantes deram uma rápida entrevista e cantaram trechos dos sucessos *Amigos do peito* e *Superfantástico*, enquanto imagens do *Balão Mágico* na década de 1980 eram exibidas. Logo, o grupo se apresentou em diversos outros programas de TV, *shows* e festivais.

No mesmo âmbito, quem também gerou grande repercussão com um retorno após anos distante dos palcos foi o duo *Sandy & Junior*. Filhos do consagrado cantor sertanejo Xororó, a dupla de irmãos iniciou a carreira no final de 1989. Na época, Sandy tinha seis anos e Junior, cinco (MARTINS, 2019). Com o sucesso, vieram discos, *shows* e incontáveis participações na televisão. Crescendo junto com a geração dos anos 1990 (MOREIRA, 2012), a dupla se transformou em um dos maiores fenômenos da música pop brasileira. Apesar de ter seu auge na década de 1990, a carreira de *Sandy & Junior* se estendeu até 2007, quando o fim da dupla é anunciado.

Após anos de dedicação a outros projetos musicais, em 13 de março de 2019 *Sandy & Junior* anunciaram que realizariam uma turnê em comemoração aos trinta anos de sua primeira performance televisionada. O primeiro programa a recebê-los se apresentando novamente como dupla foi o *Caldeirão do Huck*, exibido aos sábados à tarde na Rede Globo, em 30 de março. Durante o programa, a dupla cantou, recebeu homenagens e participou do quadro *Visitando o passado*, no qual a equipe da atração construiu a réplica de uma fazenda onde os irmãos passaram grande parte da infância, despertando recordações e gerando comoção entre eles.

Com estrutura grandiosa e apresentações de forte apelo nostálgico, a turnê comemorativa da dupla se tornou a maior da história do país. No total, foram mais de quinhentos mil ingressos vendidos, com faturamento estimado em trinta e cinco milhões de reais (MARTINS, 2019).

Por último, destacamos o grupo de música pop *Rouge*, formado por cinco garotas (Aline, Karin, Fantine, Patrícia e Luciana) em um *reality show* do SBT, o *Popstars*. Apresentando canções como *Ragatanga*, *Brilha la luna* e *Um anjo veio me falar*, o *Rouge* teve grande repercussão nas paradas nacionais, entrando para a lista dos vinte discos brasileiros mais vendidos de todos os tempos (ABRAMUS, 2017). Ainda assim, no fim de 2005, com a não renovação do contrato com a *Sony Music* e em meio a rumores de brigas, o *Rouge* faz o último *show* e acaba por se separar.

Em 2017, quinze anos após o início da carreira, as integrantes do *Rouge* anunciam uma volta aos palcos com a formação original. Depois de uma série de *shows* bem-sucedidos no fim daquele ano, elas retornam à TV com uma performance no programa *Domingão do Faustão*, da Rede Globo, em 04 de fevereiro de 2018. Na ocasião, as cantoras lançaram uma música nova e se emocionaram por ser a primeira participação delas em um programa da Globo (nos anos 2000, a emissora vetava a presença delas em sua programação, por terem sido reveladas no SBT). Ao longo de 2018, elas realizaram apresentações lotadas pelo Brasil, além de lançarem videoclipes, dois *EPs*⁷ e um álbum com canções inéditas. Contudo, apesar do sucesso e do alvoroço gerado entre os fãs, no início de 2019 o grupo anuncia um novo hiato na carreira (NO RITMO..., 2020).

Memória e Nostalgias

Ao abordarmos a presença de elementos memorialísticos em nosso cotidiano, destacamos que há diferentes manifestações de memória e nostalgia que podem ser observadas. Começamos falando sobre a memória afetiva. Para Bressan Júnior (2019), a lembrança de algo bom traz consigo uma memória afetiva, que pode ser ativada ao rever ou ao recordar uma situação que causou um sentimento positivo no passado. “Acreditamos [...] que o principal fator que evoca esta afetividade no ato recordar está a busca por um tempo que não volta mais, trazendo lembranças que podem ser seletivas, boas ou ruins” (BRESSAN JÚNIOR, 2019, p. 94).

Todavia, destacamos que nem sempre a memória afetiva traz sentimentos positivos. Submetido aos afetos, é como se o homem não estivesse sob seu próprio comando, uma vez que há uma “impotência humana para regular e refrear os afetos” (SPINOZA, 2009, p. 155). Isso ocorre, por exemplo, quando “contra a própria vontade, o indivíduo lembra-se de um

⁷ *Extended play*, gravação que normalmente contém de 4 a 6 faixas, longa demais para ser considerada um *single* e muito curta para ser classificada como um álbum.

fracasso, da morte de uma pessoa próxima, de um momento doloroso de sua existência [...]” (LE BRETON, 2009, p. 119). Nesses casos, mesmo que o indivíduo seja tomado por um sentimento negativo, a memória é afetiva, resultando em emoções de dor ou melancolia (SPINOZA, 2009).

Dentro desse âmbito, Bressan Júnior (2019) vai além, pois fala em uma memória teleafetiva, que é a responsável por trazer reminiscências a partir das imagens exibidas e assistidas novamente na televisão e dos afetos gerados por elas. A partir disso, consideramos que as telas funcionam como suporte para a construção e evocação de memórias do público. O autor destaca ainda que a música é tão capaz de despertar as memórias teleafetivas quanto as imagens, funcionando também como “lugar” de revisitação do passado.

Consideramos que, ainda que estejamos vivendo uma fase pós-televisão, a memória teleafetiva gera um ganho simbólico ao telespectador. Esse ganho torna-se possível, em parte, porque a TV cria mecanismos simbólicos partilhados, direcionados para experiências individuais, mas, também, coletivas. No contexto da TV social⁸, essas experiências são ampliadas, uma vez que as conversas sobre a programação não ficam mais limitadas somente aos grupos presenciais (BRESSAN JÚNIOR, 2019). Nessa perspectiva, pode ocorrer, por vezes, um fenômeno de memória coletiva.

Admitamos, todavia, que haja, para as lembranças, duas maneiras de se organizar e que possam ora se agrupar em torno de uma pessoa definida, que as considere de seu ponto de vista, ora distribuir-se no interior de uma sociedade grande ou pequena, de que elas são outras tantas imagens parciais. Haveria então memórias individuais e, se o quisermos, memórias coletivas (HALBWACHS, 2004, p. 57).

Dessa forma, além da memória peculiar a cada indivíduo, temos lembranças de caráter coletivo, que se constituem de acordo com os grupos que frequentamos e com as convivências que estabelecemos em cada um deles.

Partindo da mesma ideia, Pollak (1992, p. 201) afirma que é possível falar em uma memória quase que herdada, uma vez que “[...] é perfeitamente possível que, por meio da socialização política, ou da socialização histórica, ocorra um fenômeno de projeção ou de identificação com determinado passado”. Segundo o autor, é possível que personagens frequentados “por tabela” se transformem quase que em conhecidos, mesmo sem terem

⁸ De acordo com Fechine (2014, p. 128), a TV social “nada mais é do que a integração de novas tecnologias da comunicação à experiência de assistir à televisão para potencializar o que sempre foi uma das propriedades fundamentais da lógica da grade direta de programação: o compartilhamento simultâneo de conteúdos”.

pertencido ao espaço-tempo da pessoa. Dessa maneira, acontece uma verdadeira transferência por herança, por assim dizer (POLLAK, 1992).

No mesmo sentido, passamos a falar sobre a nostalgia, sentimento que é frequentemente associado à memória. A utilização do termo “nostalgia” (do grego, *nóstos*, o retorno, e *algia*, a dor) foi proposta em 1688 pelo médico suíço Johannes Hofer. O vocábulo fazia referência a uma condição de ansiedade experimentada por homens que, ao serem convocados ao dever militar, sofriam “o terrível mal das saudades da terra”. Entretanto, o sentimento de nostalgia nos é tão familiar que, com o passar dos anos, perdeu o *status* de doença (STAROBINSKI, 2016). Desse modo, a definição de nostalgia torna-se mais abrangente na modernidade, de modo que o foco espacial (saudade de casa) dá lugar às questões temporais (saudade do passado).

Paralelo a isso, a relação entre diferentes temporalidades surge como uma das particularidades mais notáveis da nostalgia, uma vez que “[...] o sentimento nostálgico não é meramente voltado para um retorno a um lugar ou tempo passado, mas também abrange outras temporalidades, como o presente e o futuro [...]” (NIEMEYER, 2018, p. 29). Nesse aspecto, a noção de nostalgia se distancia da memória, que está necessariamente ligada ao passado, uma vez que só é possível memorizar o que já aconteceu.

Uma das representações mais conhecidas para explicar esse sentimento em relação ao passado é a pintura *Angelus Novus*, de Paul Klee. Ao falar sobre ela, Walter Benjamin (2012) argumenta que o anjo retratado olha para algo fixamente, com os olhos esbugalhados, a boca escancarada e as asas abertas. O que o anjo está encarando é o passado, enxergado por ele como uma catástrofe sem fim, cujas ruínas se acumulam sob seus pés. Ele gostaria de voltar a esse passado e recompor o que foi destruído; entretanto, um vendaval toma conta dele de modo que o anjo não consegue mais fechar suas asas. O vento o arrasta e o empurra em direção ao futuro, ao qual ele volta as costas. De acordo com o autor, essa ventania é aquilo a que chamamos de progresso (RIBEIRO, 2018).

A partir dessa representação, entendemos que “a modernidade valorizou o novo e a ruptura com a tradição, mas produziu também desejo de conter a história, recusa à irreversibilidade do tempo” (RIBEIRO, 2018, n.p.). Desse modo, assim como o anjo da pintura, somos lançados em direção ao futuro, mas mantemos nossos olhares fixos nas ruínas do passado, buscando meios de acionar novamente as experiências de outrora. Torna-se claro, portanto, que “a nostalgia está relacionada à dificuldade que temos de lidar com nossa própria

temporalidade” (RIBEIRO, 2018, n.p.), podendo ser ocasionada pela resistência ao futuro, mas também pela complexidade de dar sentidos ao presente.

Todavia, nessa perspectiva, há de se observar que a busca por uma recordação total não pode ser bem-sucedida, uma vez que um retorno ao passado pode ser idealizado, mas nunca verdadeiramente concretizado. Segundo Starobinski (2016, n.p.), “[...] o que deseja o nostálgico não é o lugar da sua juventude, mas a sua própria juventude, a sua própria infância, ligada a um mundo anterior. [...] Voltando à sua terra, o nostálgico continua a ser infeliz, pois lá encontra pessoas e coisas que não mais se parecem com o que haviam sido”.

Entretanto, a reprodução exata de elementos do passado no presente também pode causar reações negativas. Rever as roupas e cabelos da década de 1980 nos dias de hoje, por exemplo, pode produzir sentimentos de estranheza no público que não eram produzidos na época (BRESSAN JÚNIOR, 2019). Halbwachs (2006) nos explica isso ao afirmar que o que vemos hoje toma lugar no quadro de referências de nossas lembranças, porém, do mesmo modo, nossas lembranças se adaptam ao nosso conjunto de percepções do presente.

Com isso, entendemos que, juntas, memórias e nostalgias constituem um poderoso meio catalisador de emoções e afetos. Nesse âmbito, apresentamos, a partir da próxima seção, os aspectos metodológicos da pesquisa.

Metodologia

Para a coleta dos *tweets*⁹ utilizados na análise, contamos com a ferramenta LTWEET (SANTOS, 2019), que permite buscar as mensagens filtrando-as por data e palavras-chave. Com isso, coletamos mensagens publicadas no *Twitter* durante a primeira aparição de cada artista em um programa de TV após o anúncio do seu respectivo retorno.

Inicialmente, buscamos por *tweets* em português que continham o termo “Balão Mágico”, publicados em 08 de abril de 2018, data em que os integrantes da *Turma* participaram do *Fantástico*, primeiro programa a apresentar o reencontro do grupo. Em seguida, realizamos o mesmo procedimento para os demais artistas.

Após a coleta, com base nos conceitos observados na fundamentação teórica, selecionamos somente as publicações que apresentavam conteúdo relacionado às memórias do público. Assim, obtivemos um total de 115 *tweets* sobre o *Balão Mágico*, 1.737 sobre *Sandy & Junior* e 479 sobre o *Rouge*. Não levamos a discrepância na quantidade de

⁹ Nome utilizado para designar as publicações feitas na rede social Twitter, que podem ter até duzentos e oitenta caracteres.

mensagens publicadas sobre cada artista em consideração ao realizar a análise, uma vez que estamos lidando com programas exibidos em dias e horários diferentes, com audiências distintas. Além disso, as participações dos artistas em cada programa tiveram propostas e durações diferentes.

Em seguida, levando em conta as palavras e sentidos utilizados nos *tweets*, definimos índices e indicadores para orientar a análise. Com isso, apresentamos, na Tabela 1, exemplos de índices que foram encontrados nos *tweets* e seus respectivos indicadores. Ressaltamos que, uma vez que a análise é conduzida pelas próprias mensagens, outros índices e indicadores podem aparecer durante o processo analítico.

Tabela 1 - Exemplos de índices e indicadores que orientam a análise

Exemplos de índices	Exemplos de indicadores
Memória coletiva	Recorda junto com outras pessoas, lembra fatos vividos coletivamente
Memória herdada	Expressa algo que não foi vivido, aparecem memórias de outros, há a figura de familiares
TV social	Estabelece uma conversação <i>online</i> com outras pessoas, interage com a programação televisiva
Busca pela recordação total	Deseja desfrutar do passado em sua forma original, critica experiências de passado sem autenticidade

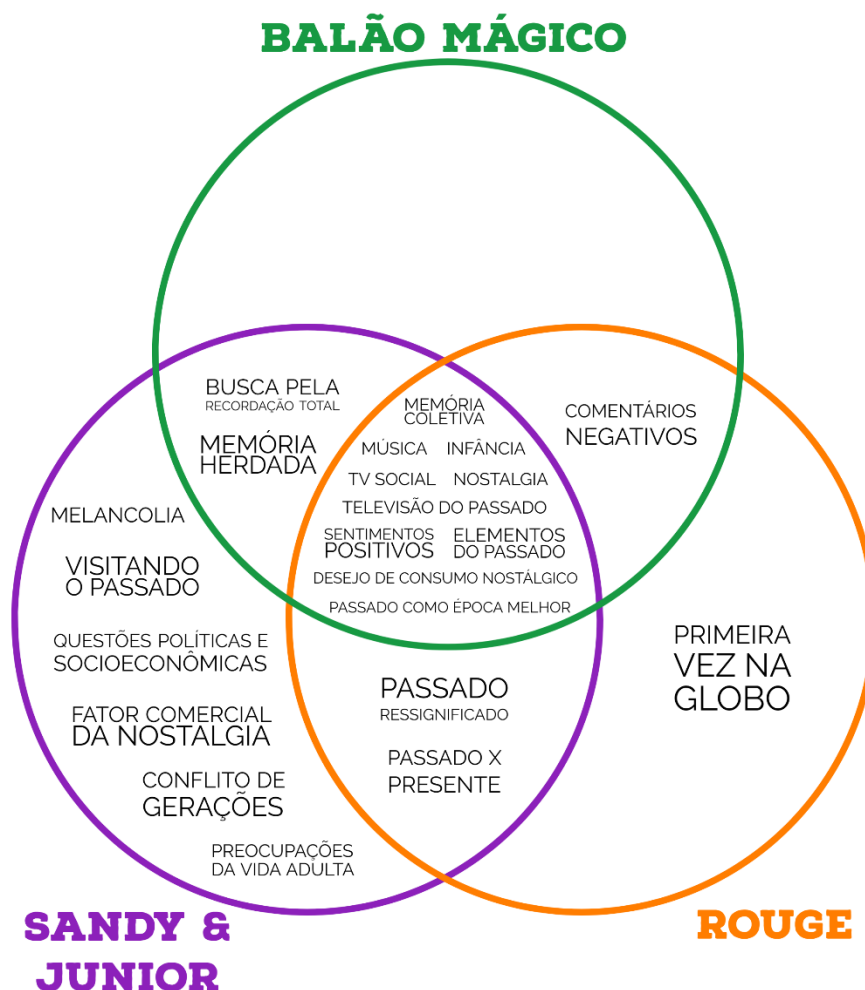
Fonte: Elaborado pelo autor (2021).

Enfim, realizamos a leitura e classificação de todos os *tweets* de acordo com os indicadores observados. Nessa etapa, destacamos que o mesmo *tweet* pode apresentar diversos sentidos, sendo alocado em categorias distintas. A partir disso, realizamos uma *análise das coocorrências* dos índices observados nos *tweets* sobre os diferentes artistas. Por meio desse procedimento, que é apresentado na próxima seção, entende-se que “a coocorrência (ou a não coocorrência) de dois ou mais elementos revelaria a associação ou dissociação no espírito do locutor” (BARDIN, 2011, p. 260).

Análise das Coocorrências

O ponto de partida da análise é o diagrama apresentado abaixo. Ao visualizarmos os núcleos formados pela união das circunferências, é possível verificar as relações de semelhança entre os comentários publicados sobre os diferentes artistas. O tema da “memória herdada”, por exemplo, pôde ser observado entre os fãs do *Balão Mágico* e de *Sandy & Junior*, enquanto questões relacionadas à “infância” aparecem entre os fãs dos três artistas. Com isso, podemos estabelecer aproximações entre os telespectadores de diferentes décadas.

Figura 1 - Análise das coocorrências dos índices observados nos *tweets* sobre os artistas



Fonte: Elaborado pelo autor (2021).

Ao observarmos o diagrama, alguns pontos nos fornecem informações sobre os sentimentos e emoções do público. Inicialmente, destacamos que tanto o público do *Balão Mágico* quanto o de *Sandy & Junior* apresentam uma busca pela recordação total. Nessa perspectiva, como aponta Starobinski (2016), o nostálgico não deseja reviver somente o lugar da sua juventude, mas a sua própria juventude, a sua própria infância. Uma vez que esses artistas pertencem originalmente às décadas de 1980 e 1990, há um distanciamento temporal maior entre a época de seus primeiros sucessos e o momento do retorno do que no caso do *Rouge*. Com isso, as memórias do público sobre suas vozes e aparências não condizem com as imagens do presente. Assim, é natural a ocorrência de um estranhamento que produz o desejo de rever esse mundo anterior da forma como era originalmente (STAROBINSKI, 2016). A ausência desse tema nos *tweets* sobre o *Rouge* confirma isso: é como se, nesse caso,

a passagem curta de tempo entre o auge e o retorno do grupo fosse incapaz de estimular a ativação de uma busca pela recordação total.

Do mesmo modo, o público do *Rouge* não menciona quaisquer memórias herdadas. Uma possível explicação para isso é o fato de que a transferência por herança exige uma socialização (POLLAK, 1992) entre indivíduos de diferentes gerações. Por serem mais velhos, os fãs do *Balão Mágico* e de *Sandy & Junior* tiveram oportunidades de estabelecer um contato com gerações mais novas, algo que pode não ter ocorrido com os fãs do *Rouge* (por estarem na casa dos vinte anos, uma grande parcela deles pode não ter tido filhos, por exemplo). Dessa forma, entendemos que, ainda que as gerações de 40, 30 e 20 anos atrás manifestem sentimentos de memória e nostalgia, alguns tipos específicos de memória precisam de um afastamento temporal maior para se originar.

Entre *Balão Mágico* e *Rouge*, há comentários negativos que não aparecem no caso de *Sandy & Junior*. No caso da *Turma do Balão*, tais comentários estão diretamente ligados à busca pela recordação total, uma vez que ocorrem principalmente pelo fato de que, na década de 80, os integrantes do grupo eram crianças performando músicas infantis. Ao reaparecerem como adultos, os artistas impedem a recuperação completa dos sentimentos de infância do público, o que origina as críticas. No caso de *Sandy & Junior*, isso não ocorre, uma vez que a dupla de irmãos cresceu juntamente com o público, compartilhando as fases da infância e adolescência (MOREIRA, 2012) até a vida adulta. Com o *Rouge*, as críticas apontam uma baixa qualidade da nova música lançada, como se ela não estivesse à altura dos trabalhos apresentados pelo grupo no passado.

Tanto nos *tweets* sobre *Sandy & Junior* quanto nos *tweets* sobre o *Rouge*, observamos uma dualidade entre passado e presente por meio de afirmações de que coisas do passado não combinam com o presente, devendo permanecer no passado.

Outro ponto semelhante entre *Sandy & Junior* e *Rouge* é a ideia de experiências de passado que são ressignificadas. Contudo, enquanto no caso de *Sandy & Junior* observamos pessoas que não gostavam ou não se importavam com a dupla no passado se emocionando e apreciando o retorno, o que ocorre com o *Rouge* é o oposto, isto é, pessoas que eram fãs no passado agora consideram que, na verdade, o grupo não era tão bom. Isso ocorre, de acordo com Halbwachs (2006, p. 29), porque “[...] se o que vemos hoje toma lugar no quadro de referências de nossas lembranças antigas, inversamente essas lembranças se adaptam ao conjunto de nossas percepções do presente”.

Não há nenhum tema que apareça unicamente entre os telespectadores do *Balão Mágico*, possivelmente porque os *tweets* sobre o grupo configuram uma amostra menor que as dos demais artistas. Contudo, verificamos que o desejo de recuperar o passado da forma mais fiel possível ao original é uma das principais preocupações desse público, estando presente em índices como “busca pela recordação total” e “comentários negativos”, temas que não aparecem simultaneamente nos demais artistas.

Em contrapartida, diversos temas aparecem exclusivamente entre os fãs de *Sandy & Junior*. Uma vez que grande parte desse público era criança na década de 1990 e, por isso, está agora na faixa dos trinta anos, um dos assuntos que aparece diz respeito às preocupações da vida adulta, que se relacionam com a ideia de Ribeiro (2018) de que a dificuldade de lidar com o tempo presente faz com que procuremos acionar sentimentos nostálgicos. Com isso, surge também um conflito entre fãs de diferentes faixas etárias no qual os mais velhos deslegitimam a experiência dos mais jovens como fãs de *Sandy & Junior*. Isso pode ser justificado pelo fato de a carreira da dupla ter se prolongado por dezessete anos, atravessando diferentes gerações, algo que não aconteceu com *Balão Mágico* e *Rouge*, cujas carreiras duraram somente quatro anos.

Há, ainda, uma melancolia que se aproxima do sentimento nostálgico. Nesse aspecto, apesar da alegria por rever a dupla, muitos fãs evocam lembranças que não gostariam de recordar ou demonstram tristeza pela impossibilidade de rever os momentos felizes do passado. Nessa perspectiva, Spinoza (2009, p. 155) afirma que há uma “impotência humana para regular e refrear os afetos”. Com isso, por vezes, exercemos essa recuperação de aspectos negativos do passado, mesmo sem querer. Apesar dos sentimentos negativos, tais memórias são carregadas de afetividade, uma vez que, segundo o autor, os afetos podem estar relacionados a sentimentos de tristeza, dor e melancolia (SPINOZA, 2009).

Ainda nos temas presentes unicamente entre o público de *Sandy & Junior*, observamos questões políticas e socioeconômicas, que aparecem por meio de recordações do período de prosperidade econômica vivido pelo país nos anos 90, com a retomada da economia brasileira após o Plano Real e o momento de grande liberdade e diversidade social, cultural e sexual.

Muitas fãs mencionam, ainda, a participação da dupla no quadro *Visitando o passado*. Ao recordarem a própria infância, *Sandy & Junior* fazem com que os fatos passados adquiram maior importância para o público que, dessa forma, consegue “reviver” aquela época com mais intensidade. Esse estímulo provocado pelo “recordar junto” constitui um fenômeno de

memória coletiva (HALBWACHS, 2006) que é potencializado pelas imagens e sons da TV, reformulando reminiscências e afetos do passado e proporcionando sensações positivas e prazerosas aos telespectadores (BRESSAN JÚNIOR, 2019).

Por fim, o fator comercial no retorno de *Sandy & Junior* também é citado. A presença desse tema é justificada pelo alto valor dos ingressos cobrados na turnê da dupla, algo que não foi apontado pelo público dos demais artistas analisados. Do mesmo modo, alguns fãs mencionam que, agora que são adultos, podem pagar pelos próprios ingressos e realizar o sonho de ir a um show de *Sandy & Junior*, algo que era impossível na infância.

Um tema que aparece exclusivamente entre os fãs do *Rouge* é o fato de o grupo estar se apresentando pela primeira vez na Rede Globo. Essa informação nos mostra que a televisão é um agente importante na constituição de emoções e afetos, mesmo para as gerações de espectadores mais jovens. Para os fãs, tão importante quanto o retorno do grupo é o fato de elas estarem na televisão. Nesse sentido, vemos que, mesmo com a *internet* e as novas tecnologias, a TV se mantém relevante para as novas audiências, atuando como meio de interatividade, engajamento e conversação.

Há, ainda, temas que aparecem no núcleo principal do diagrama, estando presentes nas mensagens relativas aos três artistas analisados. Com isso, observamos temas “universais” para as diferentes gerações de fãs que assistem à televisão: sentimentos positivos, recordações da infância, memórias coletivas, sentimentos nostálgicos¹⁰, menções à programação televisiva do passado, elementos de TV social, memórias despertadas por meio das músicas, recordações de elementos do passado que demarcam a época à qual as memórias pertencem (itens tecnológicos do passado, por exemplo), o desejo de consumir produtos nostálgicos e a ideia de passado como uma época melhor que o presente.

A partir desses temas repetidos, entendemos que, independentemente da geração, há um prazer contido no ato de rememorar por meio das imagens televisivas, constatado pelo aparecimento de sentimentos positivos. Verificamos, ainda, a importância que a TV apresenta como meio de criação e recuperação de memórias, mesmo para a parcela mais jovem do público. Do mesmo modo, menções às músicas do passado apontam que as canções funcionam como meio de ativação das memórias teleafetivas tanto quanto as imagens (BRESSAN JÚNIOR, 2019).

¹⁰ Na categoria “nostalgia”, foram considerados somente *tweets* que apresentaram vocábulos como “nostalgia” e “nostálgico”, uma vez que somente nesses casos é possível determinar seguramente a existência de um sentimento nostálgico de quem escreveu a publicação.

Ao afirmarem que o passado representa uma época melhor que o presente, as diferentes gerações nos mostram uma contradição, uma vez que quem era criança na década de 1980 afirma que aquele era um período melhor, enquanto quem viveu os anos 90 defende que aqueles, sim, eram tempos mais prósperos. O mesmo acontece com o público dos anos 2000. Nesse âmbito, observamos que a nostalgia, por vezes, se manifesta por meio de passados idealizados e fragmentados, trazendo à superfície somente os elementos positivos e agradáveis de cada década, sendo impossível afirmar, verdadeiramente, que alguma delas era melhor ou pior que o presente.

Considerações Finais

Ao analisarmos a conjuntura atual, é notável a importância que as questões relacionadas à memória e à nostalgia vêm adquirindo, especialmente quando direcionamos nossos olhares à indústria cultural. Com isso, mercados como o da música se reconfiguram para atender à demanda por conteúdo memorialístico, oferecendo o retorno de artistas que fizeram parte do passado do público, como *A Turma do Balão Mágico*, *Sandy e Junior* e *Rouge*.

Assim, com base na análise das coocorrências realizada, foi possível observar as manifestações de memória e afeto do público em relação ao retorno desses artistas e apontar diferenças e semelhanças nas memórias teleafetivas constituídas entre os telespectadores das décadas de 1980, 1990 e 2000.

De acordo com os resultados da análise, podemos determinar que os pulsos afetivos despertados pela memória teleafetiva variam de uma geração para outra. Enquanto o público dos anos 80 demonstra com maior intensidade um desejo utópico pela recuperação do passado, o dos anos 90 traz diferentes questões relacionadas à vida adulta, como a dificuldade em viver as preocupações do tempo presente e as referências a questões políticas e econômicas. No caso dos telespectadores dos anos 2000, as mensagens se diferenciam das outras mais pela ausência de determinados temas do que pela presença de novos elementos, demonstrando que certos aspectos da memória só se originam após uma passagem de tempo maior.

Do mesmo modo, há semelhanças entre as três gerações de fãs, mostrando que alguns conceitos são intrínsecos ao fenômeno memorialístico na televisão, independentemente da geração à qual o público pertence.

Entretanto, consideramos que outras conclusões podem ser obtidas a partir deste estudo, uma vez que se trata de um trabalho em desenvolvimento. Um dos pontos a ser trabalhado é a quantificação dos *tweets* presentes em cada categoria, uma vez que quanto maior a frequência dos elementos, maior é a sua importância (BARDIN, 2011). Ainda assim, a expectativa é que a pesquisa auxilie no entendimento sobre este momento em que públicos de diferentes gerações experimentam a memória afetiva por meio da televisão. Esperamos, ainda, que os resultados contribuam na popularização de estudos sobre a memória e levem novos debates acerca das relações entre o homem, o passado e a busca por um futuro melhor, além da valorização à música brasileira como objeto de estudo no campo da cultura.

REFERÊNCIAS

- ABRAMUS. **Os 22 discos brasileiros mais vendidos de todos os tempos**. 2017. Disponível em: <https://www.abramus.org.br/sem-categoria/13532/os-22-discos-brasileiros-mais-vendidos-de-todos-os-tempos/>. Acesso em: 06 jan. 2021.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BENJAMIN, W. **O anjo da história**. Belo Horizonte: Autêntica, 2012.
- BRESSAN JÚNIOR, M. A. **Memória teleafetiva**. Florianópolis: Insular, 2019.
- FECHINE, Y. Elogio à programação: repensando a televisão que não desapareceu. In: CARLÓN, M.; FECHINE, Y. (org.). **O fim da televisão**. Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2014. p. 114-131.
- GARCIA, R. A **história da Turma do Balão Mágico**. 2018. Disponível em: <https://vejasp.abril.com.br/blog/memoria/a-historia-da-turma-do-balao-magico/>. Acesso em: 07 jan. 2021.
- HALBWACHS, M. A **Memória Coletiva**. São Paulo: Centauro, 2004.
- LE BRETON, D. **As paixões ordinárias**. Petrópolis: Vozes, 2009.
- MARTINS, S. **Como a volta de Sandy & Junior se tornou a maior turnê da história do país**. 2019. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/cultura/como-a-volta-de-sandy-junior-se-tornou-a-maior-turne-da-historia/>. Acesso em: 06 jan. 2021.
- MOREIRA, A. L. I. G. Música Infantil no Brasil: reflexões sobre o repertório midiático, escolar, erudito e popular. In: II SIMPOM. **Anais...**, Rio de Janeiro, 2012, p. 289-297. Disponível em: <http://www.seer.unirio.br/index.php/simpom/article/view/2449/1778>. Acesso em: 07 jan. 2021.
- NIEMEYER, K. O poder da nostalgia. In: CRUZ, L. S.; FERRAZ, T. (org.). **Nostalgias e mídia: no caleidoscópio do tempo**. Rio de Janeiro: E-papers, 2018. p. 29-46.
- NO RITMO da Máquina Pop. Produção de Kevin Moraes. [S.l.]: Na Estrada Films, 2020. Disponível em: <https://youtu.be/zD6CKWwKfCg>. Acesso em: 07 jan. 2021.

POLLAK, M. Memória e identidade social. **Revista Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, v. 5, n. 10, p. 200-215, jul. 1992. ISSN 2178-1494. Disponível em: bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/view/1941. Acesso em: 19 jun. 2021.

RIBEIRO, A. P. G. Mercado da nostalgia e narrativas audiovisuais. **E-Compós**, [s.l.], v. 21, n. 3, set./dez. 2018. n.p. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/1491>. Acesso em: 29 jan. 2021.

SANTOS, M. C. **LTWEET**: Ferramenta de extração de dados do Twitter. Versão beta. Labcom Digital, 2019. Disponível em: www.labcomdata.com.br. Acesso em: 07 dez. 2019.

SPINOZA, B. **Ética**. Belo Horizonte: Autêntica, 2009.

STAROBINSKI, J. **A tinta da melancolia**: Uma história cultural da tristeza. São Paulo: Companhia das Letras, 2016. E-Book.