



Universidade Federal de Pernambuco
Departamento de Comunicação Social - DCOM
Cinema e Audiovisual

Júlia Bandeira

O FURACÃO DO TIKTOK:
a minissérie brasileira que ressurgiu na vertical

Recife

2024

Júlia Bandeira

O FURACÃO DO TIKTOK:

a minissérie brasileira que ressurgiu na vertical

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para obtenção de título de Bacharel em Cinema e Audiovisual na Universidade Federal de Pernambuco.
Orientador: Thiago Soares

Recife

2024

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do programa de geração automática do SIB/UFPE

Bandeira, Júlia.

O FURACÃO DO TIKTOK: a minissérie brasileira que ressurgiu na vertical
/ Júlia Bandeira. - Recife, 2024.

62 : il.

Orientador(a): Thiago Soares

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal de
Pernambuco, Centro de Artes e Comunicação, Cinema e Audiovisual -
Bacharelado, 2024.

Inclui referências, apêndices, anexos.

1. Hilda Furacão. 2. fanvideos. 3. cultura de fã. 4. tiktok. I. Soares, Thiago.
(Orientação). II. Título.

050 CDD (22.ed.)

AGRADECIMENTOS

Desejo agradecer à pequena de seis anos que teve como seu primeiro vício a telenovela Pé na Jaca; Se não fosse por ela, acredito que minhas próximas obsessões não me fariam chegar no curso de Cinema e no completo fascínio que possuo pelas maneiras de expressar ideias e dramatizar contextos. A Júlia criança passou por diversas fases, mas todas foram acompanhadas pela televisão aberta brasileira, com temas, inclusive, que não estavam na faixa etária apropriada. Foi assim que descobri que um vício, quando passageiro, ilumina o corpo e espanta demônios, mas não necessariamente, cria bons hábitos de sono.

Profundamente, deixo graças a todas as autoras de *fanfic* que já passaram pelos meus olhos. Desde as primeiras, com alguns erros ortográficos, às atuais que me ajudam a praticar outra língua. Com tropos e casais surpreendentes, contribuíram para que eu entendesse a minha própria sexualidade e estar confortável nela. Obrigada, vocês são heroínas sem capas. Também, quero dizer que as espectadoras dos meus primeiros *fanvideos* estão de parabéns. Graças a elas, melhorei, mas demorou.

Por fim, agradeço a quem me ajudou a finalizar esse trabalho. Vocês sabem quem são. Inclusive, a terapia em dia, que me impulsiona a concluir ciclos. Um beijo no coração.

RESUMO

O presente trabalho possui como objetivo ressaltar o potencial das redes sociais no ressurgimento de obras audiovisuais brasileiras. Para a realização dessa análise foi necessário entender o papel do fã como produtor, os caminhos pelos quais uma obra transita dentro de um sistema de televisão e streaming e as ações que podem reviver o interesse no ambiente midiático virtual. Na base da pesquisa há a análise de conteúdo e o estudo de caso com foco na minissérie Hilda Furacão, do fim dos anos 90. Ao apontar possíveis responsáveis pela explosão de popularidade, destaca o papel dos vídeos curtos no cenário atual de cultura e consumo.

Palavras-chave: Hilda Furacão; fanvideos; cultura de fã; Tiktok.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	5
1. A COMUNIDADE DE FÃS.....	8
1.1. SALGUEI A SANTA CEIA. ISSO É CULPA DA RITA!.....	10
1.2. QUE BOA IDEIA ESTE CASAMENTO PRIMAVERIL EM PLENO OUTONO.....	12
1.3. O TEMPO ESTÁ PASSANDO NÉ, SUELI?.....	15
2. HILDA FURACÃO: SUCESSO EM RECORTES.....	18
2. 1. CRIAÇÃO E PRIMEIRA EXIBIÇÃO.....	18
2. 2. RECEPÇÃO PÚBLICA.....	21
2. 3. ECOSSISTEMA DA REDE GLOBO.....	22
2. 4. REAPARECIMENTO DO FURACÃO.....	24
3. VÍDEOS ANALISADOS.....	30
3. 1. O EFEITO VIDEOCLIFE.....	31
3. 2. VELHO? NÃO, VINTAGE.....	34
3.3. I DON'T SPEAK PORTUGUESE.....	40
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	49
LISTA DE FIGURAS.....	51
VÍDEOS ANALISADOS.....	53
REFERÊNCIAS.....	55

INTRODUÇÃO

Durante os últimos anos as formas de interação interpessoal sofreram grandes mudanças com o fortalecimento da comunicação instantânea e à distância, o que gerou uma necessidade pelo imediato, rápido e direto. Experiências coletivas passaram a ser atravessadas pela presença constante do individual. Hoje em dia, além da sala de cinema, é possível assistir a um filme na televisão e, também, no celular. Não só o tamanho da tela “encolheu”, mas também, o tipo de interação que o indivíduo possui com o instrumento de exibição. O público e o privado vêm se misturando há décadas e o ritmo dessas mudanças só se intensifica.

No livro *Cultura da Convergência* (2009), de Henry Jenkins, é traçado um panorama geral de um processo complexo que envolve a interseção e a integração de diferentes mídias, tecnologias e plataformas em um ambiente, agora digital, em constante evolução. Essa convergência midiática não se limita apenas à fusão de dispositivos tecnológicos, mas também abrange a convergência de conteúdos, práticas culturais e formas de participação dos consumidores. Em termos práticos, a convergência significa que o público pode acessar e interagir com uma variedade de conteúdos por meio de diferentes dispositivos e plataformas. Isso resulta em uma experiência de mídia mais integrada e personalizada, na qual além de consumidores, há uma participação criativa por parte desses indivíduos ou grupos.

Esta pesquisa pretende debater as novas formas de consumo audiovisual através do estudo da minissérie *Hilda Furacão*, exibida originalmente em 1998, na Rede Globo, e seu ressurgimento na cultura digital através de reapropriações por fãs em redes sociais digitais, como é o caso do Tiktok, abordado aqui. A hipótese desta monografia é a de que o consumo audiovisual em plataformas digitais promoveria a emergência de produções do passado, no presente, criando uma série de formas particulares de consumo de fãs, destacando a atualização e a nova percepção das comunidades destes fãs no contexto contemporâneo.

Além da produção, será analisada a entrega imediata e na palma da mão de conteúdos audiovisuais. Com as plataformas de streaming, os usuários conseguem acessar e reproduzir material sem a necessidade de download prévio ou mídia física. O termo streaming, no desenvolvimento de software, implica que os dados são transmitidos continuamente, em vez de serem baixados como um arquivo completo antes da reprodução — algo que, definitivamente, revolucionou o contato com o entretenimento e a sua personalização. De acordo com Robert

Prey, em *Nothing personal: algorithmic individuation on music streaming platforms* (2017), as músicas que ouvimos, os filmes/séries que assistimos, as compras que fazemos, tudo isso contribui para a construção da nossa identidade, permitindo que nos moldemos e nos modifiquemos como indivíduos..

A escolha por Hilda Furacão (1998) se dá em função de a minissérie ter dado um salto de popularidade no final do ano de 2023 e reacquecido o debate acerca de produções nacionais nas redes sociais. Com ela, o interesse das pessoas mais jovens pela programação linear da tv aberta se tornou pauta em plataformas como Twitter/X, o que fez surgir um interesse em querer entender os motivos e como se deu tal processo. Por isso, o objetivo desta monografia é explicitar como os fãs novos e antigos se apropriam da série Hilda Furacão (1998) e como desenvolvem aptidões para a criação audiovisual a partir da necessidade de compartilhar desenhos, histórias e vídeos. O conceito que ajuda a debater estas práticas é o de letramento midiático, ou seja, a capacidade de acessar, analisar, avaliar e criar conteúdos em diferentes formas de mídia. Jenkins, como grande expoente de cultura de participação, enfatiza que não se trata apenas de uma habilidade técnica, mas de uma prática cultural que molda a maneira como os fãs interagem com a mídia. Trata-se de uma experiência que promove a cultura de engajamento e criatividade, na qual os fãs não são meros espectadores, mas participantes ativos que influenciam e transformam o panorama midiático e a construção de significados.

O estudo de caso, em torno de Hilda Furacão (1998), será realizado através da seleção dos vídeos mais curtidos da hashtag no Tiktok. Essa métrica é a mais sólida e estável, dentre as permitidas pela aplicação, pois as outras possuem maior variação a depender do usuário que estiver acessando, já que contam com a presença massiva de algoritmos de recomendação.

Do ponto de vista metodológico, o presente trabalho empreende análises performáticas dos vídeos produzidos, na tentativa de reconhecer o que é destacado na apropriação dos fãs contemporâneos sobre Hilda Furacão (1998). Neste momento, entra em questão o letramento midiático, assim como a busca pelas inspirações, motivações, que levam a criação por parte dos fãs e o papel da plataforma de hospedagem de vídeo no momento de decisão do formato.

O trabalho está dividido em três capítulos. No primeiro, a Comunidade de Fãs, será discutida a base da definição de fã e a forma como as microssociedades desse grupo se unificam. No segundo, debate-se o surgimento, a produção e a exibição de Hilda Furacão (1998), desde a TV aberta até o streaming. Também iremos observar sobre as formas de articulação do maior

conglomerado de mídia brasileiro. No terceiro, por fim, será analisado o conteúdo criado na plataforma Tiktok no tocante a estilos, temáticas e percepções ao longo do tempo.

1. A COMUNIDADE DE FÃS

O significado do termo 'fãs' pode variar conforme a percepção do ouvinte. Em alguns casos, ele é associado ao fanatismo, caracterizado por um comportamento obsessivo. Em outros, refere-se a um consumidor habitual que, embora não demonstre um entusiasmo frenético, acompanha uma obra, peça, indivíduo ou produto cultural com dedicação e paixão. Chegar em apenas um denominador para esse significante vai além de uma pesquisa em dicionários, uma vez que perpassa diferentes tipos de comportamentos, se faz necessária a análise de ambiente, recorte histórico e grupo em que ocorre. Os próprios estudiosos do tema reconhecem que se trata de um conceito polissêmico.

Henry Jenkins, um expoente no campo de mídia e comunicação, em seu texto *Textual Poachers: Television Fans & Participatory Culture*, divide a atividade de fãs em cinco níveis: a recepção de um produto com proximidade emocional mas distância crítica; a crítica como um modo de detalhar, interpretar e construir um metatexto; o consumo ativo, no qual o fã quer fazer parte do processo criativo e discutir ideias com o grupo produtor; o gerador de conteúdo que, a partir de uma obra da indústria da mídia, cria uma nova estética ou redefine o produto por meio de texto, vídeo, desenho, entre outros; e, por último, a alternativa de comunidade social, ou seja, a escapatória de um mundo real para um ambiente que, por vezes, pode ser mais igualitário e democrático.

Jenkins foi um dos pioneiros a defender a cultura de fã como algo não doentio, patológico. Até os anos 2000, a reunião de indivíduos adoradores de alguma peça midiática era vista como algo de caráter estereotipado, solitário e obscuro que não deveria ser incentivado. No entanto, o tempo passou e a revolução digital veio acompanhada dessa nova visão desses grupos sociais. A expansão do acesso à internet trouxe, principalmente, a possibilidade de interagir com pessoas mais distantes geograficamente, permitindo aumentar os encontros e a formação das sociedades conhecidas como *fandom*.

Em *Digital Fandom 2.0: New Media Studies*, Paul Booth examina a passagem histórica que nos trouxe ao cenário atual. Como as pessoas passaram a estar conectadas o tempo todo, suas chances de serem fãs de pelo menos alguma coisa também cresceram. Por conta da facilidade da troca, da interação e do consumo, indivíduos estão cada vez mais engajados nos produtos que gostam, sejam eles esportes, músicas ou até criadores digitais.

Ser fã significa identificar-se com um texto midiático, e estudar fãs nos permite "explorar alguns dos principais mecanismos através dos quais interagimos com o mundo mediado no cerne de nossas realidades e identidades sociais, políticas e culturais". Seja do que formos fãs, parte de nossa identidade se baseia em nossa apreciação por esse *fandom* (BOOTH, 2016, p. 24, tradução nossa).

Ainda mais quando o objeto da paixão é algo progressivo, seriado, que se desenvolve ao longo do tempo e de múltiplos textos. O espaço para análise, assim como o tempo necessário para a construção de um grupo em volta desse objeto, é alargado, tornando-se contínuo. Por exemplo, hoje, é comum falar de renovação de séries e logo pensar nas pessoas ou perfis que esperam ansiosamente por qualquer material novo para comentar sobre ele. A escassez, como dito pelos estudos econômicos, gera a demanda e a espera, a ânsia, tende a atrair o desejo, expandindo os quereres e o ambiente de discussão. O formato recente de maratona, ou seja, a liberação de todo o conteúdo de uma só vez, inaugurado pela Netflix, recebeu uma série de críticas por ir de encontro à dinâmica da escassez tradicional. Em alguns casos, o modelo chegou a ser revisto. Afinal, trata-se de um formato que dá o poder de consumo desenfreado ao público, mas transforma o assunto, a série lançada, em algo demasiado efêmero, muitas vezes. Não promove um acontecimento especial, uma adição significativa ao catálogo, um fenômeno, como nos casos de *Game Of Thrones* (2011) ou *Succession* (2018)¹, por exemplo, nos quais a discussão e o alvoroço promovido por elas perdura ao longo de semanas ou meses. No caso da dinâmica própria da Netflix, se tem um pico que logo é acompanhado de um vale e não uma descida regular e constante de engajamento por parte do público. Há exceções como *Stranger Things* (2016), é claro — série sucesso de crítica e audiência que continua sendo um assunto badalado nas redes sociais, mesmo quando não está em seu final de semana de lançamento. No entanto, nem mesmo ela, o caso-exceção do formato da Netflix, escapou de sofrer uma certa remodelação. A quarta temporada da série foi dividida em dois volumes, na qual a primeira leva de episódios foi adicionada ao streaming no dia 27 de maio de 2022 e a segunda em 1º de julho de 2022.

Há um ramo dos Estudos de Fãs que se debruçam a estudar acerca do quanto a serialização fomenta um comportamento de culto em virtude de ter uma peça com narrativas

¹ Ambas produções se tornaram sucessos no streaming da Warner (HBO Max/Max) e na tv fechada (HBO) gerando um fenômeno que se torna cada vez mais raro: as noites de domingo na frente da televisão. Com a imensa popularização do smartphone, unir famílias ou amigos em um espaço físico ou virtual, em que discutem o mesmo tema, criam teorias e repetem o feito durante várias semanas, enquanto a série se passa, é um feito e tanto. Atualmente, está sendo replicado para o também sucesso *House of The Dragon* (2022), série derivada de *Game Of Thrones* (2011).

abertas, complexas e envolventes que perduram por meses ou anos. Um grande exemplo disso é o poder que as novelas brasileiras tinham na vida dos brasileiros. A Rede Globo, maior emissora (aberta) do país, ditou moda, discussões e até influenciou a criação de leis, com muitas de suas obras. Temos como exemplo o caso de *Mulheres Apaixonadas* (2003) que fez vir à tona o debate em torno dos maus tratos a idosos que culminou na sanção do Estatuto do Idoso, logo após o término de sua exibição. Com a expansão das barreiras geográficas, mais produtos internacionais chegaram ao Brasil e a hegemonia da empresa brasileira diminuiu. Contudo, é inegável o poder da serialização, seja no mundo literário, ou no mundo audiovisual das telenovelas, minisséries e séries de televisão.

Como explica Booth, em uma série de televisão, a história não se completa em cada episódio, mas se desenvolve ao longo de toda a série, conectando cada episódio e construindo um enredo complexo e envolvente. Algo que gera uma expansão de mundo por parte dos fãs através da curiosidade, das interpretações individuais ou da ressignificação do conteúdo. É a criação de rituais, de estruturas sociais e do compartilhamento entre membros.

1.1. SALGUEI A SANTA CEIA. ISSO É CULPA DA RITA!

Um grupo de pessoas não necessariamente constitui uma comunidade. De forma similar, um grupo de fãs também não necessariamente constitui uma comunidade de fãs, também chamado de *fandom*. Da mesma forma que é difícil encontrar uma única definição para fenômeno individual também não é simples achar a amálgama do que seria um *fandom*. Cornel Sandvoss em *Fandom as an object and the objects of fandom* define o termo como o consumo habitual e emocionalmente intenso de narrativas culturais. Assim, em se tratando de *fandom*, é indispensável haver uma conexão profunda dos indivíduos com a obra e a incorporação da mesma em sua identidade pessoal. Trata-se de uma relação complexa entre o indivíduo e a obra. O fato dessa relação ser emocional e profunda é o que diferencia o *fandom* de outras formas de consumo cultural.

Em uma entrevista para Clarice Greco da USP, Matt Hills do departamento de Teatro, Cinema e Estudos Televisivos do Reino Unido, reafirma que hoje é muito difícil traçar um limite entre atividades de fãs, seguidores e público em geral pois, nem todos que se engajam com obras

culturais se identificam como fãs, mas suas atividades, como uso de mídias sociais e criatividade, podem indicar um certo nível de *fandom*.

Para o presente trabalho, trataremos o *fandom* como um grupo criador de conteúdo e participante de uma comunidade, com identidade cultural. Seja ao utilizar uma camiseta, seja produzindo textos ou divulgando informações sobre o objeto conteúdo em perfis de rede social e, em que muitas vezes, há até mesmo um nome, como é o caso dos fãs de Taylor Swift, os *swifties*, um grupo tão relevante no meio pop que é conhecido em todo o globo.

Para o sociólogo Max Weber, uma comunidade floresce quando as ações de seus membros são guiadas por um sentimento de união. Essa união pode nascer de laços emocionais ou valores compartilhados entre os indivíduos. Em outras palavras, a comunidade se fortalece quando seus membros se sentem conectados e dispostos a colaborar para objetivos em comum. Um *fandom* agrega todas as características aqui já mencionadas e, na prática, também reúne conceitos de estratificação, de tal forma que há uma pirâmide social a partir do quão conhecido ou relevante são os produtos que o indivíduo agrega ao grupo. Por exemplo, perfis com grande visibilidade se tornam um chamariz para as empresas produtoras e para participantes que estão à margem.

Embora o interesse e a união se deem num *fandom* por um objeto de afeição em comum, o nível de participação e de envolvimento dos indivíduos é variado. O desafio ao status quo, a subversão das interpretações oficiais e a organização interna do grupo são a base da formação do mesmo. Dentro dessas associações, no entanto, como explicita Rukmini Pande (2018), ao mesmo tempo em que há um empoderamento e busca pelo igualitário, os debates de classe, gênero e raça são postos de lado. Muitas vezes, em prol da criação de personas, líderes, pessoas que se tornam expoentes e têm vozes que podem sobrepujar as demais.

Dentro de uma comunidade de fãs, um *fandom*, há subdivisões. Existem as centrais, os perfis de notícia que podem existir em todas ou concentrar esforços em redes sociais específicas. Essas contas escrevem postagens sobre os últimos acontecimentos de um certo produto, interagem e geram memes, podendo, até mesmo, ter papel significativo em movimentos sociais, como é o caso da criação de vaquinhas em prol de alguma causa, da disseminação de informações aos integrantes do *fandom* sobre medidas de lei que podem interessá-los, entre outros. Tais perfis são conhecidos como centralizadores.

No entanto, há diversas outras funções que são desempenhadas por indivíduos nesse todo. Como é o caso dos escritores, editores, pesquisadores, críticos e por vezes, profissionais que entram como fãs em uma comunidade e agregam com o seu campo de estudo, como por exemplo os especialistas que desenvolvem manuais ou enciclopédias. Um grande atestado disso está na criação de wikis² — uma plataforma, semelhante a Wikipedia, que permite o desenvolvimento de textos recheados de sessões, majoritariamente feito por fãs, que tem como objetivo explicar ou expandir o conhecimento da base. Um wiki é uma maneira de documentar um produto cultural desde a perspectiva dos seus fãs. É claro que esses subgrupos nem sempre são criados em harmonia e, por vezes, geram debates e dissonâncias dentro da própria comunidade, afinal, nem todas as visões e opiniões são as mesmas. Em grupos maiores, esses embates são ainda mais frequentes e mesmo as maneiras de organização do grupo passam a ser discutidas, muitas vezes gerando efeitos manada ou linchamentos. Embora na teoria, o comportamento de fãs unidos seja o esperado, na realidade, estão envolvidos indivíduos com planos de fundo distintos que passam a interagir em nome de um gosto em comum. Quanto maior o terreno e a popularidade do *fandom*, mais suscetível a controvérsias estará.

1.2. QUE BOA IDEIA ESTE CASAMENTO PRIMAVERIL EM PLENO OUTONO

Para que esse ambiente comunitário seja criado, com diferentes papéis e funções agregadoras, ocorre um processo denominado por Henry Jenkins de Letramento Midiático. No livro *Cultura da Convergência*, o autor trabalha o crescente envolvimento dos consumidores nos produtos finais. O público vem se tornando peça chave distribuição e sobrevivência de uma peça cultural, não apenas pelo aspecto financeiro, como já vinha acontecendo, mas pelo potencial de criação que os fãs imprimem nessas obras.

A comunicação mais emocional é, até mesmo, algo que as empresas estão fazendo de forma ativa nas redes sociais. O grande exemplo desse movimento é a Netflix que traz uma personalidade mais próxima da linguagem dos fãs ao compartilhar ou responder algo em seu perfil. Durante o lançamento de uma série, a identidade visual da plataforma de streaming se

² Algumas wikis famosas são das artistas pop como Billie Eilish e Taylor Swift, dos jogos *Stardew Valley* e *Coral Island* e, das séries, *Game Of Thrones* e *Doctor Who*. Um grande agregador dessas páginas é o www.fandom.com, extremamente similar a Wikipedia pois as duas aplicações possuem o mesmo criador, Jimmy Wales. No entanto, têm um público distinto, sendo a primeira mais permissiva para a exploração de universos fictícios por parte dos fãs. Sendo descrita como a biblioteca, um repositório sobre personagens e personas.

adapta, combinando humor e institucionalização de forma mais dinâmica, com um discurso que reforça o apelo emocional. As respostas da mesma, por vezes, parecem escritas por fãs. A Globoplay, apelidada de “Glô”, também costuma brincar com seus seguidores numa toada semelhante. Por serem duas empresas mais novas³ não são presas a um estilo de comunicação arcaico e podem usar as marcas para se atrelarem a um símbolo de futuro, de fã, ao abusar da linguagem coloquial das redes.

FIGURA 1 - Perfil da Netflix no Twitter/X interagindo com um seguidor falando de uma série animada disponível no streaming: Arcane



Fonte: NetflixBrasil, Twitter/X, 2024.

³ Embora a Rede Globo seja uma instituição antiga, em funcionamento desde 1965, o seu ramo de streaming foi criado recentemente, em 2015. A Globoplay vem com a proposta de trazer um conteúdo mais diverso e explorar caminhos que a TV aberta não permite ou impõe mais obstáculos. Por contar com uma gestão mais moderna, o uso de mecanismos do marketing digital para atrair novos públicos é uma estratégia esperada.

FIGURA 2 - Perfil da Globoplay no Twitter/X interagindo com seguidores sobre a série Justiça 2 (2024)



Fonte: Globoplay, Twitter/X, 2024.

Esse desejo de se comunicar com o fã e permitir que ele seja parte fundadora de uma obra, no entanto, nem sempre é bem-vindo. Isso pode ocorrer devido à resistência dos estúdios, dos produtores e criadores ou, ainda, de uma parcela do fandom que rejeita visões divergentes da majoritária. A comunidade LGBT, por exemplo, além dos trancos e barrancos da representatividade nas mídias, sofre com preconceitos por parte de *fandoms*, especialmente quando enredos mais próximos de sua vivência são desenvolvidos. Um recente exemplo é a série *Bridgerton* (2020), que gerou abaixo-assinados pedindo a alteração de sua narrativa.

Podemos interpretar esse debate como uma reação contra muitas das propriedades da cultura da convergência que vimos até agora – contra a expansão do mundo ficcional nas diversas mídias e contra o desejo de dominar os detalhes misteriosos desses textos e transformá-los em recursos para uma cultura mais participativa. (JENKINS, 2006, p. 283)

Letrar-se, se tornar letrado, como significante aqui, decorre através de uma luta para que não apenas a visão dominante seja vista, mas também as expressões artísticas de outras correntes ou grupos. É algo com efeito de permitir a participação cultural da mesma forma que o alfabetismo permite a inclusão na sociedade civil.

Jenkins defende que o letramento midiático é uma ferramenta essencial para vivermos em um mundo cada vez mais conectado e mediatizado. É a capacidade de navegá-lo com autonomia, criticidade e criatividade.

A escrita de *fanfics* — ficção baseada em um produto cultural, criada por fãs, é um dos meios de comunicação de um *fandom*, sendo onde um indivíduo expõe suas ideias sobre o que aquele produto deveria ser ou como ele o vê. É um enredo que não foi seguido pela indústria, mas que o fã traz à vida por meio de suas próprias palavras. O ato de escrever e, ainda mais, de compartilhar, permite que esse cosmos seja visto por pessoas distintas, que podem ou não compartilhar a mesma visão. Além disso, o autor se torna uma peça em crescimento, um potencial profissional da área, alguém que descobre ali muito mais do que um passatempo. A participação na sessão de comentários, as correções, podem servir como o passo inicial para a melhora das técnicas de escrita. Meg Cabot, autora da famosa série *O Diário da Princesa*, também teve suas próprias experiências com *fanfic*. Em suas palavras, ela diz: "O bom da *fanfic* é que os personagens e a trama básica já estão definidos, então novos escritores podem se concentrar no desenvolvimento de diálogos ou na criação de novas tramas. Basicamente, o autor já criou um mundo para o novo escritor brincar, e isso é uma ótima maneira de aprender as habilidades necessárias para criar seu próprio universo." Esse tipo de exercício, segundo ela, é fundamental para a formação de novos contadores de histórias.

1.3. O TEMPO ESTÁ PASSANDO NÉ, SUELI?

Dentro do Estudo de Fãs, encontraremos muitos termos derivados além de Fandom, como é o caso de Fanfic, Fanart, Fan Edit, Fanzine e Fanvideo. Neste trabalho em questão, haverá um foco na produção de Fanvideos por parte do fandom da minissérie nacional *Hilda Furacão* (1998). Por isso, é importante entender como saímos da montagem tradicional de audiovisual, dos cortes em filme para o poder na palma da mão.

Nas primeiras criações denominadas cinematográficas, a ideia de cortes, inserções ou qualquer tipo de manipulação, era irreal. O que existia era um dispositivo de gravação, como o Cinetoscópio⁴, pioneiramente, no final do século XIX e, uma exibição, projeção, do conteúdo captado pelo dispositivo. Por falta de ferramentas e, até mesmo, pelo momento ser de experimentação, os primeiros filmes eram curtos, com câmera fixa, exibindo situações cotidianas na sequência em que haviam ocorrido.

Com o passar do tempo, outros nomes passaram a criar suas próprias obras, apresentando uma ação ou ambiente existente no mundo, mantendo assim o caráter documental em um plano único, sem necessariamente contar uma narrativa. Porém, após esse período, veio à tona as primeiras ficções do Cinema, contando com recriações de peças teatrais, obras de perseguições e truques. Uma personalidade pouco citada é Alice Guy Blaché, a primeira diretora, produtora executiva e figura importante ao falar de montagem e efeitos especiais, tendo em um de seus feitos a sincronização de som e imagem antes de todos.

A diretora também fez uso de técnicas de máscara assim como de dupla exposição. Utilizou sequências invertidas e truques cinematográficos como a inversão do negativo, truques e técnicas que acabaram atribuídas equivocadamente a Méliès. Alice Guy foi a primeira pessoa a utilizar sobre impressões como no filme *O Natal do Pierrot*, assim como a projeção ao contrário na produção *Uma Casa Demolida e Reconstruída* (AGUIYRRE, 2019, n.p).

A montagem, como conhecemos hoje, veio acompanhada de duas teorias: a soviética, por Sergei Eisenstein nos anos 20, acreditava que a manipulação da ordem das imagens produzia um novo significado para o todo e, a francesa de André Bazin, que trazia consigo a ideia das técnicas de recombinação, transformação, como algo negativo, destruindo a verdade contida em um filme. Bazin considerava que o caráter da montagem é simplesmente atrativo, com propósito propagandístico. O diretor e lenda do cinema, Alfred Hitchcock, em uma entrevista de 1964, falou sobre as técnicas que utilizava na edição de seus filmes. Ele apresentou a noção perspicaz de que essas não eram técnicas de corte, mas sim de união, transformando elementos em um conjunto. Para Hitchcock, cortar dava a ideia de romper, de quebrar. O todo é formado por

⁴ Há uma ampla discussão sobre qual foi o primeiro dispositivo cinematográfico e quem o criou. Ocorre que, existiram invenções muito próximas patenteadas em Paris e nos EUA, pelos Irmãos Lumière e Thomas Edison, respectivamente, o que torna difícil creditar um único descobridor do cinema. Uma conjunção de circunstâncias técnicas aconteceu quando, no final do século XIX, vários inventores passaram a mostrar os resultados de suas pesquisas na busca da projeção de imagens em movimento: o aperfeiçoamento nas técnicas fotográficas, a invenção do celuloide (o primeiro suporte fotográfico flexível, que permitia a passagem por câmeras e projetores) e a aplicação de técnicas de maior precisão na construção dos aparatos de projeção. (COSTA, Flávia. **Primeiro Cinema. História do Cinema Mundial**. Campinas, SP: Papirus, 2006. p.18)

amálgamas, junções que criarão os sentimentos desejados pelo autor de uma obra audiovisual. Sentimentos esses que serão transportados para o público através da projeção. Os três efeitos citados por Hitchcock são: justaposição, close-ups e efeito Kuleshov. Todos, com o propósito de inserir sensações, criando, inclusive, narrativas visuais.

Na teoria soviética de montagem, objetos diferentes geram um novo sentido quando unidos, postos em conflito. Lev Kuleshov, por exemplo, realizou experimentos para entender como as emoções podem ser percebidas, algo que Hitchcock também demonstra na entrevista, ao alterar o sentido de uma cena simplesmente trocando uma imagem intercalada, mas mantendo a mesma expressão facial. Essa escolha na justaposição de imagens seriam os formadores de um filme ou série, visto que tais técnicas não ficaram apenas no Cinema. Hoje, por exemplo, são quase instintivos na hora de criar conteúdo audiovisual para as redes sociais. Os próprios softwares de edição já possuem ferramentas especializadas e automáticas para realizar essa junção de imagens.

O Cinema sempre foi conhecido como uma arte coletiva, um espaço de criação compartilhado, seja por profissionais ou amadores, porém, além dessa alcunha, o Cinema é um espaço de avanços tecnológicos. O surgimento dessa área foi possibilitado por um conjunto de ferramentas que permitiram a captura de imagens, seguidas de edição e sonorização. É um ambiente em constante transformação, influenciado pelas novas soluções e equipamentos disponíveis no mercado. Por ser um campo dependente da tecnologia, é natural que, com o desenvolvimento do digital, as imagens em movimento também tenham conquistado esse espaço. Com a informática, bits e bytes, a máquina elimina o hiato entre o objeto e a figura, cobre o processo, como vê Dubois (2004) e exclui tudo o mais, ganhando a realidade, uma característica de virtual. O que antes era uma reprodução do real, com o computador, um maquinário de criação, esse real passa a ser gerado.

Foi assim, então, que tomaram conta do cotidiano social, os vídeos — objeto dividido entre dois campos: o artístico e o da comunicação, um parte divisível de diversas outras palavras como videocassete, videoclipe e, as mais recentes: *vlog* (vídeo + blog), videogame e videoaula. Vídeo é um substantivo derivado do latim, do verbo *vidēre*, que traz consigo a ideia de ver, olhar, compreender. E, por essa definição, está em todos os outros campos visuais, sendo um grande problema na hora de separá-lo, definir um grupo específico. Afinal, por que uma peça seria considerada um vídeo e outra não? O vídeo nunca deixou de ser um espaço de experimentação,

justamente por sua maleabilidade. Ao mesmo tempo em que consegue ser um dispositivo de informação, também carrega narrativas, sempre atuando como intermediário.

Com a facilitação na obtenção de ferramentas para produzir imagens em movimento, como câmeras digitais e smartphones, e a explosão das redes sociais, a internet – grande meio de comunicação global – tornou-se um espaço imenso para a projeção desse formato. Em 2017, uma análise realizada pelo Instituto Provokers revelou que o consumo de vídeos pela população brasileira cresceu 90%, enquanto o consumo de TV permaneceu estável. O uso de aparelhos celulares tem ainda mais poder de captar a atenção, já que muitos relatam deixar a televisão ligada enquanto realizam outras atividades. Além disso, constatou-se que 84% da população brasileira usa smartphones e que 7 em cada 10 brasileiros possuem um dispositivo.

Ao levarmos em conta que havia uma predominância do Youtube, com o formato de vídeos longos e agora, com as novas diretrizes das redes, temos um consumo exorbitante de conteúdo com menos de um minuto, a rede social chinesa, o Tiktok, veio dominar essa fase. É a aplicação alimentada e, por vezes, preferida, majoritariamente, pela Geração Z, consumida para notícias, informação e entretenimento em geral, podendo substituir mecanismos de busca como o Google, para pessoas dessa faixa etária. E, além de ser um grande projetor, exibidor de vídeos, é uma ferramenta de criação por si só. O que antes necessitaria de máquinas específicas para gravar, editar e exibir, hoje é realizado dentro de um só aplicativo na palma das mãos. As técnicas e efeitos que o Hitchcock demonstra em sua entrevista podem ser realizados por qualquer pessoa com acesso a internet em seu dispositivo móvel, seja para algo autoral, na recriação de uma narrativa própria ou no ressurgimento de um conteúdo dado como esquecido.

2. HILDA FURACÃO: SUCESSO EM RECORTES

No final de 2023, uma obra audiovisual veio a atingir as redes sociais conquistando público, fãs e, conseqüentemente, gerando peças inspiradas, mas criadas por esses indivíduos. No entanto, ao contrário do esperado, foi uma produção de mais de 20 anos atrás chamada Hilda Furacão (1998), que tomou as telas dos celulares e computadores, dispositivos que não eram populares na época de sua primeira exibição. Hilda Furacão (1998) foi uma minissérie com 32 capítulos, produzida e exibida pela TV Globo em 1998. Escrita por Glória Perez e dirigida por

Wolf Maya, a obra foi baseada no romance de mesmo nome, escrito por Roberto Drummond, em 1991.

O livro, muito popular, foi o maior sucesso do autor que escreveu colunas e crônicas esportivas durante boa parte da vida. O fato de ter sido um jornalista influenciou bastante na sua literatura, sempre incorporando uma linguagem popular nos seus textos e citando suas paixões como Belo Horizonte, tornando a peça acessível ao público geral. Ao mesmo tempo, há a presença de metalinguagem, verossimilhança, intertextualidade e uma forte ambientação que revela e discute o cenário político do país. O texto parece tão verídico, próximo a uma realidade possível, que muitos acreditaram se tratar de personagens reais e essa questão foi carregada com o autor que nunca esclareceu os pontos verdadeiros e falsos do enredo.

Já em 1998, a TV Globo lançou a minissérie de mesmo nome e exibiu após a novela da faixa das 21h. A obra se passa em 1950/1960, no estado de Minas Gerais e possui como protagonista Hilda Muller, uma jovem, filha de família burguesa, recém noiva que desistiu do casamento e buscou refúgio na zona de prostituição em Belo Horizonte. Com um enredo cheio de temas espinhosos e polêmicos, atingiu 32 pontos de Ibope no período de exibição original, possui diversas reprises, foi adicionada ao serviço de *streaming* da Globo e reviveu em um novo formato, com o conteúdo cortado e editado, na plataforma de vídeos e rede social Tik Tok.

2. 1. CRIAÇÃO E PRIMEIRA EXIBIÇÃO

A obra chegou às mãos de Glória Perez (Salve Jorge e A Força do Querer), mas não foi prontamente adaptada. A autora esteve envolvida em alguns outros projetos, como é o caso de Você Decide (1992) e a novela Explode Coração (1995). Porém, no final da década, o material foi reacendido e Perez começou a realizar um trabalho de pesquisa com militantes e com o autor do romance.

Em uma matéria para a Folha de Pernambuco, Glória comentou que o projeto foi revisado por grandes autores da emissora, mas não avançou. Ela explica que, devido à pesquisa que havia realizado, acabou se aproximando do autor da história original, compreendendo seus anseios como escritor, enquanto ele também aceitava que a adaptação refletisse seu estilo criativo. Segundo a roteirista, a parceria foi bastante harmoniosa, e o trabalho com Wolf, que vivia um momento inspirado como diretor, contribuiu para o resultado.

Além do roteiro cutucar feridas e temas da sociedade brasileira, a personificação dos personagens também é uma característica bem marcante da minissérie. É impossível pensar em Hilda Furacão e não ter o nome de uma das maiores atrizes de seu tempo: “Ana Paula Arósio tinha a garra da personagem”, diz Glória Perez. Como fica explícito na matéria do Estadão, Arósio, na época, era contratada do SBT e foi cedida à Globo através de uma ideia do diretor Wolf Maya e acatada pelo então diretor geral da TV Globo, Boni.

A atriz que começou na televisão com *Éramos Seis* (SBT - 1994) teve sua explosão de popularidade com a minissérie, se tornando uma revelação no mercado audiovisual brasileiro. Posteriormente, tornou-se exclusiva da TV Globo. Com obras desde *Terra Nostra* (1999) até *Na Forma da Lei* (2010). Desde então, Arósio abandonou a carreira de atriz e vive longe das telas, tornando-se quase um mito. Em um depoimento, da época, declarou a importância de Hilda em sua carreira e no quanto foi cativada pela personagem. “A grande liberdade que ela se permitia. A Hilda era completamente livre para amar, se expressar e, me parece ser o que cativou todo mundo. E também, há uma pontinha de inveja, pois todos nós queríamos ser um pouco assim.” são palavras da intérprete.

A trama se inicia no interior de Minas Gerais, em Santana dos Ferros, onde são apresentados três jovens: Malthus, o santo; Roberto, o revolucionário comunista; Aramel, o belo. Quando o caminho dessas figuras se cruza ao de Hilda, há um embate entre Malthus e a protagonista que tem como discussão algo bem frequente tanto na época, quanto nos dias de hoje: a defesa da moral e dos bons costumes.

No contexto do famoso governo dos ‘Cinquenta anos em cinco’, o enredo passa pelo início da ditadura em 1º de abril de 1964 e termina numa passeata por justiça social. O próprio dilema entre virtude e imoralidade são levados no cerne do enredo quando possuem representações como Malthus e Hilda, respectivamente.

Os motivos da protagonista não são compreendidos pela sociedade da época. O que leva uma jovem burguesa a abrir mão de uma vida de privilégios e riqueza para se tornar uma prostituta? Hilda Muller se tornar Hilda Furacão é um mistério à parte. Desde o primeiro capítulo, a minissérie busca ambientar o seu público trazendo a tona o cenário social e político com citação ao presidente do Brasil, Juscelino Kubitschek, e na frase proferida pelo narrador Roberto: “nessas ruas com cheiro de jasmim e gás lacrimogêneo”, uma possível referência a repressão policial.

Tanto o texto de Drummond quanto a minissérie de Perez, são lotados de referências a grandes figuras importantes e intrinsecamente ligados à política do período em que se passa. Seja ao sempre citar a revolução comunista desejada por Roberto, o sonho americano de Aramel, personalizado nos astros de Hollywood ou embate entre o velho e novo modo de vida, a ditadura varguista e a tão recente democracia.

O Estado brasileiro da década de 1950 e início dos anos 1960 foi marcado por profundas transformações sob o comando de dois presidentes: Juscelino Kubitschek e Jânio Quadros. O governo Kubitschek (1956-1961), bastante citado pelos moradores de personagens, ficou conhecido como o "Plano de Metas", um ambicioso projeto de desenvolvimento nacional que impulsionou a industrialização, a construção de infraestrutura e a modernização do país. No entanto, apesar do grande salto econômico, o governo Kubitschek também teve seus custos. A alta inflação e o endividamento do Estado se tornaram os principais desafios da época.

Em 1961, Jânio Quadros assumiu a presidência com um discurso de ruptura e promessas de moralização da política. No entanto, seu governo durou apenas sete meses, marcado por medidas populistas, autoritarismo e instabilidade política. A renúncia de Jânio Quadros abriu caminho para a posse de João Goulart, o vice-presidente. Goulart, conhecido como "Jango", enfrentou forte oposição desde o início de seu governo. Sua ligação com sindicatos e movimentos populares, geraram grande apreensão entre os setores conservadores da sociedade brasileira.

Em um contexto de intensa polarização política e crise econômica, o Congresso Nacional aprovou o Ato Adicional à Constituição de 1946, instaurando o parlamentarismo em 1961. Essa medida visava limitar os poderes do presidente e conter a influência de Goulart. O parlamentarismo, no entanto, não durou muito. Em 1963, um plebiscito popular decidiu pelo retorno ao presidencialismo, e Goulart reassumiu seus poderes plenos.

As medidas reformistas de Goulart, como a reforma agrária e a nacionalização de empresas, intensificaram a oposição dos setores conservadores e militares. Em 31 de março de 1964, um golpe militar liderado pelo General Humberto de Alencar Castelo Branco derrubou o governo de Goulart e deu início à Ditadura Militar, que perdurou por 21 longos anos. O Golpe Militar de 1964 marcou o fim da democracia no Brasil e o início de um período de repressão política, censura e violações dos direitos humanos. A produção da série sofreu certas contestações para sair do papel, por conta do período que retratava. Roberto Drummond contou para a Folha de São Paulo, em 1998, que os militares se negaram a ceder objetos e armas que foram usadas em

1964. Um general da divisão militar de Minas Gerais o questionou: "Você escreve uma minissérie sobre uma prostituta e sobre um padre que trai seus juramentos e quer envolver as Forças Armadas?".

A Ditadura e a opressão militar se tornam quase personagens no romance, integrando-se à ambientação da minissérie, sendo até mesmo a data de início do regime uma possível referência na obra. O grande mistério que envolve Hilda é o motivo pelo qual ela abandona sua vida burguesa para ir à Zona Boêmia, prometendo esclarecer tudo em cinco anos, no dia 1º de abril de 1964. A revolução de costumes, buscada pela personagem de Arósio e vivida pelos coadjuvantes, também se reflete no próprio cenário, já que o período entre as décadas de 50 e 60 foi marcado por manifestos e panfletos que retratavam o processo de mudança pelo qual o país passava.

O conflito de gerações tornou-se inevitável: pais e filhos não mais se entendiam, e o sonho de muitos jovens era fugir de casa e viver livremente em um mundo de paz, amor, liberação sexual e autonomia existencial. Nessa ânsia por liberdade, entendida aqui no sentido que o vocábulo revolução expressa, está não somente a figura da majestosa Hilda, que adota um comportamento subversivo e radical, mas também a participação das personagens Malthus, Aramel e Roberto Drummond (CALEGARI, 2009, p. 105).

2. 2. RECEPÇÃO PÚBLICA

Com temas delicados, recheados de críticas à política e a sociedade, é crucial entender como a obra foi recebida pelo grande público, pois a sua primeira exibição foi no canal aberto da Rede Globo, a TV Globo. Sendo transmitida após as 22h, *Hilda Furacão* (1998) teve média de audiência de 32 pontos de Ibope, onde cada ponto equivale a cerca de 80 mil telespectadores da Grande São Paulo⁵. Até a reprise⁶ do seu capítulo final possuiu uma audiência de 31 pontos, alta até para o período. Os jornais acompanharam toda a produção da trama. Desde antes do envolvimento de Perez ou Arósio, o interesse era percebido nas páginas que chegavam a narrar até o dia a dia dos atores em set, assim como a exaustão da atriz principal que se dividia entre emissoras. Algumas edições chegam a citar o também ator Matheus Nachtergaele que interpretou o travesti Cintura Fina.

⁵ Informação retirada de um texto de 1998 da Folha de São Paulo, onde afirma que a própria novela das 8 da época, *Torre de Babel*, passava por dificuldades para alcançar números grandes de audiência.

⁶ É comum a TV Globo realizar uma retransmissão do último capítulo de suas obras um dia após o final. *Hilda Furacão* (1998) foi finalizada em 23 de junho e, então, seu capítulo final foi reprisado no dia 24 de junho de 1998.

Em um artigo para o Jornal do Brasil (RJ), em 1998, Artur Xexéo, jornalista e dramaturgo, escreveu: “Se é pra falar de teledramaturgia, a Globo está dando banho em outro horário, já no fim de noite, com Hilda Furacão. Parece minissérie de antigamente. Reconstituição de época no capricho, trilha sonora deliciosa, elenco afiado, trama envolvente, direção competente.”

No entanto, nem tudo são críticas e números positivos, pois a minissérie sofreu represálias mesmo após ser lançada. O Partido Social Democrático (PSD) do Rio de Janeiro solicitou a suspensão da série limitada argumentando que, por citar o Partido Comunista Brasileiro (PCB), a obra quebrava a regra de ser uma alusão a um partido político, pois era período eleitoral. Segundo o PSD, “a exaltação (da minissérie) pode levar o eleitorado a confundir o PCB do romance com o atual PCB, que participa da eleição de 1998”. O Tribunal Superior Eleitoral (TSE), no entanto, negou a suspensão, exaltando o fato da minissérie não possuir correlação com a atualidade, apenas exibindo fatos históricos que ocorreram na década de 1960. A emissora precisou enviar um representante ao Tribunal Regional Eleitoral (TRE), pois o partido, embora negado, não desistiu tão fácil de retirar a citação ao partido comunista.

2. 3. ECOSSISTEMA DA REDE GLOBO

Além da exibição na TV aberta, Hilda Furacão (1998) teve reprise, uma versão resumida para DVD e lembrada em um quadro chamado Novelão do programa Vídeo Show, em 2015. Foi vendida para mais de dez países como México, Portugal e Rússia. Pelo Canal Viva, foi reexibida em 2010 e 2013. Assim sendo, dentro do Grupo Globo, passou por diversas divisões, com finalidades e públicos distintos.

A TV Globo, canal original, foi fundada em 1965 por Roberto Marinho, e é a maior rede de televisão da América Latina e a segunda maior do mundo em alcance, atrás apenas da americana ABC. As telenovelas da Globo se tornaram um dos maiores sucessos da emissora e um dos principais produtos culturais brasileiros, ditando tendências de moda, comportamento e linguagem, exercendo uma forte influência na sociedade brasileira. Por ser uma emissora aberta, ou seja, gratuita, presente em todos os estados brasileiros, o público também é mais amplo e geral. Embora a audiência esteja em queda por conta dos novos concorrentes globais, na época em que Furacão foi transmitida, os números de hoje (média de 20 pontos) eram o dobro e a

sociedade debatia temas relevantes baseados na teledramaturgia em grande parte, com a obra do momento sendo exibida na TV Globo.

Já o Canal Viva, inaugurado em 2010, se consolidou como um destino das reprises de grandes sucessos da TV Globo. Além de reexibir novelas, minisséries, seriados e programas de variedades, o canal revive memórias através de uma curadoria cuidadosa e também possui produção própria de programas que celebram a nostalgia e a história como "Reviva", "Damas da TV", "Viva o Sucesso" e "Rebobina". Cada reprise é uma oportunidade do público revisitar ou conhecer tramas marcantes, atores e produtos culturais. Hoje, possui um canal no Youtube com mais de 2 milhões de inscritos, que contém cenas cortadas e vídeos com as reações de atores a determinado trabalho. Por ser uma emissora fechada, o número de espectadores é reduzido quando comparado a sua irmã de tv aberta, porém um dos mais vistos da tv a cabo. Em sua concepção tinha as mulheres como público alvo, porém, com pesquisas de 2011, essa visão foi sendo alterada.

"No primeiro trimestre de 2012, 83% do público já era formado por homens e mulheres com 25 anos ou mais", diz o Viva, depois de rever a sua estratégia inicial. Em 2014, inclusive, o canal alterou a programação visual com este mesmo objetivo – atender um público mais jovem do que se imaginava e de ambos os sexos. (STYCER, 2014, n.p.).

A partir de 2011, o cenário de hegemonia da TV Globo no mercado brasileiro começou a mudar com a chegada do primeiro serviço de streaming ao país: a Netflix. Com a adesão massiva do público, não apenas ao serviço da Netflix, mas também a outros que surgiriam em seguida, o grupo Marinho passou a expandir seu domínio, criando o Globoplay em 2015. Esse serviço de assinatura trouxe um grande acervo de produções e também transmissões ao vivo da TV. Desde o seu lançamento, a plataforma tem investido tanto em conteúdo original e internacional quanto em produtos já consolidados, como foi o caso de *Hilda Furacão* (1998), que foi adicionada em 2021. No entanto, a minissérie não ganhou destaque imediato, alcançando o topo dos mais assistidos apenas no início de 2024, graças ao impacto das redes sociais, especialmente o TikTok, e ao uso de vídeos verticais.

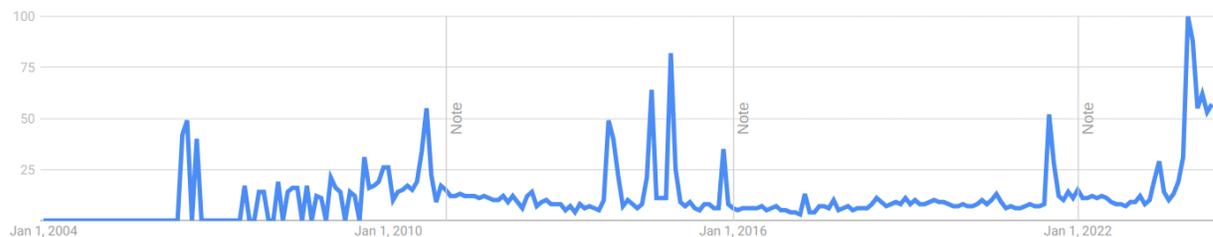
2. 4. REAPARECIMENTO DO FURACÃO

Após 25 anos da estreia, *Hilda Furacão* fez sua mais recente aparição, sem nenhuma reprise nova ou adição em alguma programação no aplicativo de mídia para criação e

compartilhamento de vídeos da empresa chinesa ByteDance. Lançado em 2016 com o nome Douyin foi comercializado internacionalmente com título Tiktok e a partir de 2018 se tornou o aplicativo mais baixado em vários países. Com o passar dos anos foi atraindo personalidades mundiais e é, até hoje, a rede social de crescimento mais rápido de todos os tempos. Atualmente, possui quase 2 bilhões de usuários ativos e o The New York Times o colocou como uma rede que está reescrevendo o mundo, pois ao contrário das redes tradicionais centradas em feeds de amigos, o TikTok apresenta um feed inicial chamado "For You", alimentado por algoritmos que aprendem com as interações do usuário para fornecer conteúdo personalizado e interminável. Isso facilita a criação e descoberta de conteúdos virais, desafiando as formas convencionais de engajamento nas redes sociais. A empresa por trás da plataforma, enfatiza sua abordagem baseada em Inteligência Artificial para criar vias de interação global, sinalizando uma mudança significativa no paradigma das redes sociais.

No final de 2023 e início de 2024, a busca pelo termo Hilda Furacão alcançou um pico de acordo com o Google Trends. Até mesmo no período das reprises e lançamento na Globoplay, 2010, 2013, 2015 e 2021 um valor tão alto não foi visto.

FIGURA 3 - Gráfico de pesquisa para o termo Hilda Furacão.



Fonte: Google Trends

A obra passou a reaparecer no radar dos brasileiros, mas desta vez, vinda primariamente de fora do país. Não por meio de transmissões na Globo Internacional ou por vendas para outros Estados, mas através das redes sociais. Cortes de cenas com legendas em inglês e espanhol, além de *fanedits* celebrando o casal protagonista, começaram a se multiplicar. Logo, o ressurgimento foi notado por agências de mídia locais, como jornais e revistas. A própria Rede Globo no seu

portal de notícias Gshow, possui uma matéria com o título: Personagem de Rodrigo Santoro em 'Hilda Furacão' vira meme internacional.⁷

Apesar do imenso potencial de uma rede como o TikTok, ainda há uma questão: como uma minissérie de 25 anos atrás conseguiu reaparecer e se tornar tão popular entre uma nova geração? Como descobriram Hilda e, mais importante, por que ela se tornou tão relevante novamente? Existem algumas teorias. De acordo com o Terra, o acontecimento pode estar relacionado a uma citação do ator Rodrigo Santoro (Frei Malthus) em um programa de televisão britânico de grande audiência, o *The Graham Norton Show*. No entanto, é difícil dimensionar o impacto dessa menção, considerando que Santoro já é um ator conhecido internacionalmente há bastante tempo. Além disso, a atriz Laura Linney, em uma entrevista no programa da BBC, mencionou que o melhor beijo cinematográfico de sua carreira foi com Santoro no filme *Simplesmente Amor* (2003). Esse trecho viralizou e pode ter levado muitas pessoas no exterior a buscar o nome do ator no TikTok, onde encontraram cenas da minissérie.

Já a Rádio Itatiaia ao questionar uma fã, atribui o sucesso ao “Efeito Fleabag” que destacou a semelhança entre a série brasileira e a premiada produção britânica, *Fleabag* (2016), onde também há um romance proibido entre uma mulher e um homem visto como figura divina, debatendo entre o sagrado e o profano. Esta inversão de papéis tradicionais na televisão chamou atenção na série da BBC e a transformou também em um fenômeno.

Mesmo sem uma resposta definitiva para a causa da explosão de popularidade, fica claro que a obra voltou a ser amplamente citada e conquistou fãs pelo mundo. A comunidade logo foi crescendo com pedidos de traduções dos trechos, *fanarts* e comentários virais em diversas redes além do TikTok, como é o caso do Twitter/X (Figura 4 e 5).

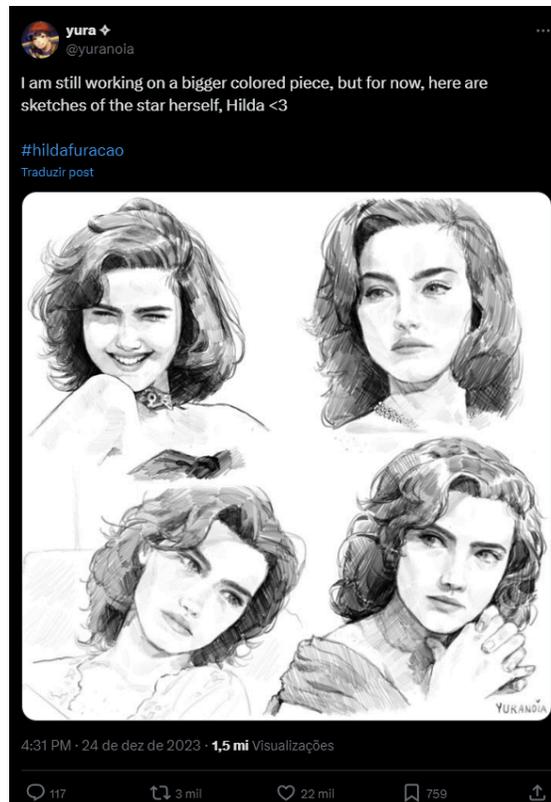
⁷ O artigo cita exemplos de materiais criados por fãs internacionais com esse público compartilhando desenhos, vídeos e outros conteúdos inspirados por Santoro como Frei Malthus. Além desse, cita outros fenômenos virais como o personagem Cuca do "Sítio do Picapau Amarelo" e o meme "Nazaré confusa", outros sucessos da cultura pop brasileira.

FIGURA 4 - Arte criada por fã com o primeiro encontro de Malthus e Hilda.



Fonte: idieForpie, Twitter/X. 2024.

FIGURA 5 - Arte criada por fã de Hilda Furacão.



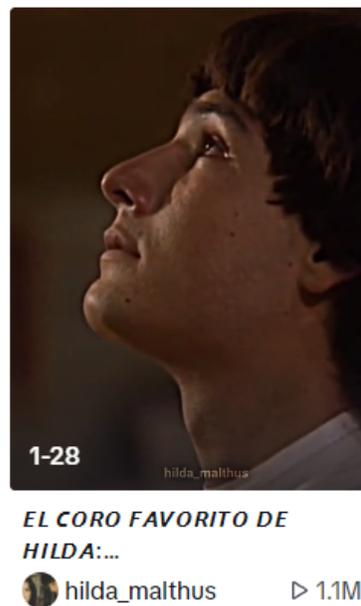
Fonte: yura, Twitter/X, 2023.

FIGURA 6 - Imagem de capa do vídeo HILDA FURACÃO QUEEN! no Tiktok.



Fonte: cybernickiminaj no Tiktok, 2023.

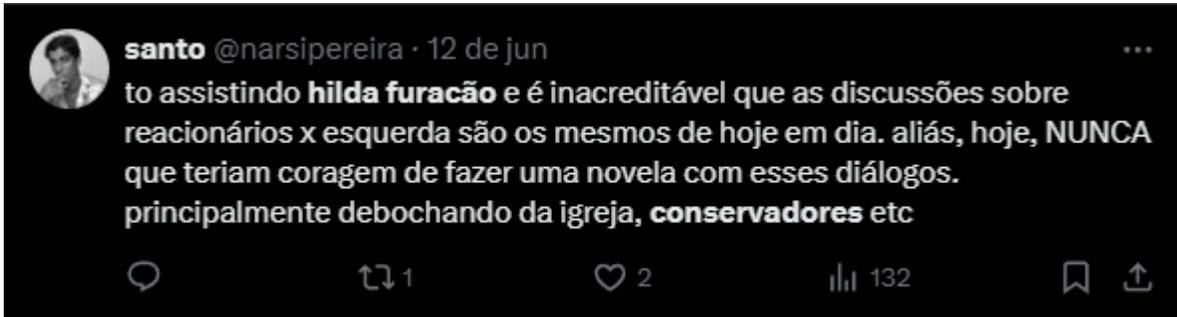
FIGURA 7 - Imagem de capa do vídeo EL CORO FAVORITO DE HILDA no Tiktok.



Fonte: hilda_malthus no Tiktok, 2024.

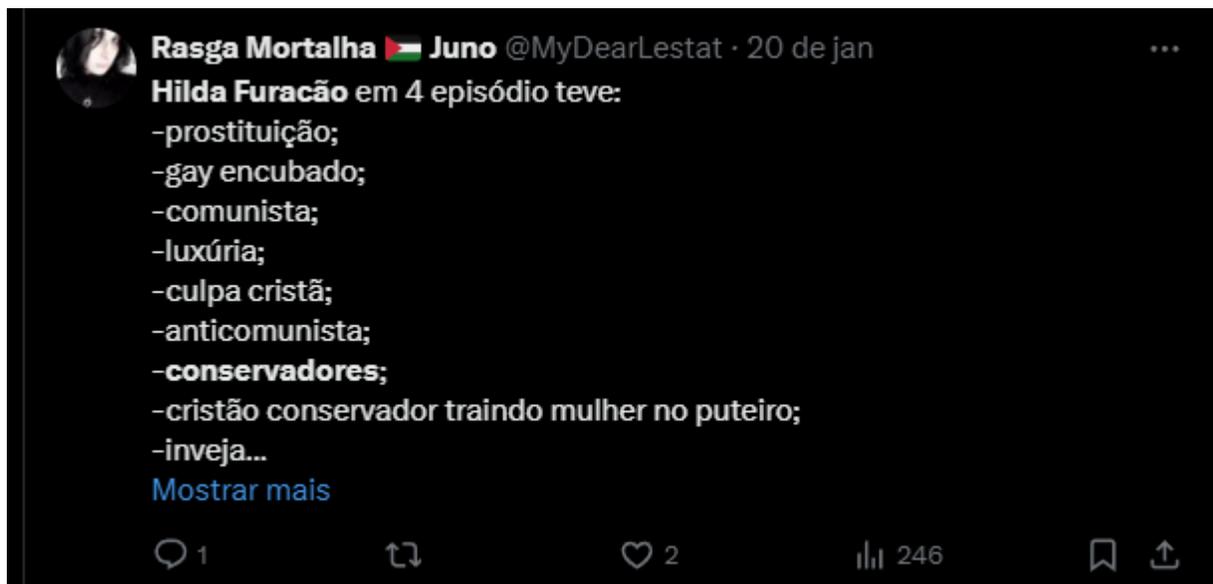
Em 2024, a repercussão de Hilda gera uma pergunta por parte do público brasileiro: “Como essa minissérie foi transmitida nos anos 90?” (Figura 8 e 9).

FIGURA 8 - Comentário com descrença quanto a exibição da minissérie nos dias de hoje.



Fonte: narsipereira, Twitter/X, 2024.

FIGURA 9: Lista feita por usuário(a) de rede social com os temas encontrados em Hilda Furacão.



Fonte: MyDearLestat, Twitter/X, 2024.

Afinal, foi um programa sensual, com uma mulher forte e assertiva com a sua sexualidade, com coadjuvantes da comunidade LGBT como Cintura Fina, mulheres fora do padrão e críticas a um regime político e à igreja. Com a nova ascensão do conservadorismo, não apenas no Brasil, se torna um questionamento para lá de bem vindo. Como fomos dessa aparente conquista de liberdade de discurso e de corpos para um novo enclausuramento? Por que a sociedade, ao contrário de Hilda, não se soltou definitivamente das amarras da moral e dos bons

costumes e parece fazer o caminho inverso? São questões que o novo público, advindo das redes sociais, traz.

3. VÍDEOS ANALISADOS

Ao buscar pela *hashtag* Hilda Furacão na rede social chinesa, TikTok, é possível encontrar mais de 7 mil publicações. Ainda mais, ao somar com a variação do termo sem acento tônico. Por conta dos métodos de filtragem e indexação da plataforma, é, apenas viável, três métodos de ordenação: Contagem de Curtidas, Relevância e Data de Publicação. Para esta pesquisa, o primeiro método foi escolhido por se tratar de um número real, sem a grande influência do algoritmo de recomendação por usuário, do aplicativo.

Em 2024, ao aplicar essa disposição, mais de dez vídeos possuem acima de 500 mil curtidas e incontáveis com mais de dois milhões de visualizações. A ferramenta não permite uma ordenação por visualizações, o que torna a contagem exata um pouco mais sensível. No entanto, por comparação com outras produções de sua época, as novelas Por Amor (1997) e Torre de Babel (1998), possuem pouquíssimas publicações e não têm vídeos com mais de 100 mil curtidas.

O TikTok possui como sua base de arquitetura de produto o *infinite scroll* (rolagem infinita), *feature*⁸ (funcionalidade) que se tornou popular no ocidente. Por conta do sucesso e perda de espaço para a rede chinesa, o Instagram e Youtube a implementaram em seus produtos com o Reels e Shorts, respectivamente. Com essa habilidade, os usuários sempre têm algo para ver a seguir e esse futuro é definido através do algoritmo de recomendação, se tornando personalizado para cada indivíduo, como é a ideia da aba *For You* (Para Você). Dificilmente, dois usuários terão os mesmos vídeos nas suas listas, pois depende de como é a interação com o aplicativo e das preferências demonstradas através de curtidas, comentários e tempo de permanência. Tudo isso acaba gerando um efeito de perda de noção de tempo, onde não há pausa e a liberação de endorfina é multiplicada, fazendo que o sujeito busque mais e mais de determinado conteúdo e sensação. Em uma matéria para a BBC, o especialista Matthew Brennan, indica que a forma de consumo de mídia não deve voltar ao que era antes: "Eu realmente acredito que os vídeos curtos são um novo paradigma para consumir conteúdo da internet. E é uma grande mudança de comportamento. É algo que vai durar muito tempo".

⁸ Uma *feature* (ou funcionalidade) em uma aplicação é uma característica ou ferramenta específica que oferece uma função ou serviço particular aos usuários. As *features* são projetadas para atender às necessidades dos usuários e melhorar a experiência geral com a aplicação, permitindo que realizem tarefas específicas, acessem informações ou utilizem recursos de maneira eficiente. Cada *feature* contribui para a utilidade e a atratividade da aplicação, ajudando a distinguir o produto final.

Tendo isso em vista, o termo Hilda Furacão, também, anda lado a lado da *hashtag* Ana Paula Arósio, com diversos conteúdos sendo dedicados à caracterização, entrevistas da atriz e cortes de cenas com a protagonista da minissérie em foco. Não é um movimento inesperado, já que ela faz parte da produção. No entanto, o material desses vídeos vai além ao citar movimentos artísticos como Art Deco e estar recheado de comentários com citações a figuras marcantes da cultura popular. É como se trouxesse de volta referências que estiveram presentes na minissérie sem precisar exibi-las, mostrando o quanto a obra é interligada ao seu período. Os usuários reforçam algo que já era amplamente discutido na produção original, porém, em 15 segundos ou um pouco mais. Neste capítulo, discutiremos sobre alguns dos temas que a peça original produziu e hoje são lembrados ou ressignificados nos vídeos verticais curtos publicados no TikTok. Aqui, a análise terá como objeto uma coletânea dos dez primeiros vídeos mais curtidos e dividida por tema, abrangendo a utilização de músicas, a nostalgia como potencializador e a relevância de tradução. Além de, notar a presença de outros públicos como é o caso do mais jovem e do internacional, afinal, o reaparecimento da produção foi um fenômeno, inicialmente, externo, como já vimos.

3. 1. O EFEITO VIDEOCLÍPE

Uma das características mais conhecida no mundo dos *fanedits* são os cortes sincronizados com uma música de ritmo acentuado, demarcado. Tornou-se algo tão comum com o compartilhamento de vídeos na internet que hoje, é quase um formato padrão, com até alguns softwares com ferramentas para que seja feito de forma automática. As prévias mais recentes, de filmes com amplo apelo popular, divulgadas por grandes estúdios, estão seguindo a fórmula. Como é o caso do primeiro trailer do sucesso *Barbie* (2023) com uma amálgama de várias canções, *Cinquenta Tons de Cinza* (2015) com *Crazy in Love* de Beyoncé, *M3gan* (2022) com *It's Nice to Have a Friend* de Taylor Swift, *Pantera Negra: Wakanda Forever* (2022) com *No Woman No Cry* e *Alright*, de Tems e Kendrick Lamar. A estratégia de aliar uma música conhecida a um material promocional é amplamente usada pela indústria publicitária seja em peças mais tradicionais, seja em branded content como, por exemplo, VW 70 anos, o material comemorativo da Volkswagen no Brasil e McDelivery empregando *Hungry Eyes* de Eric Carmen.

Com o passar dos anos, a internet foi reconhecendo o potencial da música como algo crucial para suas plataformas. Redes como MySpace, Vine, Snapchat e Musical.ly surgiram e perderam relevância com o tempo, mas todas entenderam, de certa forma, o papel fundamental da repetição e da criação contínua de novos produtos a partir de um original. Nesse contexto, a música e os sons desempenharam um papel central, permitindo a criação e recriação de conteúdos que se tornaram virais. MySpace surgiu em 2003, já foi a rede mais popular do mundo com 300 milhões de usuários e promovia, majoritariamente, divulgação de músicas. Permitiu que os usuários criassem perfis personalizáveis que destacavam a música. Já os artistas podiam fazer upload de músicas, EPs e álbuns diretamente em suas páginas. Tal conexão fornecia um senso de comunidade entre músicos e fãs. Recursos como "Grupos" e "Bulletins" permitiram que os usuários se conectassem com base em interesses musicais e locais geográficos compartilhados.

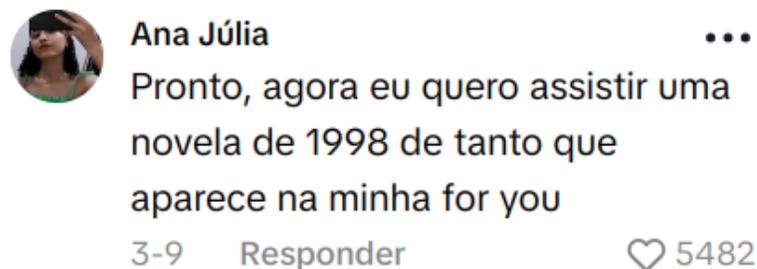
Em 2012, veio à tona o Vine, um aplicativo de vídeos curtos que possibilitou sobreposição de canções licenciadas e impulsionou a sincronização da música aos vídeos, com transições suaves entre trechos a partir do recurso *Snap to Beat*. O Snapchat (2011) também se tornou muito popular com ferramentas semelhantes permitindo um aprimoramento do storytelling dos vídeos e imagens a partir da seleção de músicas. Já o Musical.ly, lançado em 2014, utilizou o *lip sync* (sincronia labial) para dublagem de uma ampla biblioteca de músicas, filtros e duetos entre contas para fortalecer sua base de usuários. Em 2017 foi comprado pela Byte Dance e, hoje, o mundo o conhece como TikTok.

Essas plataformas se tornaram ferramentas que expandem as possibilidades para o usuário comum, que geralmente não tem experiência prévia com edição, pois facilitam e automatizam a criação de conteúdo com apenas alguns cliques. Aliados a repetição de trechos, com músicas extremamente populares, que dominam a plataforma por dias ou semanas, a retenção de usuários só aumenta. Além do audiovisual, a indústria da música vem se transformando. De acordo com Josie Zimmerman em *The 'Tiktokification' of modern pop music: How Tiktok changed the music industry*: "Alguns clipes soam tão bem que os ouvintes se sentem motivados a transformá-los em uma dança ou a combiná-los com uma cena de um filme ou programa que combine com a vibe da música."

Desde 1975, de acordo com o New York Times, existem *fanedits*, mas o Youtube catapultou e expandiu bastante o alcance e popularidade do material. Há grandes diferenças entre os formatos das plataformas e suas formas de consumo. Enquanto na subsidiária da Google, o

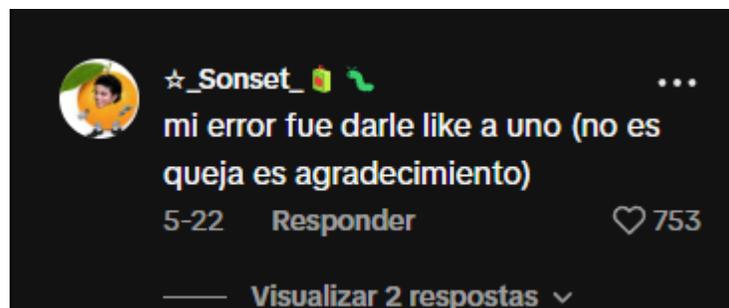
conteúdo padrão tende a ser longo, sem limite de tempo imposto, na horizontal, com os vídeos criados por fãs, geralmente, tendo a duração da música escolhida, o TikTok traz o oposto. São materiais curtos, com apenas trechos da música, na posição vertical. Além disso, no Youtube, o conteúdo seguinte pode vir através de uma lista lateral, onde o usuário escolhe ou com reprodução automática, com conteúdos semelhantes. No TikTok, a lógica de rolagem infinita é massivamente aplicada e a escolha está, em grande parte, na mão da aplicação e do algoritmo personalizado. Algo que antes partia da busca ativa de um fã por um vídeo da sua série ou filme favorito, tornou-se cultural na aba *For You* do TikTok. Vale ressaltar, também, que grande parte dos áudios desses vídeos são com canções em língua inglesa.

FIGURA 10 - Comentário em vídeo sobre interesse em assistir Hilda Furacão.



Fonte: Vídeo “Não ficou sincronizado mas é isso” no perfil mrluzs no Tiktok, 2024.

FIGURA 11 - Comentário, em espanhol, em vídeo. Tradução: meu erro foi dar like em um (não é queixa é agradecimento)



Fonte: Vídeo “Rosa que linda eres” no perfil anvllers no Tiktok, 2024.

É possível notar, então, que há uma temática predominante nessas edições: a presença da sensualidade, o sex appeal. Nove dos dez vídeos de Hilda Furacão mais curtidos na plataforma

chinesa têm diversos aspectos que denotam e fortalecem a visão de uma mulher sensual, proibida e, ao mesmo tempo, cativante como tanto a personagem quanto a atriz eram vendidas pela mídia da época. São canções com letras como “Eu e o demônio / Andando lado a lado”, “Rosa, que linda és”, “Oh, eu não posso explicar / Toda vez é a mesma coisa / Oh, eu sinto que é real / Pegue meu coração / Eu tenho estado sozinho por muito tempo” / “Não sou sua / Não sou um dos seus brinquedos / Não sou sua / Não diga que eu não posso sair com outros”, entre outras. Boa parte da música que tem um bom desempenho na *hashtag* foi modificada levemente, seja acelerada ou desacelerada - uma técnica que também era usada no YouTube, onde os criadores tentavam contornar a censura de direitos autorais da plataforma.

Além da objetividade das palavras, os *closes* em Hilda, a velocidade mais lenta e os cortes bem demarcados preenchem o vídeo com momentos suspensos no tempo, hipnotizantes por serem movimentos alongados, mais emocionais, algo próximo do melodrama. Na sessão de comentários, as percepções costumam ser similares, sempre exaltando a beleza de Ana Paula Arósio e, conseqüentemente, da personagem. “Essa mulher é um Furacão” foi dito por Cintura Fina, mas pode resumir grande parte dos escritos. Unindo-se a tudo, a ideia, aqui, não é exatamente realizar um estudo sobre determinada personagem ou figura, mas fazer surgir o interesse por quem nunca viu determinada obra ou fornecer um agrado visual para quem já a conhece. Em inglês, usa-se um termo conhecido como *thirst traps*, ou seja, postagens “armadilhas” que chamam atenção do público por ser sexualmente atrativa. É uma prévia, uma peça publicitária, no sentido de vender um conceito ou produção, mas sem ter, exatamente, a intenção de sê-lo. Feito por fãs e para fãs reais ou potenciais.

3. 2. VELHO? NÃO, VINTAGE

Aliado aos traços angelicais da protagonista, o interesse pela dicotomia de sua moralidade, a ideia de retomada ao passado, de lembrar um tempo que não volta são características que deixam esses vídeos confortáveis, seguros. A internet, sempre foi um grande potenciador para quem busca esses sentimentos. Por ser um arquivo enorme de acesso facilitado, a certa medida funcionando como uma Biblioteca de Alexandria, sempre atualizada pelos usuários, as inúmeras formas de conteúdo histórico e atual, mantém contato com a cultura visual,

passada, presente e futura. Futura pois, o espaço virtual tornou-se o grande impulsionador das grandes tendências e, algumas delas, retomam ou ressignificam o que já foi.

Na moda, o passado volta em círculos, revivendo tendências e as ressignificando. Na televisão e no Cinema, o cenário também parece seguir esse padrão e hoje, possui um grande representante, com a Netflix. O streaming além de ter ressuscitado séries antigas, nos últimos anos, também vem apelando pela adição de referências a conteúdos e décadas passadas. Foi a primeira grande empresa de mídia a notar esse movimento e aproveitá-lo, principalmente pós-pandemia global. Entre a lista de produções mais visualizadas da plataforma em um ano, no ranking da Nielsen, a série *Suits* (2011) bateu o recorde de *The Office* (2005), em 2023. A trama sobre advogados teve um total de 57.7 bilhões de minutos assistidos enquanto a obra de comédia, 57.1 bilhões.

A demanda pelo passado e, principalmente, por séries mais longas, com episódios semanais, é algo visível quando uma produção desta categoria entra no streaming mais popular do mundo e se torna uma das mais vistas. De acordo com Baschiera e Caoduro, *revivals*, modas vintage, fenômenos retro, skeumorfismo⁹ e remediações são onipresentes em um cenário cultural cada vez mais digital. A inclusão de elementos do passado nos ambientes digitais atuais cria um espaço tanto para desejos nostálgicos quanto para a recriação de mídias e técnicas analógicas. Os estilos culturais nostálgicos possuem uma forma e função muito específicas, como o filtro sépia no Instagram, técnicas de coloração vintage em filmes, ou objetos de mídia antigos que decoram bares de *retro-gaming*. Até mesmo, o ressurgimento de fotos analógicas em postagens de redes sociais. Esses estilos têm a intenção de imitar ou simular estéticas do passado de maneira nostálgica, mas não necessariamente provocam nostalgia no público. No entanto, os estilos culturais nostálgicos frequentemente se entrelaçam com a tecno nostalgia e a nostalgia midiática.

Nove dos dez vídeos mais curtidos sobre Hilda Furacão (1998), no Tiktok, envolvem expressar uma sensação de belo aliada ao antigo e ao clássico, seja na figura da mulher, seja nos aspectos de uma obra audiovisual do passado. Além dos já citados *closes* e músicas emulando um jogo de conquista, há a chamada formação de *aesthetic* (estética, em tradução literal), transparecendo nas cenas e notada nos comentários. Estética é uma forma de conexão com o

⁹ No design de interfaces, Skeumorfismo é um conceito que se refere à prática de criar elementos digitais que imitam objetos do mundo real. A abordagem busca tornar interfaces digitais mais intuitivas e familiares para os usuários, utilizando elementos visuais que lembram materiais ou objetos físicos, como madeira ou metal, e incorporando detalhes como sombras e gradientes. Um grande exemplo é o ícone de lixeira de um sistema operacional, que representa a ação de excluir arquivos.

mundo, com a percepção. Hoje, no ambiente virtual, a hashtag #aesthetic é uma palavra-chave amplamente utilizada, com milhões de visualizações em várias redes sociais. No TikTok, por exemplo, são mais de 37 milhões de publicações associadas a essa hashtag. No entanto, nem toda produção precisa carregar esse carimbo para ser considerada parte dessa categoria. Existe, na comunicação online, um véu que une significantes imagéticos, criando uma estética específica que busca transmitir um significado. A depender do propósito da rede, são textos, vídeos e imagens em colagem ou sucessão, que fornecem ao usuário a ambientação, a preparação ou já o próprio conteúdo.

Uma plataforma bem conhecida no círculo de fãs e, também na divulgação do chamado *aesthetic* é o Tumblr, rede que chegou a 100 milhões de usuários, similar aos blogs, Wordpress, Blogspot, une o formato base — postagem de textos, músicas, vídeos, imagens, ao *microblogging*, um sistema onde a mensagem passada é mais curta, rápida e de impacto como é o caso do Twitter/X. Em seu auge, em 2014, as conhecidas como *tumblr girls* dominaram a *timeline* da ferramenta. A revista Vogue em sua matéria cunhada *The 2014 Tumblr Girl Is Back* descreveu como era esse estilo protagonizado por uma garota combinando leggings metálicos, gola Peter Pan, shorts de jeans sobre meias e botas *combat* da marca Doc Martens. As postagens dessa estética *grunge* eram frequentemente marcadas por fotos de baixo contraste, e muitos usuários exibiam suas coleções de discos de vinil, como o álbum "AM" da banda Arctic Monkeys, Lana Del Rey e Lorde. Esses símbolos geraram uma forte associação entre a imagética formada e quem era usuário da rede. Assim como as músicas, as emoções enormemente citadas nessas postagens eram a tristeza, melancolia e pessimismo — pontos bem presentes no Romantismo Europeu e na figura do Lord Byron. Já em 2020, no meio da pandemia de Covid-19, essa combinação voltou a ser revisitada, o que não é uma surpresa visto o período de isolamento em questão.

Para Krystine Batcho, professora de psicologia especializada em nostalgia na Le Moyne College, esses fenômenos são esperados. Mudanças significativas na vida, sejam elas positivas — como trocas de carreira, casamentos ou mudanças de residência — frequentemente acompanham sentimentos de saudade, um desejo de retornar a um tempo em que as coisas pareciam mais simples e menos ameaçadoras. A solidão também intensifica esse desejo. Batcho observa: "A vida que conhecíamos há um mês pode nunca mais se manifestar da mesma forma. De fato, sentimos uma profunda vontade, se não de mais nada, de visitar esse passado."

O Tumblr impulsionou o termo *aesthetic* trazendo colagens de imagens com *closes*, paisagens, letras de música ou citações literárias para simbolizar sobre o que determinada postagem se tratava. Os usuários usavam essa coletânea de possibilidades e criavam as apresentações de conteúdo como filmes, bandas, séries e livros. Todos com a intenção de denotar, simbolizar sobre a essência de um determinado objeto cultural. É a maneira virtual de criação de *moodboards* (painel de sentimento) com figuras estáticas e unidas para a difusão de uma percepção.

Flourish Klink, pessoa fundadora do podcast *Fansplaining*, com um mestrado em estudos comparativos de mídia pelo MIT e consultoria para grandes franquias sobre culturas de fãs e estratégias, explica:

“Fandoms do Tumblr tendem a ser muito mais visuais do que outros fandoms. Muitas vezes, percebo que essa é a parte mais difícil do Tumblr para pessoas que não estão familiarizadas com a plataforma. As linguagens visuais em uso no Tumblr são tão significativas e complexas quanto qualquer gíria ou interação textual no Twitter.” (KLINK, 2020, p.4)

No caso de Hilda, em outra plataforma, há a adição do audiovisual como unidade na amplificação de uma estética de época. O belo clássico, com a graça e maneirismos equilibrados da protagonista, é uma sensação que se une a essa característica e a potencializa. O senso estético da direção, a moda e até mesmo a renderização da imagem, por conta das limitações dos equipamentos de captura da época, evocam uma sensação de conforto de uma época que não volta mais. Isso acaba sendo contraditório, pois o período pelo qual o mundo, e especialmente o Brasil, passava nos anos 50 não era exatamente aconchegante ou livre de preocupações. A mente, juntamente com as memórias, frequentemente engana ao idealizar o passado, carregando-o com um sentimento nostálgico que nem sempre corresponde à realidade.

Há, então, um amplo debate sobre o papel da nostalgia na psique humana, incluindo discussões se seria um sentimento ou uma característica. Tim Wildschut e Constantine Sedikides, estudiosos em psicologia social, a conceituam como uma emoção que busca aliviar sentimentos negativos, como a solidão, e, assim, aumentar a percepção positiva sobre atributos pessoais, conferindo um significado existencial à vida e promovendo a conexão entre as pessoas. Quando sentimentos desadaptativos ou estímulos externos, como música ou imagens, são acionados, atua como um recurso homeostático, reduzindo possíveis danos e, conseqüentemente, elevando a autoestima, o sentido de vida e a conectividade social.

A nostalgia na internet não é uma prática arqueológica, baseada em memórias fiéis, mas uma reinterpretação intensa, mediada por estados emocionais e imaginação. Ela se transforma em um veículo capaz de nos transportar para diversos lugares, funcionando como uma ferramenta para viajar no tempo e no espaço. Essa sensação de retorno a um modo de vida que já não existe se intensificou durante a pandemia, quando o mundo se viu confinado às suas casas. Com os sets de produção em pausa, a solução foi voltar os olhos e a mente para o que já havia sido, buscando um consolo nas lembranças do passado.

No entanto, vai além do espaço físico e do material final, é um saudosismo a escrita da época, a ambientação e o aspecto de antigo. Existe o escapismo nessas práticas, com métodos alternativos de relacionamento com a realidade assim como a necessidade de reconfigurar o real se transforma em uma tentativa de manipulá-lo, controlá-lo e guiá-lo. O poder de transformar uma cena, criar uma figura idílica na palma da mão através da repetição é potencializar ainda mais o enaltecimento do passado, quando falamos de Hilda Furacão.

Em diversas manifestações artísticas, a representação do corpo feminino tem lugar de destaque. Ela é símbolo de um ideal, distante e inacessível, objeto que transcende. A alegoria moderna está destituída de uma aura e a mulher aparece como ruína do ideal anterior. A ruína incorpora o que já foi, um estado melancólico do que poderia ter sido, e ainda o que está por vir. (ALVES, 2010, p. 3)

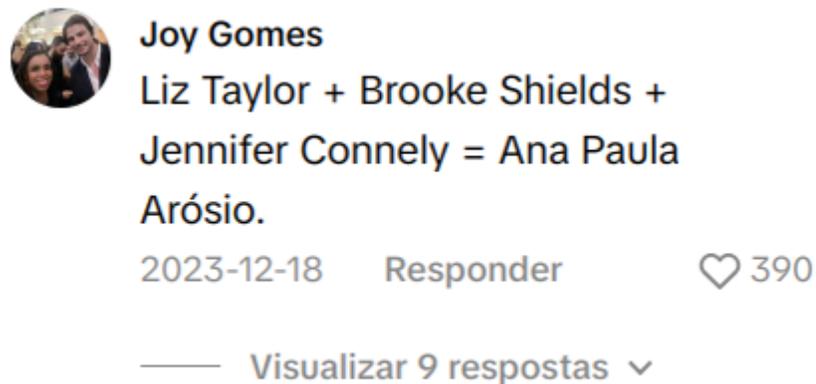
A direção de arte da minissérie usa e abusa da importação do glamour hollywoodiano, trazendo uma ideia de sensualidade para as figuras femininas da produção, inspiradas em Marilyn Monroe, Elizabeth Taylor — os comentários dos vídeos também percebem o movimento. As roupas, a velocidade com o que os movimentos são capturados, ressoa em Hilda, a altivez, a gerência dessas personalidades. Ana Paula Arósio tem, também, aspectos físicos que a aproximam do ideal de beleza dos anos cinquenta, com linhas arredondadas no rosto, a sobrelanceira e o olhar bem marcado. A transição pela qual a personagem passa ao sair de casa a deixam ainda mais interessante imagética pois foge da moral monocromática.

FIGURA 12 - Comentário em vídeo com comparação com Marilyn Monroe.



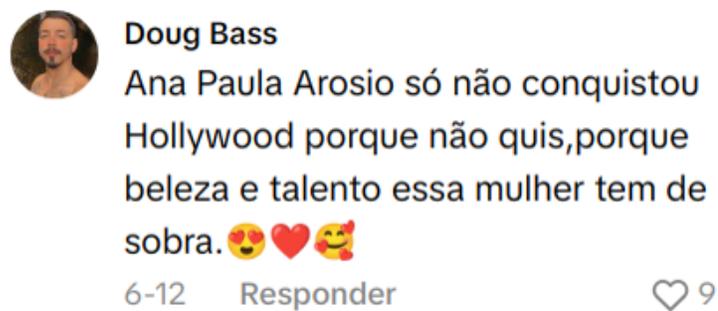
Fonte: Vídeo “a maior” no perfil barretoedits no Tiktok, 2024.

FIGURA 13 - Comentário em vídeo sobre Ana Paula Arósio.



Fonte: Vídeo “Hilda Furacão (1998)” no perfil raendn no Tiktok, 2023.

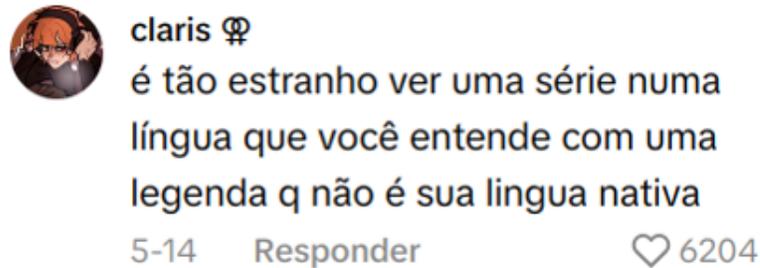
FIGURA 14 - Comentário sobre Ana Paula Arósio e Hollywood.



Fonte: Vídeo “rosa que linda eres” no perfil anvllers no Tiktok, 2024.

3.3. I DON'T SPEAK PORTUGUESE

FIGURA 15 - Comentário em vídeo relacionado a língua nativa da minissérie.



Fonte: Vídeo “MOTHER OF ALL MOTHERS” no perfil asthelby no Tiktok, 2024.

“É tão estranho ver uma série numa língua que você entende com uma legenda que não é a sua língua nativa” é um comentário, entre outros de mesma temática, com mais de seis mil curtidas na *hashtag* Hilda Furacão. A minissérie brasileira, como já dito neste trabalho, recentemente, alçou voo em território internacional e ocorreu uma ação que os falantes de língua portuguesa não estão muito acostumados: pedidos de tradução. Na maioria das vezes, o movimento é contrário, onde o produto midiático vem de forma externa, importada, e o público do Brasil clama por legenda ou dublagem.

No período dos filmes mudos, intertítulos e legendas eram usados para transmitir diálogos e narrações. Esses textos apareciam entre as cenas para fornecer contexto ou explicar as ações dos personagens. Com o surgimento dos filmes falados, surgiram desafios para alcançar audiências internacionais devido às barreiras linguísticas. Isso levou ao desenvolvimento de legendas modernas, que aparecem na parte inferior da tela, permitindo que o público siga o diálogo sem perder os elementos visuais e sonoros do filme. A criação e exibição de legendas evoluíram com os avanços tecnológicos. Inicialmente, as legendas eram pintadas diretamente no filme e, mais tarde, projetadas usando equipamentos especializados. Com a era digital, surgiram legendas geradas por computador, facilitando a edição, formatação e sincronização, garantindo uma integração mais precisa e eficiente com os elementos audiovisuais do filme.

A legendagem pode ser dividida em dois grupos: abertas ou fechadas (closed caption). As primeiras são inseridas antes da imagem de forma química ou eletrônica.

É aquele tipo mais conhecido, ou seja, é a tradução, na língua de chegada, em forma de código escrito, dos diálogos de um filme ou programa de TV em língua estrangeira. É o tipo de legenda mais conhecido, pois é aquele utilizado nos cinemas, nos vídeos e nas televisões brasileiras. (SANTIAGO, 2012, p. 2)

Já as fechadas servem para descrever, servindo como recurso de acessibilidade para quem possui problemas auditivos, pois reproduz o que é falado quando o som não está audível.

Em 2000, em uma matéria para a Folha de São Paulo intitulada “Legendagem de programas ainda é pouco utilizada na TV brasileira”, Cristian Klein fala sobre o sistema *closed caption* e de como ainda era uma novidade no cenário nacional, embora já houvesse sido lançado a décadas, internacionalmente. Em programas ao vivo, os estenotipistas — especialistas que transcrevem texto na velocidade da fala — utilizavam uma máquina específica que facilitava o processo e tinha o auxílio de um programa de computador realizando buscas no dicionário. Existiram estudos para trazer legendas para as novelas, porém, como a finalização de um capítulo poderia se dar horas antes de ir ao ar, o tempo seria um fator de risco.

Produções serializadas vinham ao cenário nacional, em grande parte, pela tv a cabo e o método principal de tradução era a legenda. No entanto, fora do meio tradicional, as obras demoravam meses ou anos para chegarem no território brasileiro. Foi nessa época, nos anos 2000, que surgiram grupos de pessoas que cumpriam a função de modo informal e voluntário. Formados majoritariamente por fãs, possuíam estrutura própria como regras de formatação, revisão dupla, divisão de trabalho, funções e até subequipes, responsáveis por uma série ou filme específico. Após a confecção, as legendas eram disponibilizadas em sites do grupo ou em agregadores. InSanos, N.E.R.D.S, United foram alguns dos mais famosos.

Os citados já não se encontram mais em funcionamento, pois com o advento do *streaming*, as produções desembarcam no Brasil com uma velocidade muito maior, tornando a competição injusta. Entretanto, algumas das grandes empresas de mídia já foram pegas utilizando o material produzido de forma gratuita. A Fox Premium, em 2017, foi acusada de usar na série Manhattan (2014) uma tradução criada pela InSanos. Com a extinção desses grupos e os modelos de consumo de conteúdo cada vez mais rápido, as empresas precisaram se reinventar. O que era feito por muitas mãos passou a ser desenvolvido por softwares de tradução automática. O TikTok é uma dessas plataformas, possuindo como um recurso de acessibilidade, uma ferramenta de legendas automáticas. A rede chinesa usa reconhecimento de fala para gerar texto quando, nas configurações, o idioma do vídeo é selecionado. Em outros aplicativos famosos de edição de

vídeo, como o CapCut, também é possível adicioná-las, sincronizá-las e, até mesmo, importar arquivos externos.

Todos os dez vídeos mais curtidos de Hilda Furacão possuem um tipo de adição de legendas. Há os textos em português, no idioma original, para potencializar ainda mais o que está sendo ouvido, em inglês ao lado da frase “mother is mothering”, buscando ampliar a base do público entendedor. E, embora esteja no formato de legenda, na parte inferior de um conteúdo, existe uma descrição coloquial com o propósito de ser um vídeo “memeficado”¹⁰, ou seja, compartilhado por quem se identifica.

FIGURA 16 - Frame do vídeo “gamo nesses” na hashtag Hilda Furacão.



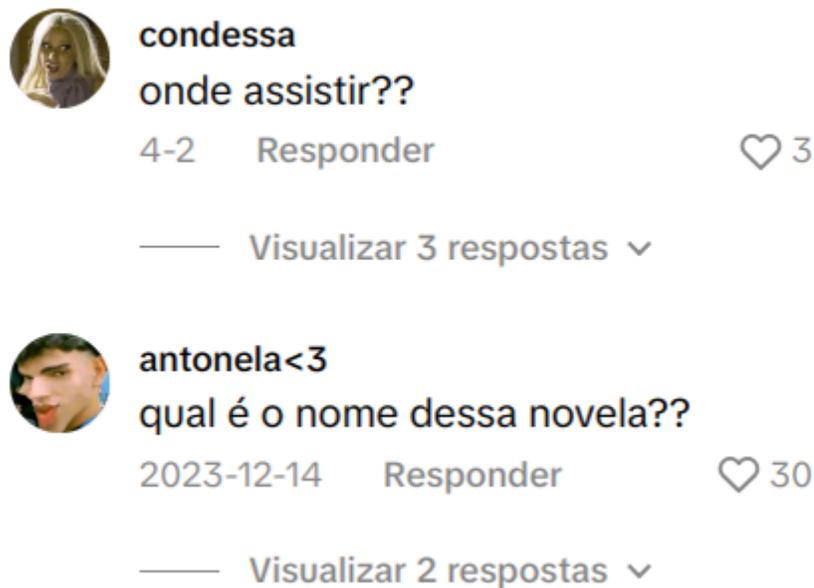
Fonte: mathesims no Tiktok, 2024.

Nos recortes, há incontáveis questionários com “que novela é essa?”, “onde posso assistir?”, “qual é o nome?”, para os mais curiosos que desconhecem a obra. Já uma parte do público hispânico e anglófono, se interessa pelo enredo e pede por legendas ou tradução. Na própria sessão de comentários, um vai respondendo o outro, explicando e por vezes apontando

¹⁰ Termo que se refere a informações, ideias ou temas que são adaptados, reformulados ou apresentados de maneira a se tornarem virais na internet, geralmente através de memes — unidades culturais que se espalham rapidamente *online*. Quando algo é memeficado, é transformado para se adequar ao estilo dos memes. Normalmente, de uma forma que seja engraçada, irônica e satírica. Esse processo pode envolver a adição de legendas engraçadas, a alteração de imagens ou a criação de variações criativas sobre um tema popular. O objetivo é fazer com que o conteúdo se torne mais envolvente e compartilhável, muitas vezes aproveitando o humor ou a cultura popular para captar a atenção do público.

uma direção de onde o conteúdo está disponível. Embora exista muito material legendado no TikTok, mesmo de forma automática, ainda são cortes pequenos, momentos sem contexto e cenas esparsas que, por vezes, acompanham canções de fundo. A semente é plantada nesse formato de conteúdo resumido, mas muitos ultrapassam a barreira do tempo e querem mais.

FIGURA 17 - Comentários buscando informações sobre a minissérie.



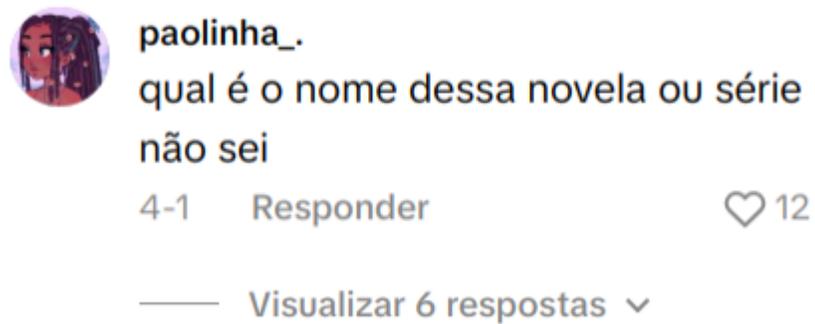
Fonte: Vídeo “Não ficou sincronizado mas é isso” no perfil mrluzs no TikTok, 2023/2024.

FIGURA 18 - Comentário perguntando o que é Hilda Furacão. Filme ou série?



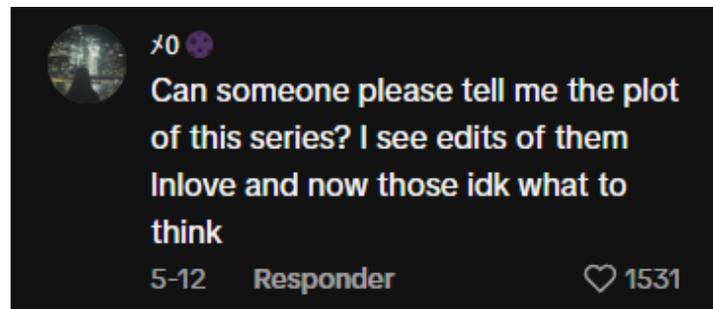
Fonte: Vídeo “Não ficou sincronizado mas é isso” no perfil mrluzs no TikTok.

FIGURA 19 - Comentário perguntando o nome da obra do vídeo.



Fonte: Vídeo “a maior” no perfil barretoedits no TikTok.

FIGURA 20 - Comentário perguntando sobre a história da minissérie. Tradução: Alguém pode me falar sobre o plot da série? Vejo edições dos personagens apaixonados e não sei o que pensar.



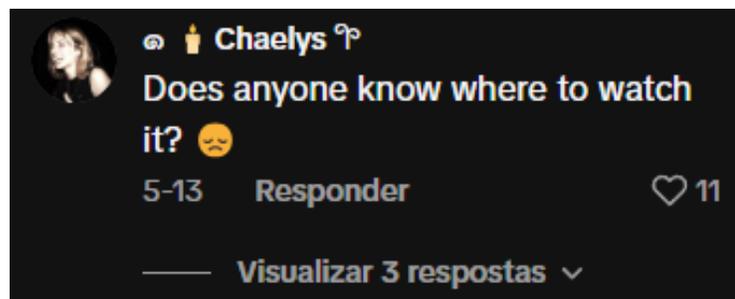
Fonte: Vídeo “MOTHER OF ALL MOTHERS” no perfil asthclby no Tiktok.

FIGURA 21 - Comentários em italiano e inglês perguntando sobre a minissérie. Tradução: Onde posso ver? Nome do filme?



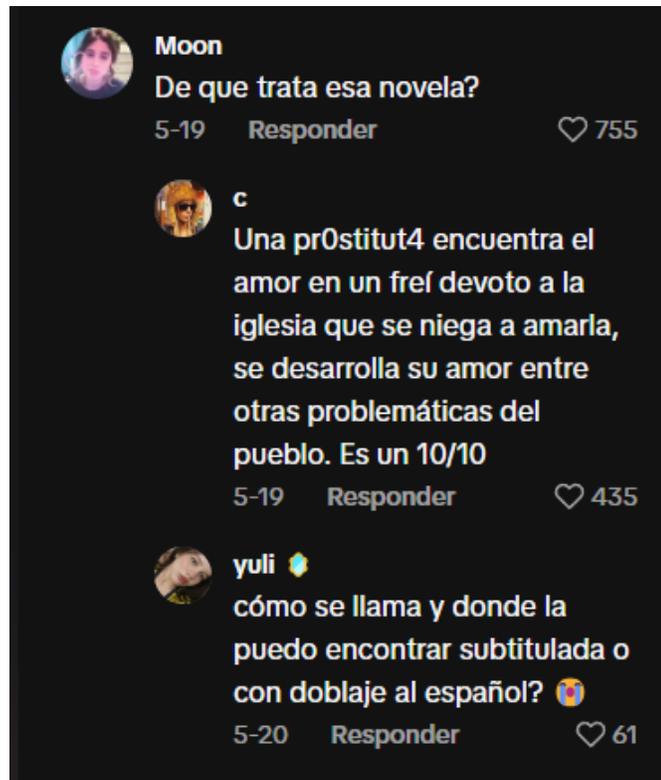
Fonte: Vídeo "MOTHER OF ALL MOTHERS" no perfil asthclby no Tiktok.

FIGURA 22 - Comentário em inglês perguntando onde é possível assistir. Tradução: Alguém sabe onde posso assistir?



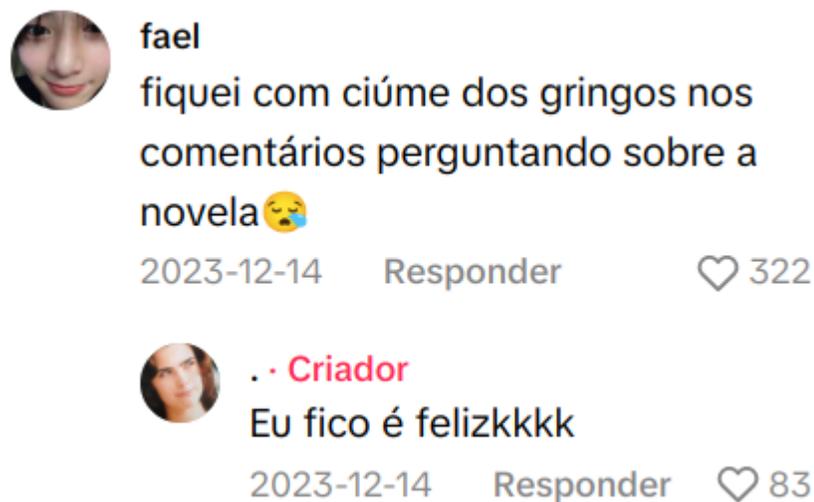
Fonte: Vídeo "MOTHER OF ALL MOTHERS" no perfil asthclby no Tiktok.

FIGURA 23 - Comentário, em espanhol, pedindo explicação sobre a narrativa. Do que se trata essa novela?



Fonte: Vídeo “MOTHER OF ALL MOTHERS” no perfil asthclby no Tiktok.

FIGURA 24 - Comentário com ciúmes dos estrangeiros conhecendo Hilda Furacão.



Fonte: Vídeo “Não ficou sincronizado mas é isso” no perfil mrluzs no Tik Tok.

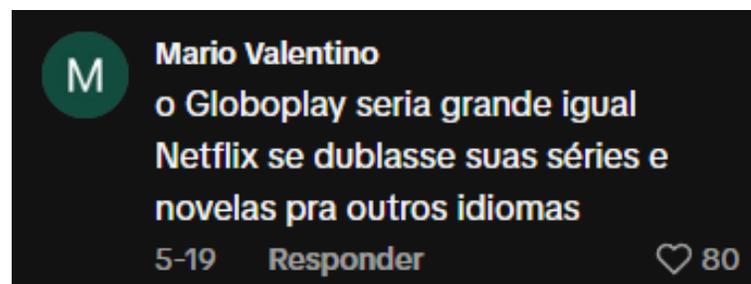
FIGURA 25 - Comentários relacionados aos fãs estrangeiros sendo mais fãs que os brasileiros.



Fonte: Vídeo “MOTHER OF ALL MOTHERS” no perfil asthclby no Tiktok.

Um usuário da rede de vídeos deixou até mesmo uma opinião sobre o *streaming* da Rede Globo:

FIGURA 26 - Comentário citando a Globoplay.



Fonte: Vídeo “MOTHER OF ALL MOTHERS” no perfil asthclby no Tiktok.

Mesmo sem outros idiomas, a Globo revelou que houve um impacto significativo na visualização da obra. Houve um aumento de 72% nas visualizações em janeiro de 2024 em comparação com dezembro de 2023, e um crescimento de 347% em relação a novembro. Por mais que *Hilda Furacão* (1998) tenha sido vendida para outros países, com a praticidade oferecida pelos serviços de mídia, encontrá-la em um só lugar, na íntegra, e legendada é uma comodidade que o novo público aprecia amplamente e não encontrou de modo oficial.

"É um golaço para a produção ter memes no Twitter, pequenos cortes no TikTok e gringos clamando por legendas. Tudo isso está acontecendo com Hilda Furacão por conta dessa cultura participativa, de o tema atrair uma nova geração e dos talentos envolvidos. O público quer assistir, participar, interagir e criar" (MACHADO, 2024, n.p).

Um integrante de uma comunidade de telenovela no Reddit, fórum digital, traduziu todos os 32 capítulos da obra e a disponibilizou. Na postagem divulgando os links, ressaltou que não era falante nativa de língua inglesa, porém, se dispôs a criar o material. A presença de tradução atiza o interesse de um novo público e torna possível que o conteúdo se expanda sem barreiras linguísticas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho explorou o caminho pelo qual a minissérie brasileira *Hilda Furacão* (1998) passou nos seus anos de exibição e maior relevância. Desde a sua concepção até o ressurgimento em meios digitais. Com ênfase no TikTok, a pesquisa mostrou o poder da comunidade dos fãs na hora de aproximar um novo conteúdo do público ainda leigo, manter o interesse em obras antigas e reutilizá-las em diversos contextos. Embora, no início dessas interações, fosse visto com certo receio pelas grandes empresas da indústria, com o apogeu do digital, um dos índices mais relevantes passou a ser engajamento em redes sociais, com grande parte do material feito por fãs. Sendo, inclusive, inspiração para as recentes maneiras de interação entre produtor e público.

A obra de Glória Perez encontrou o sucesso desde a sua primeira exibição, foi admirada pelos críticos, alfinetada pelos conservadores e enaltecida pelos mais libertários, quase como a protagonista foi tratada em cena. A recepção serve como um excelente medidor para a sociedade da época em que é reexibida assim como, a perpetuação de significados na intersecção do digital com o mundo cultural e, até então, analógico. Com a nova roupagem, através de cortes em vídeos curtos, surgido em um movimento orgânico, atraiu o público mais jovem e se tornou uma amostra do poder das redes sociais na reaparição de obras mais antigas. A partir dos populares *fanedits*, do modelo envolvente de edição com trechos repetitivos de músicas, o ambiente propício para o compartilhamento em massa foi o catapulta para o cenário internacional. Um cenário, no qual, se viu uma alta demanda por traduções desses conteúdos, que também foi preenchida por fãs.

Em conclusão, o que fica claro nessa pesquisa é o quanto as produções são dependentes das comunidades de fãs. Seja para a criação de oportunidades de expansão de mercado, pela manutenção do interesse e mecanismo transmídia ou nas ações geradas pelo conforto de um indivíduo ao encontrar um grupo do qual seja parte, em prol de um gosto em comum. *Hilda Furacão* não apenas conquistou uma nova geração de admiradores, mas também renovou seu impacto cultural, evidenciando a capacidade das redes sociais de recontextualizar narrativas do passado. Em um cenário digital onde a memória cultural é constantemente reconfigurada, o caso da minissérie ilustra a relevância contínua de figuras do passado e a influência perene das plataformas digitais na construção de novos significados e conexões.

Ao avançar nessa compreensão do novo, é impossível escapar das novas tendências. Assim como as legendas podem ser feitas de forma automática, hoje em dia, com inteligência

artificial, muitas automatizações podem alterar o cenário cultural. O gerador passa a ser qualquer um que possua acesso a um sistema que aprende com os já criadores. Tendo em vista que ferramentas poderosas para manipulação de imagens e áudios já estão à disposição de não profissionais, o panorama tende a se mesclar ainda mais. Com o surgimento da apropriação de estéticas, geração artificial de rostos e vozes reais, o controle na mão de indivíduos não é apenas no sentido de escolher o próximo conteúdo a ser visto, mas da formação de um produto audiovisual extremamente personalizado. O *For You*, com criadores de conteúdo reais, se torna um reproduzidor muito menos apelativo quando uma ferramenta ou plataforma possui todos os seus gostos e monta, do zero, um vídeo apenas para você. A dinâmica de fãs já sofreu diversas mudanças com o tempo e essa, tem potencial para ser mais uma vindoura.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - Perfil da Netflix no Twitter/X interagindo com um seguidor falando de uma série animada disponível no streaming: Arcane.....	13
FIGURA 2 - Perfil da Globoplay no Twitter/X interagindo com seguidores sobre a série Justiça 2 (2024).....	13
FIGURA 3 - Gráfico de pesquisa para o termo Hilda Furacão.....	25
FIGURA 4 - Arte criada por fã com o primeiro encontro de Malthus e Hilda.....	26
FIGURA 5 - Arte criada por fã de Hilda Furacão.....	27
FIGURA 6 - Imagem de capa do vídeo HILDA FURACÃO QUEEN! no Tiktok.....	27
FIGURA 7 - Imagem de capa do vídeo EL CORO FAVORITO DE HILDA no Tiktok.....	28
FIGURA 8 - Comentário com descrença quanto a exibição da minissérie nos dias de hoje.....	28
FIGURA 9: Lista feita por usuário(a) de rede social com os temas encontrados em Hilda Furacão.	29
FIGURA 10 - Comentário em vídeo sobre interesse em assistir Hilda Furacão.....	33
FIGURA 11 - Comentário, em espanhol, em vídeo. Tradução: meu erro foi dar like em um (não é queixa é agradecimento).....	33
FIGURA 12 - Comentário em vídeo com comparação com Marilyn Monroe.....	38
FIGURA 13 - Comentário em vídeo sobre Ana Paula Arósio.....	39
FIGURA 14 - Comentário sobre Ana Paula Arósio e Hollywood.....	39
FIGURA 15 - Comentário em vídeo relacionado a língua nativa da minissérie.....	40
FIGURA 16 - Frame do vídeo “gamo nesses” na hashtag Hilda Furacão.....	42
FIGURA 17 - Comentários buscando informações sobre a minissérie.....	43
FIGURA 18 - Comentário perguntando o que é Hilda Furacão. Filme ou série?.....	43
FIGURA 19 - Comentário perguntando o nome da obra do vídeo.....	44
FIGURA 20 - Comentário perguntando sobre a história da minissérie. Tradução: Alguém pode me falar sobre o plot da série? Vejo edições dos personagens apaixonados e não sei o que pensar..	44

FIGURA 21 - Comentários em italiano e inglês perguntando sobre a minissérie. Tradução: Onde posso ver? Nome do filme?.....	45
FIGURA 22 - Comentário em inglês perguntando onde é possível assistir. Tradução: Alguém sabe onde posso assistir?.....	45
FIGURA 23 - Comentário, em espanhol, pedindo explicação sobre a narrativa. Do que se trata essa novela?.....	46
FIGURA 24 - Comentário com ciúmes dos estrangeiros conhecendo Hilda Furacão.....	46
FIGURA 25 - Comentários relacionados aos fãs estrangeiros sendo mais fãs que os brasileiros..	47
FIGURA 26 - Comentário citando a Globoplay.....	47

VÍDEOS ANALISADOS

mrluzs. **Não ficou sincronizado mas é isso.** TikTok, 13 dez. 2023. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@mrluzs/video/7312145102602833157>. Acesso em: 14 set. 2024. #hildafuracao #anapaulaariosio #rodrigasantoro #novelas #globoplay #brazil #fyp #viral

barretoedits. **a maior!** Tiktok, 28 mar. 2024. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@barretoedits/video/7351562815490018565>. Acesso em: 14 set. 2024. #anapaulaariosio #chericherilady #hildafuracao #edit #foryou #hildaemalthus

anvllers. **Rosa que linda eres.** TikTok, 18 maio 2024. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@anvllers/video/7370427264732826886>. Acesso em: 14 set. 2024. #hildafuracao #anapaulaariosio #hildafuracao #tiktok #cinemabrasileiro

friarmalthus. **“me and the devil walking side by side...” one of my favorite scenes, the tension between them here is so obvious. thank you so much for 14k followers! this account has been my happy place lately, so i’m glad i can shuttle it to you. let’s keep growing and loving hilda hurricane together.** TikTok, 21 mar. 2024. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@friarmalthus/video/7348862397181922593>. Acesso em: 14 set. 2024. #hildafuracao #hildafuracao #hildahurricane #hildahuracan #novelas #novelasglobo #friarmalthus #robertodrummond #hilda #hildafuracaoedit #santomalthus #malthus #freimalthus #saintmalthus #malthusehilda #rodrigasantoro #anapaulaariosio #anapaulaariosio #foryou #fyp

asthelby. **MOTHER OF ALL MOTHERS!** Tiktok, 11 maio 2024. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@asthelby/video/7367912794022284550>. Acesso em: 14 set. 2024. #hildafuracao #hildahurricane #anapaulaariosio #rodrigasantoro #santo #malthus #freimalthus #fyp #youdontownme #catholic #catholictiktok #catolico #brazil #globo #hildamuller #brasil #novelas #padre #viral #foryoupage #filhodopadre

pipphillipd. **hilda diz que ama malthus.** TikTok, 11 nov. 2023. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@pipphillipd/video/7300295798049361157>. Acesso em: 14 set. 2024. #fyp #hildafuracao #hildafuracaoenglish #anapaulaariosio #malthusehilda

mathesims. **gamo nesses.** TikTok, 6 fev. 2024. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@mathesims/video/7332568190721019142>. Acesso em: 14 set. 2024. #fyp #fy #hildafuracão

raendn. **Hilda Furacão (1998).** TikTok, 17 dez. 2023. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@raendn/video/7313749352898481413>. Acesso em: 14 set. 2024. #anapaulaariosio

nvlsedit. **a mulher mais linda do mundo.** TikTok, 27 fev. 2024. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@nvlsedit/video/7340300667262668038>. Acesso em: 14 set. 2024. #anapaulaariosio #hildafuracao #edit #foryou #hildaemalthus

REFERÊNCIAS

- AGUIYRRE, Claudia. Pioneiras do Cinema: a inventiva e visionária Alice Guy-Blaché. **Catarinas**, 2019. Disponível em: <https://catarinas.info/pioneiras-do-cinema-a-inventiva-e-visionaria-alice-guy-blache/>. Acesso em: 24 set. 2024.
- ALVES, J. V. Hilda: Um furacão feminino?. **Fazendo Gênero 9: Diásporas, Diversidades, Deslocamentos**, 2010. Disponível em: https://www.fg2010.wwc2017.eventos.dype.com.br/resources/anais/1278291638_ARQUIVO_fg9.pdf. Acesso em: 13 set. 2024.
- ATEN, Jason. TikTok Is the Fastest-Growing Social Media Network Ever. Why the U.S. May Ban It. **INC**, 2020. Disponível em: <https://www.inc.com/jason-aten/tiktok-is-fastest-growing-social-media-network-ever-why-us-may-ban-it.html>. Acesso em 1 set. 2024.
- BASCHIERA, S. CAODURO, E. Retro, faux-vintage, and anachronism: When cinema looks back. **European Journal of Media Studies**, 2015, p. 143 - 163. Disponível em: <https://mediarep.org/server/api/core/bitstreams/30a1a5c3-f158-473b-b540-8b5b8e6c9ed6/content>. Acesso em: 13 set. 2024.
- BAZUCA. **Hilda Furacão (Depoimento) - Ana Paula Arósio e Rodrigo Santoro**. Youtube, 02 ago. 2021. Disponível em: <https://youtu.be/827PKQ8PPC4>. Acesso em: 09 jun. 2024.
- BESSA, Geraldo. Com trama envolvente e elenco notável, minissérie "Hilda Furacão" celebra 25 anos; saiba mais. **Folha de Pernambuco**, 2023. Disponível em: <https://www.folhape.com.br/cultura/com-trama-envolvente-e-elenco-notavel-minisserie-hilda-furacao/280903/>. Acesso em: 09 jun. 2024.
- SHAFFI, Sarah. From fan to famous: 8 authors who started out writing fanfiction. **Stylist**, 2018. Disponível em: <https://www.stylist.co.uk/books/el-james-cassandra-clare-rainbow-rowell-fanfiction/248413>. Acesso em: 09 jun. 2024.
- CALEGARI, Lizandro C. **Do social ao estético**: notas sobre Hilda Furacão, de Roberto Drummond. *Letras, Santa Maria*, v. 19, n. 1, p. 101–115, 2009.

CASALETTI, Danilo. 'Ana Paula Arósio tinha a garra da personagem', diz Glória Perez. **Estadão**, 2021. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/cultura/televisao/ana-paula-arosio-tinha-a-garra-da-personagem-diz-gloria-perez/>. Acesso em: 09 jun. 2024.

CLARK, Meredith. The 'Tumblr girl' era is back - should we be worried?. **Independent**, 2024. Disponível em: <https://www.independent.co.uk/life-style/fashion/tumblr-girl-era-fashion-b2498841.html>. Acesso em: 13 set. 2024.

DEARO, Guilherme. Metade dos brasileiros já vê mais vídeos online que TV. **Exame**, 2017. Disponível em: <https://exame.com/marketing/metade-brasileiros-mais-videos-online-tv/>. Acesso em: 14 set. 2024.

DE SOUZA BRANDÃO, A. J.; LOPES DE OLIVEIRA, T.; AMARAL DA SILVA, T. Cine Holliúdy: Filme nacional legendado em português?. **Travessias**, Cascavel, v. 9, n. 2, p. e12062, 2016. Disponível em: <https://e-revista.unioeste.br/index.php/travessias/article/view/12062>. Acesso em: 14 set. 2024.

DEGUZMAN, Kyle. What are Subtitles — How Subtitles Work in Film & TV. **Studiobinder**, 2023. Disponível em: <https://www.studiobinder.com/blog/what-are-subtitles-in-a-movi>

DO BRASIL, **Volkswagen. VW 70 anos | Gerações | VW Brasil**. Youtube, jul. 2023. 1 vídeo (2min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=aM154-kqphE&t=37s>. Acesso em: 1 set. 2024.

DUBOIS, Philippe. **Máquinas de imagens: uma questão de linha geral**. In: DUBOIS, Philippe. Cinema, vídeo, Godard. São Paulo: Cosac Naify, 2004.

DUCKER, Eric. Movie Trailers Keep Tweaking Well-Known Songs. The Tactic Is Working. **The New York Times**, 2023. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2023/01/06/arts/music/trailer-music-trailerization.html>. Acesso em: 1 set. 2024.

EXÉRCITO boicotou série, diz autor. **Folha de S. Paulo**. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/tvfolha/tv24059807.htm>. Acesso em: 15 jun. 2024.

FARAC, Gabriel. Hilda Furacão Audiência Detalhada. **Gabriel Farac**, 1998. Disponível em: <https://gabrielfarac.blogspot.com/1998/07/hilda-furacao-audiencia-detalhada.html>. Acesso em: 15 jun. 2024.

GLOBOPLAY. In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Globoplay>. Acesso em: 21 jun. 2024.

GUEDES, Diandra. Por que ‘Hilda Furacão’ virou um fenômeno gringo e está bombando nas redes. **UOL**. Disponível em: <https://www.terra.com.br/diversao/entre-telas/series/por-que-hilda-furacao-virou-um-fenomeno-gringo-e-esta-bombando-nas-redes,9329223b1b7cb2fdad935e188dfa299f6nntv9jb.html>. Acesso em: 24 jun. 2024.

HAILU, SELOME. ‘Suits’ Beats ‘The Office’ Streaming Record in 2023; Nielsen Reveals Original Streaming Shows Shut Out of Yearly Top 10. **Variety**, 2024. Disponível: <https://variety.com/2024/tv/news/nielsen-2023-streaming-report-suits-the-office-record-1235890306/>. Acesso em: 13 set. 2024.

HERRMAN, John. How TikTok Is Rewriting the World. **New York Times**. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2019/03/10/style/what-is-tik-tok.html>. Acesso em: 24 jun. 2024.

JARDIM, Vera. A “MADRINHA” de Hilda. Ator mergulha no universo da prostituição para viver o travesti Cintura Fina. **Supertv**. 1998. Disponível em: https://memoria.bn.gov.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=030015_11&Pesq=miniss%C3%A9rie%20hilda%20furac%C3%A3o&pagfis=247223. Acesso em: 15 jun. 2024.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Editora Aleph, 2006.

JENKINS, Henry. **Textual Poachers: television fans & participatory culture**. Nova York: Routledge, 1992.

JENNINGS, Rebecca. Stuck in 2020, pretending it’s 2014. **Vox**, 2020. Disponível em: <https://www.vox.com/the-goods/2020/5/7/21247938/tumblr-aesthetic-2014-nostalgia-tiktok-indie-pop>. Acesso em: 13 set. 2024.

KAPRIELIAN, Maggie. ‘Have you seen THE Jacob Elordi edit?’: The rise of TikTok’s fan edit community. **Berkeley Beacon**, 2024. Disponível em: <https://berkeleybeacon.com/the-rise-of-tiktoks-fan-edit-community/>. Acesso em: 1 set. 2024.

KLEIN, Cristian. Legendagem de programas ainda é pouco utilizada na TV brasileira. **Folha de São Paulo**, 2000. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/tvfolha/tv0309200017.htm>. Acesso em: 14 set. 2024.

- KLINK, F. et al. Chapter 16: **A Roundtable Discussion about the Cultures of Fandom on Tumblr**. A Tumblr book: platform and cultures, 2020, p. 167-180. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/10.3998/mpub.11537055.23?seq=1>. Acesso em: 13 set. 2024.
- LACERDA, Maria C. 'Hilda Furacão' faz Rodrigo Santoro virar sensação no TikTok internacional; entenda. **Itatiaia**. Disponível em: <https://www.itatiaia.com.br/entretenimento/2023/12/15/hilda-furacao-faz-rodriigo-santoro- virar-se-nsacao-no-tiktok-internacional-entenda>. Acesso em: 21 jun. 2024.
- MACHADO, Koca. Hilda Furacão fisga 'adolescentes em crise' nas redes sociais e cresce no Globoplay. **Notícias da Tv**. Disponível em: <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/televisao/hilda-furacao-fisga-adolescentes-em- crise-nas-re-des-sociais-e-cresce-no-globoplay-116959>. Acesso em: 24 set. 2024.
- MARON, Alexandre. Despenca a audiência da novela das oito. **Folha de S. Paulo**. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq10069808.htm>. Acesso em: 15 jun. 2024.
- MICHAEL VAN DEN BOS. **Alfred Hitchcock on 3 theories of film editing**. Youtube, 2015. 1 vídeo (7min38s). Disponível em: <https://youtu.be/MJQE7Kv-9JU>. Acesso em: 15 jun. 2024.
- MOCELLIM, Alan D. **A comunidade: da sociologia clássica à sociologia contemporânea**. Plural, São Paulo, Brasil, v. 17, n. 2, p. 105–128, 2010. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/plural/article/view/74542>. Acesso em: 1 set. 2024.
- MONTARDO, Portella Sandra; VALIATI, Dalpizol Amália Vanessa. **Streaming de conteúdo, streaming de si? Elementos para análise do consumo personalizado em plataformas de streaming**. PUCRS, 2021. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/revistafamecos/article/view/35310/26907>. Acesso em: 1 set 2024.
- MUSICAL.LY. In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Musical.ly>. Acesso em: 1 set. 2024.
- NEWSROOM TikTok. How Tiktok recommends videos #ForYou. **Newsroom TikTok**, 2020. Disponível em: <https://newsroom.tiktok.com/en-us/how-tiktok-recommends-videos-for-you>. Acesso em: 1 set. 2024.
- ORGAZ, Cristina J. 'TikTok foi feito para ser viciante': o homem que investigou as entranhas do aplicativo. **BBC News Brasil**, 2020. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-55173900>. Acesso em: 1 set. 2024.

- PANDE, Rukmini. **Squee from the Margins: Fandom and Race**. University of Iowa Press, 2018.
- PIZAIA, Hugo. Skeuomorfismo uma análise. **Revista Cliche**. Disponível em: <http://www.revistacliche.com.br/2013/03/skeuomorfismo-uma-analise/>. Acesso em: 13 set. 2024.
- PREY, Robert. **Nothing personal: algorithmic individuation on music streaming platforms**. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/321396713_Nothing_personal_algorithmic_individuation_on_music_streaming_platforms. Acesso em: 1 set. 2024.
- PSD pede ao TSE que retire 'Hilda Furacão' do ar. **Folha de São Paulo**. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fof/pol/ult090798132.htm>. Acesso em: 15 jun. 2024.
- SANTIAGO, V.L. **O Processo de Legendagem no Brasil**, in Revista do GELNE, Fortaleza, 2006.
- SNAPCHAT. In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Snapchat>. Acesso em: 1 set. 2024.
- STYCER, Mauricio. Canal Viva muda após descobrir que público de novela não é só “mulherzinha”. **UOL**. Disponível em: <https://mauriciostycer.blogosfera.uol.com.br/2014/09/13/canal-viva-muda-apos-descobrir-que-publico-de-novela-nao-e-so-mulherzinha/>. Acesso em: 21 jun. 2024.
- TEDDER, Michael. **The My Generation: An Oral History Of Myspace Music**. **Stereogum**, 2020. Disponível em: <https://www.stereogum.com/2056046/myspace-music-oral-history/interviews/cover-story/>. Acesso em: 1 set. 2024.
- TV Globo. In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/TV_Globo#cite_note-21. Acesso em: 15 jun. 2024.
- UK, McDonald's. **McDelivery | Hungry Eyes | McDonald's UK**. Youtube, set. 2021. 1 vídeo (30s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=MY-5-qca8NE>. Acesso em: 1 set. 2024.
- VAL, Marina. Fox Premium é acusado de usar legenda inSana tirada da internet. **Jovem Nerd**, 2017. Disponível em: <https://jovemnerd.com.br/noticias/series-e-tv/fox-premium-e-acusado-de-usar-legenda-oferecida-gratuitamente-em-uma-de-suas-series>. Acesso em: 14 set. 2024.

VINE (SERVIÇO). In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Vine_\(servi%C3%A7o\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Vine_(servi%C3%A7o)). Acesso em: 1 set. 2024.

VIVA (canal de televisão brasileiro). In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. Disponível: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Viva_\(canal_de_televis%C3%A3o_brasileiro\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Viva_(canal_de_televis%C3%A3o_brasileiro)). Acesso em: 21 jun. 2024.

WILDSCHUT, T. et al. **Nostalgia: Content, Triggers, Functions**. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2006. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/6737405_Nostalgia_Content_Triggers_Functions. Acesso em: 13 set. 2024.

XEXÉO, Artur. Quem é a estrela desta Copa?. **Jornal do Brasil**. Rio de Janeiro, 1998. Disponível em: http://memoria.bn.gov.br/DocReader/030015_11/246423. Acesso em 15 jun. 2024.

ZHANG, Cat. Thirst Traps, Anime, and the Viral Power of TikTok Fan Edit Communities. **Pitchfork**, 2022. Disponível em: <https://pitchfork.com/thepitch/anime-fan-edits-tiktok/>. Acesso em: 1 set. 2024.

ZHANG, Cat. Why Do Fan-Made Trailers Rule the Internet?. **New York Times**, 2023. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2023/10/25/style/bottoms-fan-edits.html>. Acesso em: 1 set. 2024.

ZIMMERMAN, Josie. The ‘Tiktokification’ of modern pop music: How Tiktok changed the music industry. **Miami Student**, 2023. Disponível em: <https://www.miamistudent.net/article/2023/11/tiktok-effect-on-popular-music>. Acesso em: 1 set. 2024.