



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ**  
**CENTRO DE CULTURA E ARTE**  
**CURSO DE GRADUAÇÃO EM CINEMA E AUDIOVISUAL**

**ANDRÉIA DE ALMEIDA MENDONÇA**

**O PAPEL DAS PLATAFORMAS DE *STREAMING* NO AUMENTO DO CONSUMO  
DE PRODUÇÕES AUDIOVISUAIS SUL COREANAS: O CASO DOS *K-DRAMAS*  
NO BRASIL**

**FORTALEZA**  
**2025**

ANDRÉIA DE ALMEIDA MENDONÇA

O PAPEL DAS PLATAFORMAS DE *STREAMING* NO AUMENTO DO CONSUMO  
DE PRODUÇÕES AUDIOVISUAIS SUL COREANAS: O CASO DOS *K-DRAMAS*  
NO BRASIL

Monografia apresentada ao Curso de  
Cinema e Audiovisual da Universidade  
Federal do Ceará como requisito à  
obtenção do título de Bacharel.

Orientador: Prof. Dr. Marcelo Dídimo

FORTALEZA

2025

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação  
Universidade Federal do Ceará  
Sistema de Bibliotecas  
Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

---

M494p Mendonça, Andréia de Almeida.  
O papel das plataformas de streaming no aumento do consumo de produções audiovisuais sul coreanas :  
o caso dos k-dramas no Brasil / Andréia de Almeida Mendonça. – 2025.  
94 f. : il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Instituto de Cultura e  
Arte, Curso de Cinema e Audiovisual, Fortaleza, 2025.  
Orientação: Prof. Dr. Marcelo Dídimo Souza Vieira.

1. K-dramas. 2. Doramas. 3. Streaming. 4. Fansubs. I. Título.

CDD 791.4

---

ANDRÉIA DE ALMEIDA MENDONÇA

O PAPEL DAS PLATAFORMAS DE *STREAMING* NO AUMENTO DO CONSUMO  
DE PRODUÇÕES AUDIOVISUAIS SUL COREANAS: O CASO DOS *K-DRAMAS*  
NO BRASIL

Monografia apresentada ao Curso de  
Cinema e Audiovisual da Universidade  
Federal do Ceará como requisito à  
obtenção do título de Bacharel.

Orientador: Prof. Dr. Marcelo Dídimo

Aprovado em: 27/02/2025

BANCA EXAMINADORA

---

DR. MARCELO DÍDIMO SOUZA VIEIRA - UFC

---

DRA. MARIA INÊS DIEUZEIDE SANTOS SOUSA - UFC

---

DR. ANTÔNIO DAVI DELFINO FERREIRA - UFC

## DEDICATÓRIA

A minha tinha Elânia Cristina, *in memoriam*, que pela primeira vez me levou ao cinema e desde então o amor ao audiovisual me trouxe até aqui.

## **AGRADECIMENTOS**

À minha família.

Minha avó, Maria de Lurdes, e meu avô, José Paulino, por me criarem e pelo apoio que me deram ao longo dos anos da minha vida.

Aos meus pais, Antônio Mendonça e Erlândia Almeida, por me apoiarem em tudo e me deixarem livre para escolher o curso que eu quisesse.

Ao meu irmão, Emerson Lopes, que me contagiou com seu amor por filmes ao ponto de me inspirar a cursar cinema, e por todas as madrugadas em que, junto da minha cunhada Raelis, acordaram cedo para me levar até o ônibus que me levava a outra cidade para assistir às aulas. E por muito mais, além disso.

À minha tia e pessoa favorita, Elânia Cristina, que sempre me amou e apoiou, e de quem sinto falta mais do que tudo neste mundo. Sei que estará orgulhosa e vibrando comigo de onde estiver. Sinto sua falta todos os dias e escrevi este trabalho para você, que amava séries mais do que qualquer pessoa que eu já conheci.

Ao meu melhor amigo, Leonardo Reis, pela ajuda e incentivo, por me ouvir falar de doramas dias a fio e por me dar conselhos nas diversas vezes em que reclamei sobre meus problemas relacionados ao TCC. Sem seu apoio, este trabalho não existiria.

Ao meu orientador, Prof. Dr. Marcelo Dídimo, pela paciência comigo ao longo dos anos, por não me permitir desistir deste trabalho quando nem eu mesma acreditava mais ser capaz de concluí-lo. Sou grata por cada conselho e sugestão relacionados à minha pesquisa, que foram essenciais para o seu desenvolvimento.

Às minhas amigas, Marina Alves e Yara Saldanha, por todo o suporte em todos os momentos da vida e por vibrarem comigo a cada pequena conquista.

À banca, em nome da Professora Inês Silva e do Professor Davi Ferreira, por aceitarem o convite para compor esta banca.

Ao François, o gato mais perfeito que existe que passou incontáveis horas de frente a esse notebook comigo.

A todas as dorameiras, em geral, que me fizeram acreditar na importância deste trabalho.

## EPÍGRAFE

*Se você superarem a barreira de dois centímetros que são as legendas, vocês serão apresentados a muitos filmes incríveis! Acho que usamos apenas uma língua: a língua do cinema!*

*(Bong Joon-ho)*

## RESUMO

As plataformas de *streaming* têm popularizado o consumo de *k-dramas* em todo o mundo, em destaque para o Brasil. Esta pesquisa busca compreender os fatores que despertam o interesse do público brasileiro pelos doramas, especialmente pelas produções sul-coreanas. Destacando elementos como: as plataformas de *streaming* e os *fansubs*, uma contextualização histórica da cultura, economia e política sul-coreanas. Além de uma explanação sobre produtos da cultura pop coreana e do hábito de consumi-los. Aspectos como a estética visual, a construção de personagens emocionalmente complexos e a abordagem de questões sociais relevantes também são considerados determinantes para o engajamento dos espectadores. Neste estudo, foi utilizado o método qualitativo para a construção de todo o escopo do conteúdo, contribuindo para a compreensão do grande consumo de *k-dramas* e plataformas de *streaming* no Brasil. Destacando ainda aspectos importantes como a globalização, características narrativas dos doramas e a contribuição das telenovelas para a disseminação das produções sul-coreanas.

Palavras-chave: dorama, *streaming*, Netflix, *Round 6*.



## **ABSTRACT**

Streaming platforms have popularized the consumption of K-dramas worldwide, especially in Brazil. This research seeks to understand the factors that spark Brazilian audiences' interest in dramas, particularly South Korean productions. It highlights elements such as streaming platforms and fansubs, a historical context of South Korean culture, economy, and politics, as well as an overview of South Korean pop culture products and the habit of consuming them. Aspects like visual aesthetics, the creation of emotionally complex characters, and the approach to relevant social issues are also considered key to audience engagement. This study used a qualitative method to construct the entire content framework, contributing to an understanding of the widespread consumption of K-dramas and streaming platforms in Brazil. It also emphasizes important aspects such as globalization, the narrative characteristics of K-dramas, and the contribution of soap operas to the spread of South Korean productions.

Keywords: K-drama, streaming, Netflix, Squid Game.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Página inicial do site <i>Trial Fansub</i> .....	19
Figura 2 - Captura de tela do grupo Doramas Br no telegram.....	20
Figura 3 - Captura de tela do grupo Doramas Br no telegram.....	21
Figura 4 - Capa do dorama <i>Love Alarm</i> .....	33
Figura 5 - Capa do dorama <i>Kingdom</i> .....	34
Figura 6 - Pôster do dorama <i>What's is love</i> .....	44
Figura 7 - Pôster do dorama <i>Winter Sonata</i> .....	45
Figura 8 - Pôster do dorama <i>Jewel in the Palace</i> .....	46
Figura 9 - Grupo BTS na casa branca em evento (2022).....	51
Figura 10 - Personagens do filme <i>Parasita</i> (2019).....	52
Figura 11 - Jin e Tati. Novela <i>Volta por cima</i> .....	62
Figura 12 - Pôster promocional de <i>Além do guarda-roupa</i> .....	64
Figura 13 - Elenco da série <i>Com carinho</i> , Kitty.....	67
Figura 14 - Personagens de <i>Round 6</i> , primeira temporada.....	74
Figura 15 - <i>Jogo batatinha frita</i> 1,2,3.....	75
Figura 16 - Jogador 001 e 456 no quarto round.....	77
Figura 17 - Gin-hun e Jun-bae, rebelião.....	81

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Cargos e atribuições na dinâmica <i>fansub</i> do Viki.....	25
--	----

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - A história da Netflix.....	30
--	----

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>11</b>
<b>2 AS PLATAFORMAS DE <i>STREAMING</i> E OS <i>FANSUBS</i>.....</b>	<b>15</b>
2.1 A internet e os <i>fansubs</i> como ponto de partida do <i>Hallyu</i> no Brasil.....	16
2.2 As plataformas de <i>streaming</i> .....	22
2.3 Netflix.....	29
2.3.1 Origem da plataforma.....	29
2.3.2 Estratégias da Netflix no mercado de <i>streaming</i> sul-coreano.....	30
2.3.3 A globalização do consumo audiovisual coreano.....	35
<b>3 DORAMAS.....</b>	<b>38</b>
3.1 Breve histórico da Coreia do Sul: cenário político e econômico em que os dramas surgiram.....	38
<b>3.2 <i>Hallyu</i>.....</b>	<b>43</b>
3.2.1 Primeira onda do <i>Hallyu</i> .....	47
3.2.2 Segunda onda do <i>Hallyu</i> e o <i>K-pop</i> .....	48
3.2.3 A terceira e quarta onda e o <i>Hallyu</i> no Brasil.....	50
<b>3.3 Dramas: origem, estrutura narrativa e aspectos das obras asiáticas.....</b>	<b>55</b>
3.3.1 Estrutura dos dramas.....	56
3.3.2 Aspectos dos dramas.....	58
<b>4 OS <i>K-DRAMAS</i> E O IMPACTO NO CENÁRIO AUDIOVISUAL BRASILEIRO: O FENÔMENO <i>ROUND 6</i>.....</b>	<b>60</b>
4.1 As telenovelas e os <i>k-dramas</i> : a popularização por meio de narrativas audiovisuais.....	61
4.2 Relações sociais e narrativas dos dramas em obras da Netflix.....	67
4.3 A ascensão da Netflix.....	69
4.4 Round 6: A revolução dos dramas e o impacto global.....	72
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>85</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>88</b>

## INTRODUÇÃO

A diversificação de culturas é nítida na atualidade, principalmente quando pontuamos o processo acelerado de globalização e a infinidade de novas tecnologias que fazem do nosso futuro incerto. As divergências entre o ocidente e oriente estão presentes em vários aspectos, incluindo valores, crenças, tradições, comportamentos e perspectivas gerais de vida. No entanto, é importante ressaltar que essas diferenças são generalizações e que existem muitas variações dentro de cada cultura, com seus costumes e tradições que movem a indústria do entretenimento e abrem portas para o restante do mundo enxergar seus pontos fortes em diferentes setores.

A cultura sul-coreana é rica e diversificada, com uma história que remonta a milhares de anos. A Coreia do Sul é conhecida por suas tradições nas artes, música, dança, culinária, moda e cosméticos, além de suas contribuições para a indústria do entretenimento. O mercado de *streaming* tem se mostrado bastante promissor ao longo dos últimos anos e, em 2020, com o início da pandemia causada pelo vírus da COVID-19, o mundo enfrentou uma crise sanitária, o que resultou em um impulso mais expressivo para o setor, a população ficou mais tempo dentro de suas casas, tornando-se disponíveis para consumir mais produtos tecnológicos.

A globalização, hoje, avançou em diferentes segmentos, gerando possibilidades de conexões e de formação de universos e possibilidades. Dentro da bolha do audiovisual do mundo oriental, o consumo de conteúdos desenvolvidos por essa bolha se expandiu e passou para outros consumidores por meio dos vários elos dentro do mundo virtual e da velocidade da informação.

Dentre os conteúdos audiovisuais mais procurados estão os oriundos dos países do leste asiático, intitulados de *doramas*<sup>1</sup>, que nada mais são do que as obras televisivas produzidas na região, tendo o formato semelhante às séries de TV americanas, em especial os *k-dramas*, nome dado às séries televisivas de origem sul-coreana. Na pandemia, o Brasil foi o terceiro país em todo o mundo que mais consumiu *doramas*. Segundo a Netflix Brasil, em 2020, a visualização de conteúdos coreanos aumentou em 120%. Grande parte desse aumento está diretamente relacionado ao crescente número de obras que a plataforma vem adicionando em

---

<sup>1</sup> *Dorama* é o equivalente à pronúncia da palavra *drama*, em japonês, onde o termo surgiu, e é utilizado para se referir às obras televisivas dos países do leste asiático.

seu catálogo nos últimos anos. Esse aumento também nos mostra o importante papel que a Netflix vem desempenhando na distribuição dessas obras, assim como na difusão do *Hallyu*<sup>2</sup>. No período pós-pandemia, esse aumento foi ainda mais expressivo, com mais plataformas aderindo ao direito de exibição dessas obras e um interesse massivo na produção de obras originais.

Como agentes principais na popularização das obras asiáticas no Brasil e no mundo, é imprescindível falar do trabalho desenvolvido pelos fãs, na prática do *fansubbing*: atividade na qual seus participantes selecionam determinados produtos audiovisuais, realizam a tradução e legendagem destes. Ao final do processo, essas obras são, em sua maioria, distribuídas gratuitamente em comunidades e fóruns, permitindo, assim, a democratização ao acesso aos doramas por parte dos fãs que não têm o conhecimento da língua nativa das obras. Através desse trabalho desenvolvido pelos fãs, os doramas vêm alcançando cada vez mais pessoas em território brasileiro, atraindo o olhar de grandes plataformas de *streaming* para sua exibição e para a produção de obras originais.

Almeida (2019) diz que o que sustenta os fenômenos de popularização é a cultura de fã e sem essa relação de dependência, a *Hallyu* não teria conseguido se firmar como um fenômeno global emergente na contemporaneidade. Shirky (2011) determina que foi a convergência das mídias a responsável por facilitar o desenvolvimento dos *fandoms*, sendo a internet o meio de viabilização de forma rápida e eficaz. O autor ainda enfatiza que a internet é uma “máquina de oportunidades”, um meio para pequenos grupos criarem novas formas de difundir essas obras com fácil acesso para o grande público.

Diante desse panorama, o objetivo desta pesquisa é compreender a importância do trabalho desenvolvido pelos fãs no processo de *fansubbing* e como ele influenciou as plataformas de *streaming* a implementarem os dramas em seus catálogos. Além disso, busca-se analisar o papel dessas plataformas na difusão dos *K-dramas*, aumentando exponencialmente o consumo dessas obras, assim como de outros produtos oriundos da *Hallyu* no Brasil.

Para isso, iremos analisar a relação entre o *streaming* e o trabalho desenvolvido pelos fãs, observando como se relacionam e influenciam o consumo de *K-dramas* no Brasil. Buscaremos entender como se desenvolve o trabalho de

---

<sup>2</sup> *Hallyu* foi o termo criado pela mídia chinesa para se referir ao sucesso das obras coreanas e do k-pop no país na década de 1990.

tradução e legendagem de um *fansub* até a distribuição. O surgimento de plataformas como o Viki, com um catálogo voltado especialmente para séries asiáticas, e o impacto que a procura por essas obras causa em plataformas de *streaming* globais, como a Netflix, também serão analisados.

A Netflix, por exemplo, vem desempenhando um papel crucial no aumento do consumo de doramas no Brasil, alcançando públicos de diversas faixas etárias e gêneros, e adentrando as telas de TV das famílias brasileiras.

Os objetivos específicos desta pesquisa são: demonstrar como se deu a inserção dos produtos da *Hallyu* no Brasil por meio do consumo de *K-dramas*; identificar de que forma a Netflix facilitou essa entrada, com seu catálogo diverso, serviço de dublagem e crescente investimento em obras originais ao entrar no mercado audiovisual sul-coreano; e analisar, de forma mais aprofundada, os aspectos visuais, estruturais e narrativos dos *K-dramas*, a fim de compreender como essas obras, apesar das divergências culturais e sociais, conseguem se comunicar com o mercado ocidental, aproximando o telespectador brasileiro da cultura sul-coreana e dos produtos oriundos dela.

Sabe-se que a *Hallyu*, ou onda coreana, já é um fenômeno mundial, mas o foco deste estudo é entender como esse fenômeno tomou as proporções que tem hoje e quais avanços provocou nesse percurso, tendo como objeto os fãs e o trabalho que eles desenvolveram ao compartilhar entre si os *K-dramas*.

A escolha do tema proposto surgiu de uma inquietação pessoal, no cenário da pandemia, quando, tendo apenas as telas como companhia e os doramas como refúgio, surgiram em minha mente os seguintes questionamentos: O que essas obras têm que me fazem ficar horas presa a elas? Por que tenho tanto interesse em séries coreanas? Por que o catálogo da Netflix tem cada vez mais doramas? Por que eles estão investindo tanto nessas obras?

Como forma de responder a esses questionamentos, a metodologia utilizada neste trabalho é a pesquisa qualitativa. No primeiro capítulo, estabelecido como fundamentação teórica, nos aprofundamos no levantamento de como se deu a expansão das plataformas de *streaming*, como a Netflix, e dos trabalhos desenvolvidos pelos *fandoms* na propagação dos doramas asiáticos, e em especial dos *K-dramas*, para além das terras coreanas. Também analisamos como esse trabalho influenciou o crescimento da exportação dessas obras, marcando o ponto de partida para a instauração da *Hallyu* como um fenômeno global.

A estrutura do segundo capítulo ficou da seguinte forma, inicialmente vamos entender como se deu a história do país sul-coreano, desde sua independência, a divisão entre sul e norte, guerras, ocupações, até o período da democracia, e em como se deu a reestruturação econômica e cultural do país até chegarmos no segundo tópico deste capítulo: A difusão dos bens culturais através do *Hallyu*, onde veremos o que é, onde, como surgiu, e suas divisões em ondas até chegarmos no contexto atual. Em seguida abordaremos o que são os dramas de TV asiáticos, seu surgimento, o formato, sua estrutura narrativa e o que as compõem, para podermos diferenciar os aspectos das obras de cada país de produção. Paralelamente, abordamos o papel que o *streaming* e os *fandoms* desempenharam nesse cenário, como meios de exibição dessas obras.

No terceiro capítulo, realizamos a análise das obras sul-coreanas, os *K-dramas*, comparando-as com as telenovelas brasileiras, a fim de entender suas semelhanças e diferenças, e, assim, compreender melhor seu sucesso no Brasil e o espaço que a *Hallyu* conquistou e continua conquistando gradualmente no país. Abordamos também como essa onda se expandiu para além do audiovisual, abrangendo os âmbitos culturais, sociais e econômicos. Também analisaremos o impacto que os dramas coreanos possui no audiovisual ocidental, como os elementos de suas obras têm sido inseridos em séries americanas e brasileiras. Em seguida, analisamos a obra *Round 6*, como seu sucesso foi um fator decisivo na inserção de mais produções coreanas nas plataformas digitais, e os elementos narrativos dessa obra.



## 2. AS PLATAFORMAS DE *STREAMING* E OS *FANSUBS*

O objetivo deste primeiro capítulo é apresentar o papel desempenhado pelo trabalho dos fãs no processo de legendagem de doramas, destacando como isso contribuiu para a disseminação dessas obras e, conseqüentemente, para a sua inserção nas plataformas de *streaming*.

Inicialmente, é necessário conceituar o termo "*fansubs*", um termo de origem inglesa, formado pela junção de "*fan*" (fã) com "*subtitle*" (legenda), ou seja, "legendas de fãs". Trata-se do trabalho voluntário de um grupo de pessoas dedicado à legendagem de produções audiovisuais, sejam elas animes, séries ou doramas. Essa prática surgiu a partir da necessidade de compartilhar o gosto comum por essas obras com fãs que não tinham fácil acesso a elas, devido às barreiras linguísticas, além da demora ou ausência dessas produções no país de origem do *fansubber*<sup>3</sup>.

O *fansubbing* de doramas vai além de uma simples tradução de diálogos, uma vez que, ao adaptar a obra para a língua local, o fã utiliza uma linguagem mais informal, buscando aproximar o telespectador da narrativa e, ao mesmo tempo, preservar ao máximo os aspectos culturais e linguísticos do país de origem. Dessa forma, o conteúdo se torna mais acessível e passível de identificação pelo público. O mais importante desse processo é que o serviço é oferecido gratuitamente, possibilitando o fácil acesso de uma ampla gama de pessoas a essas obras, de forma rápida, uma vez que muitos *fansubs* trabalham na criação das legendas em sincronia com os lançamentos das obras em seu país de origem, disponibilizando-as em primeira mão ao público.

Esse fenômeno também reflete o movimento de descentralização da produção de conteúdo, no qual o produtor da mídia dá lugar a uma criação compartilhada entre usuários e consumidores, utilizando plataformas digitais para divulgar e compartilhar informações, o que permite a construção coletiva de uma obra cultural. As legendas, então, se tornam mais do que um simples acessório para o conteúdo; elas se tornam uma forma de identidade compartilhada entre os fãs, criando uma comunidade em torno do drama.

---

<sup>3</sup> *Fansubber* é como é chamado o fã que realiza o trabalho de legendagem, ou seja, trabalho de *fansubbing*

Quando falamos de doramas, não nos referimos apenas a uma língua diferente, mas também a tradições, costumes e formas de expressão culturalmente distintas das ocidentais. Como essas obras são traduzidas e como são compreendidas pelo telespectador são pontos cruciais para o seu consumo.

É nesse aspecto que podemos diferenciar o trabalho realizado pelos fãs do trabalho das plataformas de *streaming*. Por ser um trabalho informal e desenvolvido de maneira voluntária, é comum que as legendas dos *fansubs* contenham comentários pessoais sobre os episódios. Esses comentários são geralmente inseridos em um canto da tela, com uma fonte, cor e tamanho diferentes dos usados na legenda, deixando claro que se tratam de opiniões do fã que realizou a tradução. Essa interação é fundamental para a identificação e aproximação do telespectador com o *fansubber*, pois o público percebe que o responsável pela tradução também é um fã da obra. Essa identificação, no entanto, não ocorre quando as obras são exibidas em plataformas como a Netflix, por exemplo, onde o trabalho é realizado por uma equipe profissional e opiniões não são permitidas no processo de legendagem.

Esses aspectos serão evidenciados mais adiante, quando analisarmos o trabalho realizado pelos *fansubs* e pela Netflix na difusão dessas obras no Brasil.

## **2.1 A internet e os *fansubs* como ponto de partida do *Hallyu* no Brasil**

O avanço da tecnologia nos permitiu uma comunicação mais fácil, assim como o compartilhamento de informações. É por meio do ciberespaço que nos conectamos em rede com pessoas que compartilham os mesmos interesses, trocando informações e, principalmente, conteúdos. É através desse fenômeno que conseguimos alcançar o outro lado do mundo, mais precisamente a região leste do continente asiático.

É na globalização dos meios midiáticos que surge a cultura da convergência, grande responsável pela mudança na forma de consumo dos produtos audiovisuais no cenário contemporâneo. O termo, conceituado por Jenkins (2009), diz que:

Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao

comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando (JENKINS, 2009, p. 29).

Nesse cenário participativo surgem os fansubs, onde o fã, impulsionado pela facilidade de acesso às obras que consome e pelo desejo de compartilhá-las, realiza o trabalho de legendagem dessas obras. Assim, ele sai do papel de espectador e se torna um agente de comunicação, levando essas produções para além de sua bolha e alcançando públicos maiores.

Foi na década de 1980, nos Estados Unidos, que surgiram os primeiros fã-clubes, onde grupos de estudantes se organizavam para compartilhar e exibir animações japonesas, visando educar o público sobre os estilos, autores e gêneros dos animes (Jenkins, 2009). Essas exposições, posteriormente, evoluíram para a tradução e legendagem dessas obras em VHS, aproximando-se do trabalho de fansubs que temos hoje. Foram esses clubes os responsáveis pela mudança no fluxo de produção e recepção dessas obras. O fã deixou de ser apenas espectador e passou a ser o mediador entre a obra e o fã comum, que, sem a legenda, não teria acesso a esse conteúdo. Como Urbano (2013) destaca:

[...] fãs enquanto mediadores potenciais que ganham destaque, portanto, ao se tornarem um elo entre animês (e seus assuntos derivados) e os demais fãs na rede. Sendo assim, eles intermedeiam o circuito desse produto cultural, formando preferências e padrões de consumo no decorrer das atividades desempenhadas em suas comunidades on-line. (Urbano, 2013, p. 63).

A partir da popularização dessas práticas, inicialmente voltadas para os animes, outras obras asiáticas, especialmente os doramas, entraram nesse circuito de mediação dos fãs e se popularizaram no Brasil. Essa prática também nos leva a discutir sobre propriedade intelectual e pirataria. Se, por um lado, temos plataformas de *streaming* que pagam pelos direitos de exibir e traduzir essas obras, por outro, temos fãs realizando o mesmo trabalho sem pagar pelos direitos de exibição e distribuído livremente em suas comunidades. Um exemplo claro de como a cultura

da convergência pode moldar novas formas de produção, distribuição e consumo de conteúdo.

Para entender como se dá o trabalho desenvolvido pelos *fansubs*, é necessário estudá-los mais profundamente, compreendendo desde sua estrutura até como o processo é desenvolvido. Geralmente, esses sites são administrados por grupos, onde cada membro é responsável por uma parte do processo, que inclui a tradução, legendagem e distribuição das séries, seja por *streaming*, fóruns ou comunidades.

Aqui, veremos alguns dos principais *fansubs* que atuam no território brasileiro. Um deles, que não está mais em atividade, é o *DramaFever*, que, por oito anos, foi um dos maiores responsáveis por disponibilizar em seu site obras coreanas, japonesas e chinesas. Suas atividades foram encerradas em 2018 por questões comerciais com a *Warner Bros*<sup>4</sup>.

O *Taled Fansub*<sup>5</sup> foi um grupo criado em 2021, dedicado à tradução de doramas e filmes asiáticos, com postagens em blog, fórum e Telegram. O nome foi inspirado na obra "*Tale of the Nine Tailed*", dorama de sucesso de 2020. O grupo atuou ativamente até o ano de 2024, quando, por meio de suas redes sociais, compartilhou o encerramento de suas atividades após quatro anos de existência. Contando com um vasto acervo de obras traduzidas, todo o material acumulado ao longo desses anos foi doado para outro *fansub*, o *Trial Fansub*, como forma de perpetuar o trabalho criado e manter a transparência e a conexão com seu público.

Em suas postagens nas redes sociais, o grupo se despediu e anunciou a doação de todo seu acervo e compartilhou o *link* de acesso ao novo *fansub* que recebeu a doação. Na postagem é possível notar dezenas de comentários de seguidores agradecendo pelo trabalho e esforço desenvolvidos pela equipe ao longo dos anos. Essa relação de intimidade com o público é o verdadeiro significado do trabalho desenvolvido pelos *fansubs*.

---

<sup>4</sup> FREIRE, Raquel. DramaFever acabou: como usar o Viki, alternativa para assistir a doramas. Techtudo. Disponível em:

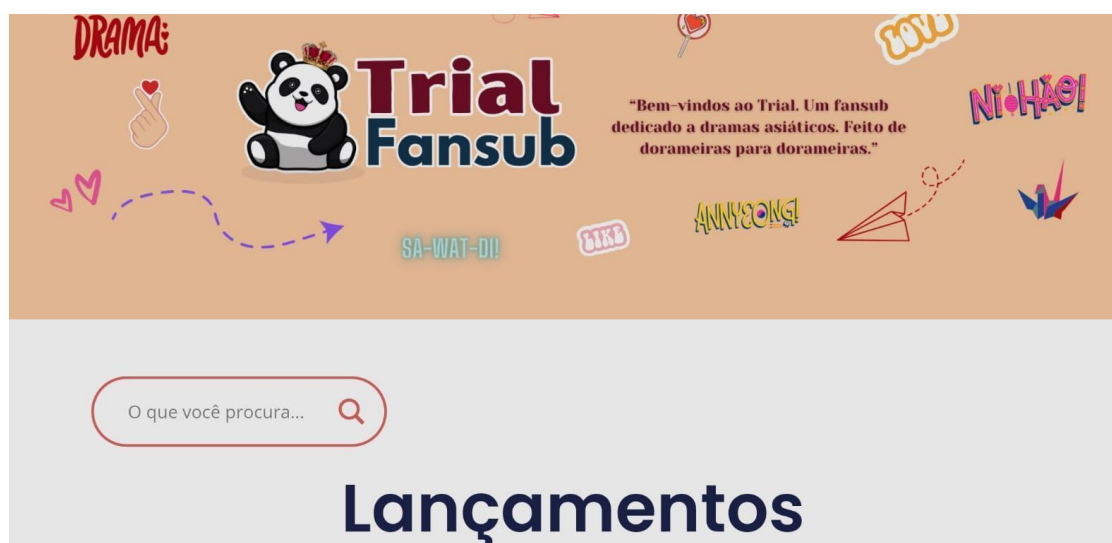
<<https://www.techtudo.com.br/dicas-e-tutoriais/2018/10/dramafever-acabou-como-usar-o-viki-alternativa-para-assistir-a-doramas.shtml>> Acesso em out. 2024.

<sup>5</sup> TALED FANSUB. QUEM SOMOS. Disponível em:

<<https://taledfansub.forumeiros.com/t5-quem-somos>>. Acesso em: out. 2024.

O *Trial Fansub*<sup>6</sup> (Figura 1) é um *fansub* com foco principal em doramas chineses, mas que também apresenta em seu catálogo obras coreanas, tailandesas e variedades, como *reality shows* e filmes. Possui uma página simples e de fácil navegação, onde as obras são divididas conforme o país de origem e o tipo de obra. Ao escolher o que deseja assistir, você é direcionado para uma página contendo a *sinopse*, assim como informações sobre o país de origem, número de episódios e elenco principal, seguidas pelos *links* de cada episódio, disponíveis mediante *drives* e também do canal no Telegram. Vale ressaltar que a plataforma também atende aos pedidos de obras dos telespectadores por meio do preenchimento de um formulário de sugestões, desde que essa obra não faça parte do catálogo da Netflix, a fim de não infringir os direitos de exibição do *streaming* e garantir a permanência do site no ar.

Figura 1 - Pagina inicial do site *Trial Fansub*



Fonte: *Trial Fansub* (2024)

Nas páginas citadas, o *fansubber* é responsável pela escolha da obra, divisão da equipe, edição, tradução e disponibilização dos episódios nos sites, fóruns e páginas. Atualmente, essas comunidades ativas contam com grupos em plataformas digitais como o Telegram, onde reúnem seu público e conseguem disponibilizar suas obras por meio de catálogos. Inicialmente, é feita a divulgação das obras que estão

<sup>6</sup> Trial Fansub. Disponível em: <<https://trialfansub.com/>>. Acesso em: out. 2024.

sendo lançadas, podendo ser disponibilizadas por episódio ou temporada, conforme a disponibilidade da obra em seu país de origem. Seguindo o cronograma da TV coreana, os episódios são geralmente lançados duas vezes por semana. Cabendo aos fãs o processo de tradução e legendagem, que pode ser feito simultaneamente com o lançamento na Coreia, ou não.

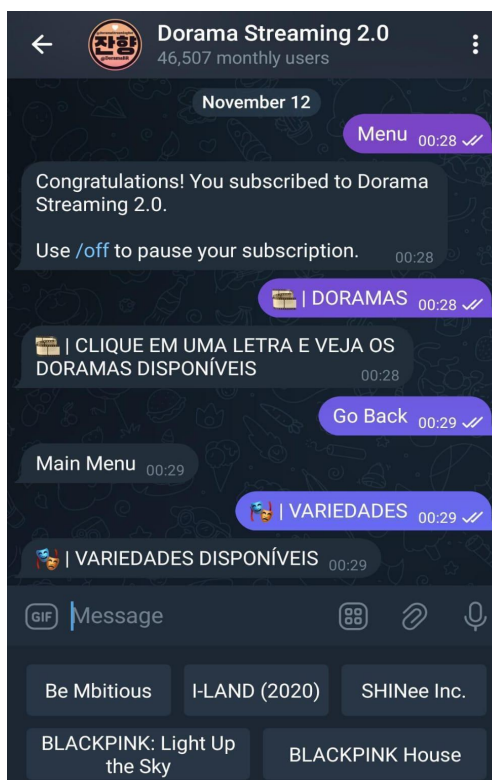
À medida que as emissoras lançam os episódios, os *fansubs* realizam o trabalho de tradução e disponibilizam os mesmos legendados em seus canais de comunicação. No Telegram, após escolher o título da obra, o usuário é direcionado para um *chat* específico onde encontra os episódios já legendados, como mostra a imagem abaixo (Figura 2). Alguns desses *fansubs* também disponibilizam doramas dublados e filmes asiáticos.

Figura 2: Capturas de tela do grupo Dorama Brasil no telegram



Fonte: Canal do telegram Dorama Br

Figura 3: Captura de tela da aba menu no canal Dorama Br



Fonte: Canal do telegram Dorama Br

A criação de comunidades permite que o fã tenha fácil acesso, em um único local, a diversos doramas de diferentes nacionalidades e gêneros, além de filmes, de forma rápida e gratuita. Além disso, essas comunidades oferecem a possibilidade de interação entre seus membros, criando fóruns de debates e conversas sobre as opiniões acerca das obras lançadas e até mesmo sugerindo títulos que gostariam de ver adicionados ao catálogo. Muitas dessas discussões extrapolam o ambiente das plataformas de *fansub*, promovendo encontros e o compartilhamento de outros aspectos da cultura asiática, como a música pop coreana (*K-pop*), a culinária (*K-food*) e a beleza (*K-beauty*).

Mendonça (2013) afirma que é a internet, somada aos *softwares* voltados para o *fansubbing*, que torna essa prática mais acessível, atingindo um público de grande escala. No entanto, o objetivo final continua sendo a disponibilização de conteúdo de forma não licenciada, funcionando como uma via paralela para fãs que não têm acesso a outras plataformas de serviços pagos.

O fenômeno dos *fansubs* e a popularização dos doramas coreanos ao nível mundial, como vemos hoje, refletem as transformações causadas pela cultura da convergência, assim como pela globalização dos meios midiáticos. A interação do fã

com a disponibilização de conteúdos de forma colaborativa e a acessibilidade proporcionada pela internet, através dos *fansubs*, são claros exemplos de como a tecnologia transformou permanentemente nossa forma de consumir produtos audiovisuais. Os *fansubs* são os principais agentes na acessibilidade dessas obras ao redor do mundo, alcançando novos públicos e criando laços entre diferentes culturas.

Embora essas práticas possam gerar discussões acerca da pirataria e dos direitos de exibição, não podemos negar que esse movimento tem contribuído significativamente para a propagação da cultura asiática no mundo, especialmente no Brasil. A popularização dos doramas, por meio dos trabalhos desenvolvidos pelos *fansubs*, reforça e fortalece a presença da *Hallyu* no país.

O sucesso dessas obras no ocidente reflete como o trabalho participativo e colaborativo dos fãs podem ultrapassar fronteiras, e como a convergência midiática, ao conectar diferentes culturas ao redor do mundo, está moldando o consumo do cenário audiovisual global.

## **2.2 As plataformas de *streaming***

O avanço da tecnologia e a democratização da internet impactaram diretamente a maneira como consumimos as mídias digitais. Não precisamos mais ligar a TV ou ir até uma sala de cinema para acessar filmes, novelas, séries ou clipes musicais. Todas essas manifestações midiáticas estão a um clique e a uma tela de *smartphone* de distância.

A globalização também possibilitou o intercâmbio cultural. Enquanto antes o acesso às obras de outros países era limitado, hoje conseguimos acompanhar produções do outro lado do mundo com a mesma facilidade que temos acesso às obras locais. Além das produções midiáticas, podemos explorar a cultura de outros países, como a gastronomia e o idioma, permitindo que compartilhem nossos interesses com toda a comunidade digital, seja de forma *online* ou não.

É nesse ambiente de compartilhamento cultural que a onda coreana se desenvolveu e conquistou seu espaço nos mercados ocidentais, principalmente no Brasil. O *streaming* foi um agente ativo para permitir que isso ocorresse. A seguir, veremos como a forma de consumo nas plataformas de *streaming* possibilitou esse



feito, além de analisar algumas delas, suas estruturas de organização, suas estratégias para alcançar assinantes, os produtos que oferecem e como isso impactou o que muitos autores chamam de *soft power*<sup>7</sup> coreano, ocasionado pela *Hallyu* e o consumo desses bens culturais.

As formas de consumir o audiovisual foram renovadas pelo *streaming*, permitindo que o telespectador escolha o que vai assistir, onde, quando e como. É possível maratona séries ou assistir a filmes diretamente de casa, escolhendo se quer o idioma original ou a versão legendada, se prefere assistir diretamente na plataforma ou baixar o conteúdo para assistir *offline*, tudo isso com boa qualidade de áudio e vídeo. O espectador agora tem autonomia para personalizar e direcionar sua experiência com o conteúdo a ser consumido.

Os primeiros passos do *streaming* foram na década de 1990 com a transmissão de áudios ao vivo na internet pela Real Networks<sup>8</sup>, anos depois lançando também a primeira transmissão de vídeo. Mas, foi somente nos anos 2000 com a chegada da internet por banda larga que o *streaming* pode ser impulsionado e várias plataformas surgiram no mercado como YouTube, Netflix, Viki, e algumas mais recentes no Brasil, como Amazon, Disney + e Apple. Algumas dessas plataformas vamos ver de forma mais aprofundada a seguir.

A Viki é uma plataforma de *streaming* de entretenimento voltada para o segmento de conteúdo asiático, fundada em 2007. Está no Brasil desde 2013 quando foi comprada pela Rakuten<sup>9</sup>, tendo uma audiência de mais de 27 milhões de pessoas em 190 países. A plataforma fornece vídeos sob demanda contando com assinantes pagos, mas também oferta alguns serviços de forma gratuita mediante a exibição de anúncios. De acordo com Fritz-Krockow (*apud* Monteiro, 2014, p. 44), descreve como ocorre o processo de obtenção das obras sul-coreanas por parte do Viki.

Normalmente as discussões começam um mês ou mais antes da data de exibição do show (ou dorama), entretanto já houve discussões que duraram mais de um ano. Pode ser que leve tempo porque há muitos detalhes a negociar, incluindo em quais países ou regiões o show será transmitido, quando, por quanto tempo e em quais plataformas de mídia o conteúdo

<sup>7</sup> É uma expressão usada para descrever a habilidade de um corpo político — um Estado, por exemplo — para influenciar indiretamente o comportamento ou interesses de outros corpos políticos por meios culturais, ou ideológicos.

<sup>8</sup> HISTÓRIA DO STREAMING | A S S I M. Disponível em: <https://www.assim.org.br/c%C3%B3pia-streaming>. Acesso em: out. 2024.

<sup>9</sup> Rakuten Viki | Software | TechTudo. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/tudo-sobre/viki-tv-movies-music/>. Acesso em: out. 2024.

permanecerá no ar, para não mencionar o envolvimento de ter os fãs legendando o conteúdo. É um ato de equilíbrio muito difícil de ter, especialmente quando os proprietários da empresa nunca venderam antes ou quando as empresas já possuem parceiros de mídia tradicionais que veem a distribuição digital como uma ameaça, mesmo sabendo que estamos juntos. Fritz-Krockow (*apud* Monteiro, 2014, p. 44)

A plataforma conta com o trabalho voluntário de fãs para a criação das legendas. Sua logo é: "Legenda para fãs, por fãs!" Dentro da plataforma, eles fornecem o software com a tecnologia que permite que o fã crie a legenda de forma colaborativa e simultânea em diversos idiomas. Como forma de recompensar esse trabalho, são oferecidos prêmios e incentivos para os colaboradores. Ao acessar o site, é possível ver os colaboradores que mais se destacaram no mês, com suas contribuições. Eles são organizados em grupos segundo as funções e seguem uma hierarquia de cargos e equipes, onde vencem aqueles que têm mais contribuições mensais. Também é fornecida a assinatura gratuita da plataforma para os membros como forma de recompensa.

Fiz amigos do mundo todo porque trabalhamos juntos repetidamente na legendagem de projetos da Viki. Ao nos encontrarmos pessoalmente, senti uma conexão instantânea. Assistir a *K-dramas* em 2009 na Viki me estimulou a estudar coreano, o que me permitiu contribuir para o Learn Mode. Adoro que o entretenimento que ajudei a legendar esteja disponível em dezenas de idiomas”, comenta o usuário cgwm808<sup>10</sup>.

Esse é apenas um das dezenas de comentários deixados na página pelos participantes que podem gerar perfis de diferentes maneiras, combinando números, letras e símbolos. No espaço destinado aos comentários, os perfis geram conexões entre os conteúdos e com eles mesmos, reverberando comentários e mais comentários, tecendo discussões dentro de outras discussões, o conceito de que corroboram com a ideia da cultura participativa de Jenkins, quando diz:

A internet apenas possibilitou o aumento do fluxo de distribuição e visibilidade das discussões e produções de fãs que já existiam, mas ficavam restritas a um grupo de pessoas próximas. Dessa forma, cresce uma cultura onde fãs consumidores contribuem com a cultura e também com a circulação no mercado midiático, uma vez que as empresas entendem a

---

<sup>10</sup> Viki Contributor Community. Disponível em: <<https://contribute.viki.com/>>. Acesso em: out.2024.

necessidade de conquistar um público cada vez mais envolvido e ativo para divulgar seus produtos (JENKINS, 2009, p.190).

Para facilitar o trabalho dos voluntários, a própria plataforma fornece os episódios em inglês, uma vez que essa é uma língua universal, permitindo a tradução para mais idiomas. A estrutura que o Viki possui é muito organizada, dividida em funções e níveis. Nessa dinâmica, o usuário interessado pode iniciar como legendador ou segmentador e subir de cargo, passando a moderador, editor e, por último, diretor, que se responsabiliza pelas equipes.

Por meio da tabela criada por Estefânia Silva e Gêsa Cavalcanti (2023) apresentada no INTERCOM 2023, na pesquisa: A cultura participativa dos fansubs para disseminação dos doramas pelo ciberespaço, é possível entender melhor a estrutura organizacional dos colaboradores da plataforma

Tabela 01 - Cargos e atribuições na dinâmica fansub do Viki

CARGO	ATIVIDADE
Segmentador	Divididos em 2 cargos, Segmentador geral e segmentador chefe, o primeiro, é responsável por cortar os trechos dos vídeos para criar segmentos onde serão inseridas as legendas, já o segundo, é responsável por recrutar, designar e fiscalizar os segmentos realizados pelos seus segmentadores.
Legendador	Cria legendas para o conteúdo audiovisual, traduzido do inglês para a língua que deseja.
Moderador	Também dividido em 2 cargos, sendo eles, o moderador e o moderador de todas as linguagens. O moderador recruta legendadores, atribui partes de episódios aos legendadores e os auxilia em qualquer dúvida desse processo, quanto aos moderadores de todas as linguagens, notifica quando chegam episódios novos na plataforma e monitoriza os comentários dos vídeos legendados para não terem comportamentos inapropriados.
Editor	Os editores são organizados em 4 cargos, o editor de tradução, o geral, o final e o chefe, onde respectivamente eles respondem ao seu superior que vem à frente. O editor de tradução é responsável por realizar a primeira passagem de edição, fazendo pequenas alterações nas legendas colocadas pelos legendadores, após ele, os outros editores fazem novamente avaliações nas legendas, colocando alterações quando necessário.

Diretor	Por último, o diretor, também conhecido como gerente do canal, é o líder da equipe, recrutando, organizando os vídeos legendados e lidando com qualquer problema que aconteça.
---------	--

Fonte: SILVA & CAVALCANTI. A cultura participativa dos fansubs para disseminação dos doramas pelo ciberespaço. INTERCOM. 2023, p 6.

Os candidatos podem se inscrever pelo próprio site do Viki, na vaga de seu interesse, após passar pelo treinamento oferecido em vídeo pelo *streaming*, e cumprir os requisitos exigidos pela vaga escolhida. À medida que o desempenho vai aumentando, mais benefícios o voluntário recebe dentro do Viki.

Permitir que fãs façam parte do processo de co-criação da obra, no processo de legenda, é fundamental na relação produto-consumidor. É uma forma de atrair o fã, que também é espectador dessa obra, impulsionando cada vez mais o consumo de doramas e intensificando as relações e as comunidades formadas nesse ciberespaço. O trabalho desenvolvido pelo Viki e suas políticas de incentivo para os fãs, assim como as ferramentas que ele fornece, permite que essa plataforma seja a mais parecida com o trabalho dos *fansubs*, permitindo que os fãs se envolvam nos processos da obra, fornecendo o meio para isso e inserindo-o em uma comunidade ativa e participativa, porém de forma legal e licenciada.

De acordo com dados fornecidos pelo Viki em uma entrevista à *Exame* em 2024, a plataforma possui quase 90 milhões de usuários registrados em mais de 250 países.<sup>11</sup> Somente no Brasil, a quantidade de assinantes beira os 10 milhões e vem apresentando um crescimento de 45% ao ano.

Segundo o CEO da Viki, Sam Wu, o Brasil é um dos maiores interessados nos produtos da cultura dos países asiáticos, o que tem aumentado o interesse da plataforma em oferecer cada vez mais obras.

Na versão da plataforma presente no Brasil, são ofertadas mais de 1.500 obras, entre filmes e doramas, de nacionalidades coreana, chinesa, tailandesa e japonesa. Também está sendo feito um forte investimento em produções originais da plataforma. Dentre suas principais estratégias, o CEO destaca o investimento no

<sup>11</sup> OMENA, Mateus. Febre dos doramas é a estratégia do CEO do Rakuten Viki para ganhar o mercado brasileiro. *Exame*. 15 jun. 2024. Disponível em: <https://exame.com/pop/febre-dos-doramas-e-a-estrategia-do-ceo-do-rakuten-viki-para-ganhar-o-mercado-brasileiro/>. Acesso em: outubro de 2024.

marketing para a divulgação da plataforma, a criação de redes sociais para aproximá-la do público e o serviço de legendas, fornecido em mais de 150 idiomas. Grande parte desse trabalho é desenvolvido pelos voluntários da plataforma.

O crescimento contínuo da Viki através do trabalho desenvolvido pelos fãs e sua interação reforça a ideia de Jenkins (2009) do que seria a cultura participativa, o fã não é apenas o consumidor, mas um produtor e disseminador ativo da obra. Diferente de muitas outras plataformas de *streaming*, que fazem essa separação de produtor e consumidor. A ViKi permite que o telespectador se torne parte integrante da adaptação da obra, perpetuando ainda mais a rede e os vínculos que são criados nessas comunidades. E criando um novo modelo de consumo de mídia, de forma colaborativa, onde todos se beneficiam: os fãs, a plataforma e os usuários.

Outra plataforma que vem apresentando obras asiáticas em seu catálogo é o Prime Video. A plataforma de *streaming* da Amazon chegou ao Brasil da forma que conhecemos hoje apenas em 2016, dez anos após sua fundação nos Estados Unidos. Atualmente, ela conta com um catálogo que inclui obras internacionais, nacionais e originais, além de uma audiência de mais de 20 milhões de pessoas mensalmente, segundo uma entrevista concedida por Paulo Koelle, *head* do Prime Video na América Latina, ao evento Prime Video *Showcase*, realizado em abril de 2024. Desde 2019, já foram investidos mais de 5 bilhões de reais em conteúdos pagos para o Brasil.

Apesar de ainda não ter um catálogo tão extenso no quesito obras asiáticas, é possível encontrar grandes sucessos, como: *Os Lucros do Amor* (2024), *A Esposa do Meu Marido* (2024). *Mouse* (2021), *Bad and Crazy* (2021), *Boys Over Flowers* (2009), entre outros.

Os dois primeiros doramas são grandes sucessos de audiência e recepção do público de 2024, enquanto *Boys Over Flowers* é um clássico dos doramas, que existe em várias versões, todas de muito sucesso. A série foi originalmente produzida na China e ganhou *remakes* na Coreia do Sul e na Tailândia, sendo a versão coreana a mais famosa na "*Dramaland*"<sup>12</sup>.

O Disney+ é a plataforma de *streaming* de vídeo da Walt Disney. Ela surgiu em 2019, quando a empresa decidiu retirar suas obras do catálogo da Netflix e lançar a sua própria. Apesar de ter pouco tempo de mercado, já apresenta um

---

<sup>12</sup> Termo utilizado para se referir ao meio do consumo de doramas, além de uma premiação criada pelos fãs para elegerem os melhores doramas do ano.

catálogo bastante diversificado, que inclui, além das produções dos estúdios Disney, também os dorama.

Diferentemente da Netflix, que realiza um investimento pesado nos países em que opera, a Disney+ aposta em um número reduzido de obras e afirma que seu foco está na qualidade delas. Em entrevista concedida à *Bloomberg News*<sup>13</sup>, Luke Kang, presidente da Disney na ásia-pacífico, disse: “Não somos um *player* de volume. Nossa estratégia é fazer menos projetos, mas fazê-los bem e realmente escolher uma lista que achamos que causará impacto”.

Atualmente, a Disney está investindo em produções de animes japoneses e em uma franquia de super-heróis coreanos, a série *Em Movimento* (2023), inspirada nas histórias em quadrinhos de Kangfull. O dorama, que já foi anunciado como ganhando uma sequência, é o mais assistido da plataforma entre as produções originais coreanas. Essas são as estratégias da plataforma para adentrar e ganhar espaço no mercado asiático.

Dentre as obras presentes no catálogo, vale destacar os dorama *Soundtrack #1* (2022), uma das primeiras produções originais do Disney+. O dorama, além de contar com um elenco de prestígio na Coreia, como a atriz Han So-hee e o ator Park Hyung-sik, narra a história de um casal de amigos de infância que se apaixonam na vida adulta.

Outro dorama que merece destaque é *Snowdrop* (2021), que marca a estreia de Jisoo, do grupo de *K-pop Black Pink*, como protagonista da trama. Esse dorama gerou grande repercussão em seu lançamento, principalmente por ser o primeiro papel da cantora como atriz e protagonista de uma obra. O fato de *Black Pink* ser um dos grupos femininos de *K-pop* mais famosos globalmente impactou positivamente na divulgação do dorama, atraindo não apenas os fãs de dramas, mas também os fãs da cantora e da música pop coreana. Essa estratégia é bastante comum, uma vez que os *idols*<sup>14</sup> coreanos são moldados pela indústria para serem versáteis, atuando não apenas como cantores e dançarinos, mas também como atores.

---

<sup>13</sup> KIM, S.; KIM, S. De *K-drama* a anime: Disney aposta em produções asiáticas para desafiar a Netflix. Disponível em: <<https://www.bloomberglinea.com.br/negocios/de-k-drama-a-anime-disney-aposta-em-producoes-asiaticas-para-desafiar-a-netflix/>>. Acesso em: out. 2024.

<sup>14</sup> No contexto coreano, o termo *idol* é utilizado para se referir a artistas pop coreanos, sejam membros de grupos ou artistas solo.

Apesar de estarem no início, se comparadas a plataformas mais consolidadas no mercado de entretenimento, como a Netflix, o surgimento desses novos *streamings* fez com que a competição por novos assinantes se acirrasse. Esse aumento crescente foi importante para impulsionar a expansão dessas plataformas para mais países e territórios. Foi essa competição que levou a Netflix a explorar novos mercados audiovisuais e a realizar novos investimentos, como veremos de forma mais aprofundada no próximo tópico desta pesquisa, juntamente com as estratégias adotadas para que isso ocorresse.

## 2.3 Netflix

### 2.3.1 Origem da plataforma

A Netflix é considerada hoje a maior plataforma de *streaming* mundial, presente em mais de 190 países e em 30 idiomas. A empresa conta com cerca de 282,7 milhões de assinantes em todo o mundo<sup>15</sup>, consolidando-se como a maior entre seus concorrentes, tanto em número de assinantes quanto em seu catálogo.

Originada em 1997 por Reed Hastings e Marc Randolph, a empresa começou com o aluguel de DVDs pelos correios, que logo evoluiu para o lançamento de um site e se tornou um serviço de assinatura que, em poucos anos, alcançou milhões de assinantes. No entanto, foi somente em 2007 que a plataforma inseriu o serviço de *streaming*. Ao longo dos anos, a Netflix conquistou cada vez mais países, expandindo-se para diversos continentes com seus catálogos variados e passando a investir em obras originais locais, ganhando cada vez mais espaço.

A principal estratégia adotada pela plataforma é seu catálogo diversificado, que oferece uma vasta gama de conteúdos de diferentes países e idiomas, além de disponibilizar o serviço de dublagem, um recurso de acessibilidade não oferecido por muitas outras plataformas. A Netflix também investe em produções locais, criando obras originais adaptadas à cultura dos países em que opera. Sua interface, além de organizada, conta com um sistema de recomendações personalizadas, com base nos gostos dos telespectadores. Recentemente, foi incorporado um recurso que

---

<sup>15</sup> About Netflix - Página inicial. Disponível em: <[https://about.netflix.com/pt\\_br](https://about.netflix.com/pt_br)>. Acesso em: nov. 2024.

destaca as obras mais assistidas na página inicial, permitindo aos usuários acessar as produções mais populares da plataforma.

Ao longo deste capítulo, iremos explorar para além da origem da plataforma, suas estratégias de inserção nos mercados periféricos, dentre eles o brasileiro e o sul-coreano, e como seus investimentos em obras do leste asiático têm influenciado no aumento de consumo dos produtos oriundos da *Hallyu* no Brasil. A partir dos dados fornecidos em seu próprio site<sup>16</sup>, foi desenvolvido o gráfico que mostra um pouco de sua história ao longo dos anos.

Gráfico 1: A história da Netflix



Fonte: Criação própria com base nos dados fornecidos pela página About Netflix.

### 2.3.2 Estratégias da Netflix no Mercado de *streaming* sul-coreano

Um serviço de *streaming* que, até pouco tempo atrás, era predominantemente focado em títulos do cinema e da televisão dos Estados Unidos, agora se destaca pelo crescente interesse e oferta de conteúdos exclusivos do leste asiático e da América latina (MEIMARIDIS et al., 2020)

<sup>16</sup> NETFLIX. About Netflix. Disponível em: <<https://about.netflix.com/en>>. Acesso em: nov. 2024.



Com a expansão do mercado de *streaming*, a Netflix se viu pressionada a ampliar sua atuação. Em 2016, a plataforma chegou à Coreia do Sul visando aproveitar o fenômeno *Hallyu* e explorar a popularidade dos produtos culturais sul-coreanos, visando expandir para o restante do leste asiático. A entrada da Netflix na Coreia teve um impacto direto no consumo de doramas no Brasil, uma vez que, com a inserção de mais desses títulos em seu catálogo e o investimento em produções locais sul-coreanas, a oferta de conteúdos asiáticos na plataforma se expandiu. Isso possibilitou que essas produções passassem a ser consumidas por um público ocidental, que antes não tinha acesso fácil a esse tipo de conteúdo. Segundo Meimaridis, Mazur e Rios (2019)<sup>17</sup>: Antes de sua chegada, a plataforma possuía menos de uma dezena de obras coreanas disponíveis. Atualmente, o catálogo conta com mais de 200<sup>18</sup> obras sul-coreanas, entre doramas, filmes, realities, programas infantis e de variedades.

A entrada da Netflix no mercado audiovisual sul-coreano foi o resultado de anos de planejamento e desenvolvimento de estratégias para conquistar um mercado já consolidado, como o de *streaming* na Coreia do Sul. O serviço da Netflix não era uma novidade no país, e a concorrência local já detinha a preferência do público, além de oferecer catálogos mais amplos e preços mais acessíveis. A Coreia do Sul, um dos países com a melhor infraestrutura de internet do mundo, também conta com políticas de incentivo ao audiovisual local e uma forte influência dos canais de TV nacionais, que dominam a produção e distribuição de conteúdo. Por isso, a importação de produtos estrangeiros era limitada e restringia-se, principalmente, aos canais de TV fechada (Shim, 2008, p.24).

Houve uma resistência inicial dos sul-coreanos à Netflix no país, devido ao cenário já forte do *streaming* local e à percepção de que os consumidores têm menor disposição para pagar por esse tipo de serviço (Kim et al., 2016). Para contornar esse obstáculo, a plataforma adotou a estratégia de investir em obras originais. Sua primeira tentativa foi com o filme *Okja* (2017), um drama que aborda a história de uma menina em busca de salvar sua porca geneticamente modificada pela indústria alimentícia, que leva o nome do filme. Ao mesmo tempo, a obra faz

<sup>17</sup> Disponível em: MEIMARIDIS, Melina; MAZUR, Daniela; RIOS, Daniel. A Empreitada Global da Netflix: uma análise das estratégias da empresa em mercados periféricos. Revista GEMINIS, São Carlos, UFSCar, v. 11, n. 1, pp. 04-30, jan. / abr. 2020

<sup>18</sup> Informação coletada a partir do catálogo da plataforma Netflix. Disponível em: <<https://www.netflix.com/login?nextpage=https%3A%2F%2Fwww.netflix.com%2Fsearch%3Fq%3DCorea%26suggestionId%3DCollection%253A1461331>>. Acesso em: nov. 2024.

uma crítica social à indústria e aos problemas ambientais. O filme foi dirigido pelo renomado cineasta coreano Bong Joon-ho, que em 2021 consagrou-se vencedor do Oscar com *Parasita*. Após seu lançamento, *Okja* teve uma boa repercussão mundial, sendo até indicado à Palma de Ouro no Festival de Cannes de 2017<sup>19</sup>.

Outra estratégia adotada pela Netflix foi a compra dos direitos exclusivos de exibições de algumas obras, os chamando de Originais Netflix, um deles foi o dorama *Uma Odisseia Coreana* (2017), o romance é uma adaptação do livro Jornada ao Oeste, ligada a elementos da mitologia asiática. Também investiu nos famosos programas de variedades, um formato bastante popular na Coreia do Sul, e em realities de relacionamento.

*Solteiros, Ilhados e Desesperados*, na tradução brasileira, foi um *reality* de relacionamento, lançado em 2021, onde reúne doze solteiros em uma ilha para formar casais, seu sucesso foi tanto que já foi confirmado para sua 5ª temporada desde então. Alguns dos participantes da primeira temporada chegaram a se tornar famosos no Brasil, fazendo até mesmo uma visita ao país e mencionando constantemente sua gratidão ao público brasileiro em suas redes sociais pelo apoio oferecido, uma delas é Kang So Yeon, que chegou até a estudar o idioma português e lançar uma música latina para expressar sua gratidão aos fãs sul-americanos<sup>20</sup>.

Desse modo, é evidente o quanto a comoção de fãs brasileiros pode gerar proporções significativas na vida de pessoas envolvidas dentro da narrativa de entretenimento. Colocando-as em posições longe da realidade em que estavam inseridas, aproximando assim, culturas e apaixonados por uma personalidade e seu estilo de vida.

Em 2019, a Netflix avançou mais um passo, quando em parceria com a CJ ENM<sup>21</sup> e sua subsidiária *Studio Dragon*<sup>22</sup>, firmou um acordo para a produção e distribuição de obras originais. O estúdio, juntamente com sua equipe de criação, ficou responsável pela produção das séries originais que seriam exibidas e distribuídas pela Netflix. Segundo o CEO da CJ ENM, Min-Hoi Heo, essa parceria

<sup>19</sup> PALMA. Festival de Cannes: conheça os 19 filmes que disputam a Palma de Ouro. Disponível em: <<https://g1.globo.com/pop-arte/cinema/noticia/festival-de-cannes-conheca-os-19-filmes-que-disputam-a-palma-de-ouro.ghtml>>. Acesso em: nov. 2024.

<sup>20</sup> Kang So Yeon fala sobre debut com “LOCA LOCA”: “Retribuir o amor dos fãs”. Disponível em: <<https://revistaquem.globo.com/Entretenimento/kpop/noticia/2022/08/kang-so-yeon-fala-sobre-debut-com-loca-loca-retribuir-o-amor-dos-fas.html>>. Acesso em: nov. 2024.

<sup>21</sup> Maior empresa de mídia e entretenimento da coreia do sul.

<sup>22</sup> Studio Dragon. Disponível em:

<<https://welcon.kocca.kr/en/directory/company/studio-dragon--4205>>. Acesso em: nov. 2024.

ajudaria a promover os conteúdos sul-coreanos para todo o mundo, oferecendo novos valores e experiências, além de expandir o mercado e as realizações do estúdio para além da Coreia do Sul. A parceria também incluiu o direito da Netflix de adquirir até 4,99% das ações do *Studio Dragon*<sup>23</sup>.

Como primeiro produto proveniente dessa parceria, tivemos os dramas *Love Alarm* (2019), uma adaptação do *webtoon*<sup>24</sup> homônimo de Chon Kye-young. A série, que conta com duas temporadas, retrata o romance adolescente de uma garota que, influenciada por um aplicativo de relacionamentos, se vê indecisa entre dois melhores amigos. O drama também explora a vida familiar conturbada da protagonista, adicionando profundidade à narrativa ao abordar questões pessoais e emocionais que vão além do triângulo amoroso.

Figura 4: Capa do drama *Love Alarm* da Netflix



Fonte: Acervo da plataforma Netflix

A segunda obra foi *Kingdom* (2019), um drama de suspense que se passa na dinastia Joseon<sup>25</sup>, a última e mais longa dinastia da Coreia, que perdurou de 1392 até 1897, 500 anos antes da proclamação do império coreano. A história segue um

<sup>23</sup> CJ ENM, Studio Dragon e Netflix anunciam parceria de longo prazo - About Netflix. Disponível em: <[https://about.netflix.com/pt\\_br/news/cj-enm-studio-dragon-netflix-announce-a-long-term-partnership](https://about.netflix.com/pt_br/news/cj-enm-studio-dragon-netflix-announce-a-long-term-partnership)>. Acesso em: nov. 2024.

<sup>24</sup> *Webtoon* são histórias em quadrinhos digitais com foco na leitura vertical.

<sup>25</sup> DOS, C. série de televisão sul-coreana de 2019-2020. Disponível em: <[https://pt.wikipedia.org/wiki/Kingdom\\_\(s%C3%A9rie\\_sul-coreana\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Kingdom_(s%C3%A9rie_sul-coreana))>. Acesso em: nov. 2024.

príncipe herdeiro que parte em uma missão para investigar uma doença misteriosa que assola o país. O dorama, que conta com várias temporadas, mescla ação, zumbis e elementos históricos, criando uma trama envolvente e única, que combina drama político com o suspense de uma ameaça sobrenatural.

Figura 5: Capa do dorama *Kingdom* da Netflix.



Fonte: Revista Jovem Geek

A parceria entre os *Studios Dragon* e a Netflix tem se mostrado bastante eficaz ao longo dos anos, com mais de 50 títulos do estúdio disponíveis na plataforma, incluindo produções de grande sucesso, como *Pousando no Amor* (2019). Que no mesmo ano de seu lançamento, segundo dados fornecidos pela própria plataforma, o dorama entrou no top 10 de países como Filipinas, Singapura, Taiwan e Tailândia. Esse sucesso ajudou a alcançar o objetivo inicial da Netflix ao entrar no mercado coreano: expandir sua presença para o restante do leste asiático.

Essa colaboração foi essencial para a difusão dos doramas no Brasil. Com o aumento da quantidade de obras disponíveis, o público passou a ter acesso mais amplo à diversidade das produções, beneficiando tanto a plataforma quanto os espectadores de doramas, que encontraram na Netflix um meio acessível para consumir esses conteúdos. Além disso, a Netflix conseguiu expandir seu público, atraindo novos assinantes interessados em conteúdos asiáticos, especialmente as

produções sul-coreanas, consolidando-se como uma das principais plataformas para o consumo global desses dramas.

Ao investir em produções locais e traduzir essas obras para diferentes idiomas, a Netflix se posicionou como um elo entre culturas, oferecendo ao público ocidental uma janela para o entretenimento coreano, que ressoam além das fronteiras culturais.

O reflexo desse sucesso ocorreu com a abertura de dois novos espaços de produção na província de *Gyeonggi*, próximos a Seul, em 2021. Entre 2015 e 2020, a Netflix investiu US\$ 700 milhões<sup>26</sup> em produções sul-coreanas. Segundo Amy Reinhard, a vice-presidente de operações de estúdio da Netflix, a criação desses novos estúdios contribuiria significativamente para o aumento da produção de novas histórias, além de gerar oportunidades de trabalho para a comunidade local, impulsionando ainda mais o crescimento da indústria de entretenimento sul-coreana.

Para Minyoung Kim, vice-presidente de conteúdo coreano da Netflix, a história coreana ajuda a construir empatia e a desenvolver uma compreensão mútua do mundo. Ele ainda afirma que as pessoas em diferentes partes do globo se conectam por meio dos estilos coreanos que apreciam, e são por essas pessoas que a Netflix está comprometida em investir na comunidade criativa coreana.

### 2.3.3 A globalização do consumo audiovisual coreano

De acordo com os tópicos explorados anteriormente, o poder de disseminação da internet, aliado à globalização, tem impulsionado o consumo de produções audiovisuais por meio de plataformas de *streaming*. Além disso, a pandemia foi um fator importante no aumento da popularidade de conteúdos originários da região oriental.

Com as novas possibilidades de consumo audiovisual, as plataformas se expandiram, oferecendo acesso a conteúdos via *streaming* e *fansubbing*,

---

<sup>26</sup> Expandindo a presença na Coreia, Netflix começa o ano com dois novos espaços de produção - About Netflix. Disponível em: <[https://about.netflix.com/pt\\_br/news/expanding-our-presence-in-korea-netflix-production-facilities](https://about.netflix.com/pt_br/news/expanding-our-presence-in-korea-netflix-production-facilities)>. Acesso em: nov. 2024.

democratizando o acesso a produções coreanas dentro e fora do contexto da Coreia, chegando até às telas brasileiras.

Outro ponto relevante é a dedicação dos fãs na criação de materiais de apoio para outros fãs. Esse movimento de colaboração diversificou as formas de consumir conteúdo, seja com ou sem legendas, possibilitando também o aprendizado indireto de línguas e o contato com culturas distantes

Em resumo, o sistema de organização dos fãs é rápido, prioritário e acessível, especialmente no que se refere à diversidade do conteúdo traduzido, tanto em produtos fora quanto dentro dos catálogos de *streaming*. Apesar do acesso facilitado, é importante lembrar que muitas dessas plataformas são piratas e estão frequentemente localizadas na *deep web*, onde é mais fácil acessar conteúdos diversificados.

Historicamente, o foco do audiovisual sempre foi o olhar americano, tanto na produção quanto na distribuição desses materiais. No entanto, com a plataforma Viki, a interação entre *streaming*, fãs e conteúdos tornou-se um triângulo de relações que atuam conjuntamente na democratização do conteúdo audiovisual coreano.

Também vale destacar que algumas plataformas precisaram ser pioneiras para abrir portas ao surgimento de novos olhares sobre a produção e distribuição de conteúdo oriental, tanto dentro de suas próprias culturas quanto para o público global.

A presença da Netflix no mercado sul-coreano e seu investimento nas produções locais têm sido determinantes para a expansão e consolidação do *streaming*, não apenas na Coreia do Sul, mas também no Brasil e em diversas outras regiões. A plataforma soube aproveitar o fenômeno *Hallyu*, que se espalhou globalmente, promovendo a cultura e o entretenimento coreano para uma audiência mundial, especialmente por meio de doramas e outros formatos de conteúdo. Ao investir em produções originais e estabelecer parcerias estratégicas com estúdios como a CJ ENM, a Netflix se posicionou como uma ponte entre o leste asiático e o ocidente, promovendo uma troca cultural enriquecedora.

No Brasil, esse movimento resultou na popularização dos doramas e na formação de uma base de fãs engajada, que viu na plataforma uma maneira prática de acessar conteúdos que antes eram difíceis de encontrar. A estratégia da Netflix de criar produções locais e aumentar a oferta de conteúdos asiáticos não só ampliou seu catálogo, mas também gerou novas oportunidades para a indústria audiovisual sul-coreana, impulsionando a economia criativa e criando empregos na região, ressignificando a visão negativa que a chegada da plataforma trouxe ao país.

Em um cenário global cada vez mais conectado, onde as fronteiras culturais tornam-se mais fluídas, o investimento da Netflix em conteúdos internacionais se configura como uma tendência que fortalece o papel da plataforma no mercado global de entretenimento. Além disso, cria um ambiente de troca cultural, empatia e entendimento mútuo entre diferentes povos. O futuro parece promissor, com a continuidade dos investimentos estratégicos e a expansão da produção local, permitindo que a Netflix continue a ser uma plataforma de referência para a distribuição e consumo de conteúdo global.

No próximo capítulo, abordaremos a origem dos doramas, explorando a terminologia do termo, suas classificações conforme os países de origem e o contexto histórico, político e econômico no qual surgiram. Também analisaremos sua estrutura narrativa e seus formatos, visando compreender melhor como se deu seu sucesso no oriente e, posteriormente, no ocidente, por meio dos *fansubs* e da Netflix.

### 3. DORAMAS

As obras audiovisuais do leste e sudeste asiático que vêm conquistando o mundo, especialmente o Brasil, são os doramas. Esses programas são semelhantes às séries norte-americanas e às novelas latino-americanas. Originadas no Japão, na década de 1950, a popularização desse formato televisivo acabou se espalhando para outros países asiáticos, como China, Tailândia e Coreia do Sul.

Embora tenham origem japonesa, os doramas mais conhecidos e de maior sucesso são os chamados *K-dramas*. O "K" refere-se à inicial de "Korea", indicando a origem sul-coreana da produção. De forma semelhante, os doramas chineses são denominados *C-dramas*, os japoneses *J-dramas* e os tailandeses *T-dramas* ou *Lakorns*.

Para compreender os motivos que levaram esse formato de obra a se popularizar além do território asiático, assim como entender por que as produções sul-coreanas ganharam destaque inicialmente entre os países do leste asiático antes de alcançarem o público ocidental, é necessário analisar a origem do país. Ao longo deste capítulo, iremos explorar a história, a cultura e a economia sul-coreanas, com o objetivo de compreender o contexto no qual os doramas surgiram, os fatores que contribuíram para o sucesso atual dessas obras e como a Coreia do Sul transformou seus bens culturais em um exemplo de sucesso de *soft power*.

#### 3.1 Breve histórico da Coreia do Sul : cenário político e econômico em que os doramas surgiram

O território que hoje conhecemos como Coreia do Sul é marcado por uma longa trajetória de conflitos políticos, invasões e guerras. Para compreender a representação cultural desse povo e a popularização dos doramas no cenário contemporâneo, é essencial analisar o crescimento industrial, econômico e tecnológico do país, bem como sua construção política e sociocultural.

A história da Coreia se estende por mais de 5 mil anos, período em que se manteve reclusa ao contato com outros países até o final do século XIX, quando foi forçada a abrir suas fronteiras ao mundo (Yang, 2007, p. 182). A partir desse momento, a cultura coreana passou a sofrer intensas influências externas. Eventos como a colonização pelo Japão, a Guerra das Coreias e a Crise Econômica Asiática



de 1997 impactaram profundamente o cenário cultural do país, efeitos que permanecem visíveis até hoje.

A Península Coreana, hoje dividida em dois países — Coreia do Sul (República da Coreia) e Coreia do Norte (República Democrática Popular da Coreia) —, foi, até a primeira metade do século XX, um único território. Sua história, que remonta a milhares de anos, foi marcada por divisões em dinastias, impérios, colonizações, ditaduras e, por fim, a atual democracia. Durante a dinastia *Joseon*, a última dinastia (1392–1897), a Coreia era considerada um país eremita, mas foi obrigada a ceder às pressões estrangeiras para abrir suas fronteiras (Monteiro, 2014, p. 14).

Devido à proximidade geográfica com a China, a península coreana sofreu fortes influências desse país, tais como a adoção do budismo e do confucionismo<sup>27</sup>, além do alfabeto chinês. O próprio alfabeto coreano, conhecido como *hangul*, foi criado a partir da simplificação do alfabeto chinês. Com a chegada dos séculos XVI e XVII, diversas invasões foram feitas contra o território da Dinastia *Joseon*. Forças japonesas e da Manchúria utilizaram seus potenciais militares diversas vezes contra a Coreia (HWANG, 2009, p. 80-87).

Entre 1894 e 1895 ocorreu a Guerra Jiawu<sup>28</sup>, nome chinês dado a primeira guerra sino-japonesa, entre China e Japão pelo controle da Coreia, tendo o Japão como vencedor, foi instaurado o tratado de Shimonoseki<sup>29</sup> que impôs à China o reconhecimento da independência da Coreia como país.

No entanto, com a vitória japonesa, iniciou-se a colonização do território coreano, que durou cerca de 35 anos. Esse período foi extremamente sensível para a identidade do povo coreano, marcado por massacres, exploração dos recursos naturais, opressão cultural e proibição de manifestações culturais. Os coreanos

---

<sup>27</sup> Confucionismo é um sistema filosófico milenar Chinês que coloca a família como base de uma sociedade onde todos vivem em harmonia. BIGWORKS; YAMASHITA, A. Confucionismo: o sistema filosófico milenar da China. Disponível em: <<https://chinavistos.com.br/confucionismo/>> Acesso em: dez. 2024.

<sup>28</sup> A Guerra de Jiawu, em chinês, é frequentemente chamada de Primeira Guerra Sino-Japonesa em inglês. “Jiawu” se refere ao ano no ciclo de 60 anos do calendário tradicional chinês. BUCKLEY, C. História, 1894: a primeira guerra sino-japonesa, 120 anos atrás. Disponível em: <<https://diplomattizando.blogspot.com/2014/07/historia-1894-primeira-guerra-sino.html?m=1>>. Acesso em: dez. 2024.

<sup>29</sup> Assinado em 1895, o tratado previa que com a derrota, a China entregaria territórios ao Japão e o fim da Coreia como colônia. 1895: Tratado de paz de Shimonoseki. 1895: Tratado de paz de Shimonoseki Disponível em: <https://www.terra.com.br/noticias/1895-tratado-de-paz-de-shimonoseki,e912bb6d85572875658ad4828dad3154x5v4iyr8.html>> Acesso em: dez. 2024.

foram impedidos de usar seu próprio idioma e obrigados a adotar nomes japoneses (Yang, 2007, p. 182; Jang; Paik, 2007, p. 199). Durante essa ocupação, muitos homens coreanos foram forçados ao trabalho escravo, e inúmeras mulheres coreanas foram levadas para se tornarem escravas sexuais dos exércitos japoneses.

Esses traumas explicam a profunda mágoa entre os territórios coreano e japonês. Muitas dessas temáticas são retratadas em doramas, sejam eles históricos ou contemporâneos. Um exemplo é o caso das "mulheres de consolo", como ficaram conhecidas as escravas sexuais coreanas. O drama *Tomorrow* (2022), embora tenha sido criticado por abordar temas considerados tabus, como o suicídio, dedicou um episódio inteiro a essas mulheres. O episódio retrata desde o momento em que foram levadas aos acampamentos japoneses — algumas enganadas por propostas de trabalho em outros territórios, outras sequestradas à força em invasões — até a dura realidade enfrentada nos acampamentos, onde sofreram torturas físicas e psicológicas. Mesmo aquelas que conseguiram sobreviver, enfrentaram a repressão e o preconceito de seu próprio povo ao retornarem, marcadas pelos abusos sofridos nas mãos dos inimigos.

Em 2015, foi assinado um acordo no qual o Japão pagou uma indenização às famílias das vítimas e fez um pedido formal de desculpas como forma de apaziguar a relação entre os países diante dos traumas causados pela guerra.

Ao final da Segunda Guerra Mundial, em 1945, com o término da colonização japonesa, a Coreia já era o segundo país mais industrializado da Ásia, ficando atrás apenas do Japão. Com a rendição japonesa, Estados Unidos e União Soviética chegaram a um acordo para ocupar o território coreano em conjunto, até que um governo coreano unificado fosse estabelecido. Posteriormente, o território foi dividido, com os Estados Unidos ocupando a região correspondente à Coreia do Sul e a União Soviética assumindo o controle da Coreia do Norte, na linha conhecida como Paralelo 38<sup>30</sup> (HANAKI et al., 2007, p. 284).

Apesar de um forte senso inicial de unificação em ambos os lados, em 1950 iniciou a Guerra das Coreias, marcada pela primeira invasão dos norte-coreanos ao território sul-coreano. A guerra durou três anos e trouxe resultados catastróficos para ambos os lados, com a morte de milhões de pessoas. Atualmente, os países ainda

---

<sup>30</sup> Linha imaginária que divide a Coreia do Norte e a Coreia do Sul.

mantêm o armistício assinado em 1953, com algumas tentativas de reaproximação ao longo dos últimos 72 anos.

Após mais um conflito bélico que devastou o país, a Coreia do Sul teve que recomeçar do zero, já que o território estava praticamente destruído, tanto em termos econômicos quanto de infraestrutura física (Jang; Paik, 2007, p. 199). É nesse cenário de reconstrução que, na década de 1960, o governo instaurou uma ditadura militar, que durou até cerca de 1987, com o objetivo de garantir a segurança nacional e promover o desenvolvimento econômico.

Apesar das severas repressões sofridas pela população, do ponto de vista econômico, esse período trouxe benefícios para o país. Foi durante essa época que o governo lançou os planos quinquenais de desenvolvimento econômico, focados no comércio exterior. Esses planos fortaleceram os laços entre o Estado, o setor bancário e os *chaebols*<sup>31</sup> (Monteiro, 2014, p. 18).

De 1963 a 1979, Park Chun-hee presidiu a Coreia do Sul sob um governo autoritário. Apesar da repressão política, esse período foi marcado por um significativo desenvolvimento econômico. O país direcionou seus investimentos para a exportação, com apoio dos Estados Unidos e do Japão, que forneceram empréstimos como forma de compensação pelos danos causados durante o período de colonização. Esse regime só chegou ao fim com a derrubada da ditadura, impulsionada por manifestações e protestos civis, em sua maioria liderados por estudantes universitários e sindicatos trabalhistas. A partir da década de 1980, a Coreia do Sul instaurou um governo mais democrático.

Com o fim da ditadura e a transição para a democracia, o país passou por outro marco importante: o término das restrições à entrada de produtos culturais estrangeiros. Esse contato crescente com a cultura externa gerou preocupações no campo político e sobre a integridade cultural (Shim, 2006, p. 31; Joo, 2011, p. 490; Jang; Paik, 2012, p. 200). Por muito tempo, o povo coreano teve sua identidade cultural reprimida, o medo que o mercado estrangeiro tomasse conta do país e com a intenção de fortalecer e criar o senso de identidade próprio, para além do âmbito econômico, fez com que o governo fosse mais cuidadoso a respeito da livre entrada de conteúdos no país e como poderiam se resguardar quanto a isso.

---

<sup>31</sup> *Chaebols* são conglomerados de empresas privadas, geralmente familiar, conhecidos no país devido ao direcionamento da economia pelo Estado (JITSUKAWA, 2018).

Em 1995, com a chegada da TV a cabo, o país enfrentou altos gastos para importar programação televisiva estrangeira. O consumo intenso e crescente de filmes de *Hollywood* enfraqueceu a indústria cinematográfica local (Joo, 2011, p. 491). Nesse contexto, o governo começou a perceber a importância de investir na cultura local e o potencial econômico que ela poderia trazer, especialmente após o sucesso de bilheteria de filmes estrangeiros como *Jurassic Park*, que dominou os cinemas sul-coreanos por quase três meses.

É nesse cenário que os doramas entram na programação, para preencher a demanda e a necessidade de produzir narrativas ficcionais que atendessem as necessidades da TV aberta, sem inserir ainda mais programação estrangeira a um alto custo. Diante disso, o governo intensificou os investimentos na indústria cultural. Ainda em 1995, implementou uma emenda na MPL<sup>32</sup> (Lei do Audiovisual Sul-Coreana, ou *Motion Picture Promotion Law*), visando atrair capital para um fundo de incentivo e criar benefícios fiscais para o setor audiovisual. Isso despertou o interesse dos *chaebols*, que passaram a investir no setor, contribuindo para a produção, distribuição, exibição e importação de obras audiovisuais.

Em 1997, a Coreia do Sul enfrentou uma crise financeira, conhecida como a *Crise dos Tigres Asiáticos*. Essa crise gerou a desvalorização da moeda em relação ao dólar, perda de investidores estrangeiros, colapso do mercado de ações, falência de empresas, aumento do desemprego e crises sociais em toda a região afetada.

Nesse cenário de crise, Kim Dae-jung assumiu a presidência da Coreia do Sul em 1998. Com uma série de estratégias, conseguiu tirar o país da crise em um curto período. Sua eleição marcou uma mudança significativa, sendo o primeiro presidente da oposição a ser eleito. Além disso, seus esforços diplomáticos na reconciliação entre as Coreias do Sul e do Norte lhe renderam o Prêmio Nobel da Paz no ano 2000.

Autodenominado "presidente da cultura", Kim Dae-jung adotou como estratégia econômica a ênfase no desenvolvimento da indústria cultural, midiática e da tecnologia da informação como pilares para o crescimento do país. Kim buscou estabelecer uma conexão entre *Hallyu* e o fomento industrial, embora também a enxergasse como um mecanismo da força nacional (Kim; Jin, 2016)

---

<sup>32</sup> Lei criada em 1963, que sancionou a criação de subsídios governamentais a toda a cadeia audiovisual coreana e posteriormente decretava uma cota de dias mínimos que as obras nacionais deviam ser exibidas por sala de cinema, correspondendo a 40% do espaço cinematográfico anual. MUNIZ, 2019. SILVA 2019, P.5

A estratégia de Kim foi expandir os investimentos na produção de conteúdos culturais, como programas televisivos, músicas e filmes, para fortalecer o mercado de entretenimento interno e impulsionar a exportação desses produtos (Tanaka; Samara, 2013, p. 4; Shim, 2006, p. 34; Jang; Paik, 2012, p. 200). Durante seu mandato, o incentivo financeiro para o setor cultural aumentou de 0,60% por ano para 1,15% do orçamento total do governo em 2002 (Shim, 2006, p. 34-35). Os resultados dessa política foram significativos. Em 2004, o lucro com a exportação de conteúdo televisivo ultrapassou 80 milhões de dólares, um salto expressivo em comparação aos modestos 10 milhões arrecadados até 1998 (Tanaka; Samara, 2013, p. 5)

Foi nesse contexto de conflitos, crises, reestruturação financeira e investimento no setor cultural que os doramas ganharam destaque na programação das TVs coreanas. Além de oferecer um retorno financeiro promissor, os doramas desempenharam um papel crucial no fortalecimento de uma identidade cultural que, por décadas, havia sido reprimida. O governo viu na exportação de bens culturais — como cinema, música, literatura e séries televisivas — uma oportunidade para reestruturar e expandir a economia nacional. Esse momento marca o início do que seria conhecido como a primeira onda do *Hallyu*.

### 3.2 *Hallyu*

A *Hallyu*, também conhecida como *Korean wave* ou “onda coreana”, é um conceito desenvolvido pela mídia chinesa, no final dos anos 1990, para se referir à imensa fama da cultura coreana na China (KOREAN CULTURE AND INFORMATION SERVICE, 2011). A onda começou de forma modesta, com foco no Japão e na China. Com a liberalização das mídias na década de 1990 e o investimento estratégico da Coreia do Sul em sua indústria cultural, o país passou a produzir obras em larga escala, usando os dramas televisivos como ponto de partida. Desse modo, a *Hallyu* funcionou como uma política de desenvolvimento econômico executada pelo governo sul-coreano com o objetivo de desenvolver por meio das produções culturais associadas a componentes do marketing, um maior avanço na indústria, investimento e movimentação comercial do país (Walsh, 2014).

A aceitação e o sucesso dessas produções variam significativamente de acordo com cada país e suas características culturais. Na China, acredita-se que o

sucesso tenha começado com o dorama *What is Love?* (1991). Esse drama cativou os telespectadores chineses ao abordar os desafios das relações familiares e conjugais de forma realista, sendo assistido por mais de 150 milhões de espectadores no país (KOREAN CULTURE AND INFORMATION SERVICE, 2011).

No caso do *K-pop*, o destaque inicial foi o grupo H.O.T. (1996-2001), que contribuiu significativamente para a disseminação da música coreana internacionalmente e também influenciou em outros aspectos culturais. Na mesma época muitos jovens chineses pintam seus cabelos seguindo os padrões do grupo de *k-pop*.

Figura 6: Pôster do dorama *What is love*



Fonte: My Drama List

No Japão, o sucesso da *Hallyu* está atrelado ao dorama *Winter Sonata* (2002), que alcançou feitos inéditos. A obra chegou a ser exibida mais de uma vez no mesmo ano em solo japonês, e o protagonista tornou-se o queridinho das donas de casa. O impacto foi tão grande que, após sua exibição, o turismo na Coreia do Sul cresceu significativamente, com turistas procurando os cenários onde o dorama foi gravado.

Figura 7: Pôster do drama *Winter Sonata*

Fonte: TMDB

Apesar do sucesso indiscutível das obras mencionadas anteriormente, o grande responsável por levar os dramas coreanos ao cenário internacional foi *Jewel in the Palace* (2003). Baseado em uma história real, o drama narra a trajetória de uma cozinheira órfã que se torna a primeira médica real da Dinastia Joseon. A obra histórica combina elementos da cultura tradicional coreana com aspectos da culinária e da medicina da época. O drama não apenas alcançou um enorme sucesso de audiência, como também foi exportado para 91 países, arrecadando impressionantes US\$ 103,4<sup>33</sup> milhões em todo o mundo. Seu impacto ajudou a consolidar a reputação dos *K-dramas* como produções culturais de alta qualidade e ampliou significativamente o alcance da *Hallyu* além da Ásia.

---

<sup>33</sup> Jewel in the Palace. Disponível em: <[https://en.wikipedia.org/wiki/Jewel\\_in\\_the\\_Palace](https://en.wikipedia.org/wiki/Jewel_in_the_Palace)> Acesso em: nov. 2024.

Figura 8: Pôster do dorama *Jewel in the Palace*



Fonte: TMDB

O poder cooperativo suave é tão importante quanto o poder de comando rígido. Se um estado puder fazer seu poder parecer legítimo aos olhos dos outros, encontrará menos resistência aos seus desejos. Se sua cultura e ideologia forem atraentes, outros o seguirão com mais, boa vontade. Se conseguir estabelecer normas internacionais consistentes com sua sociedade, é menos provável que tenha que mudar. Se puder apoiar instituições que fazem outros estados desejarem canalizar ou limitar suas atividades da maneira que o estado dominante preferir, pode ser poupado do custoso exercício de poder coercitivo ou duro (Nye, 1990, p. 167).

O conceito de *soft power*, definido por Joseph Nye (1990) como a capacidade de influenciar positivamente outros estados de forma sutil por meio de bens culturais, encontra na *Hallyu* sua maior expressão. A onda coreana abrange diversos elementos culturais, como música (*K-pop*), dramas televisivos (*K-dramas*), mercado de beleza e moda (*K-beauty*), gastronomia (*K-food*), cinema, turismo e até o aprendizado do idioma coreano. Esses elementos são frequentemente consumidos



de forma integrada, especialmente através dos *K-dramas*, que funcionam como uma vitrine para diversas expressões culturais, promovendo desde produtos de beleza até a culinária local.

O movimento da *Hallyu* é historicamente dividido em gerações ou ondas, com cada uma representando avanços e novas incorporações culturais que ampliaram seu impacto global. Atualmente, estamos vivenciando a quarta onda, marcada pela consolidação da Coreia do Sul como um dos maiores centros globais de produção cultural. Esta fase é caracterizada por uma integração ainda mais forte entre diferentes plataformas digitais e a crescente popularidade do conteúdo coreano em mercados ocidentais. Além de desempenhar um papel significativo no fortalecimento da diplomacia cultural sul-coreana, projetando sua cultura e valores ao redor do mundo, enquanto influencia a indústria do entretenimento e o comportamento de consumo global.

### **3.2.1 Primeira onda do *Hallyu***

A primeira onda da *Hallyu* abrange o período de 1992 a 2004, com destaque para o sucesso dos doramas coreanos (*K-dramas*). Embora o formato tenha suas origens no Japão, os *K-dramas* conquistaram enorme popularidade em diversos países asiáticos, sendo amplamente exportados para preencher as grades das emissoras de televisão. No Japão e na China, em particular, essas produções se tornaram uma alternativa viável às séries americanas, tanto por apresentarem conteúdos mais próximos da realidade cultural local quanto por serem mais acessíveis em termos de custo.

Além de representar uma opção econômica, os *K-dramas* desempenharam um papel importante ao contribuir para o apaziguamento das relações entre Coreia do Sul e Japão, ainda marcadas por sensibilidades históricas relacionadas ao período de guerra.

O investimento da Coreia do Sul no setor cultural também foi determinante para o crescimento da *Hallyu*. Entre 1998 e 2002, o orçamento total destinado à cultura saltou de aproximadamente 440 milhões de dólares para 1,1 bilhão de dólares (Kim, 2011, p. 9), mostrando o comprometimento do governo em transformar a cultura em uma força econômica e diplomática. No início do mandato do

presidente Kim Dae-jung (1998-2003), foi criada a *Basic Law for the Cultural Industry Promotion*, uma legislação que visava impulsionar a indústria cultural sul-coreana. Essa lei foi implementada para facilitar a abertura do comércio exportador e incentivar as empresas de entretenimento a continuarem com projetos voltados para a promoção da cultura nacional. Como resultado, foram alocados cerca de US\$ 148,5 milhões para o desenvolvimento e fortalecimento do setor cultural (Kim, J., 2011, p. 9).

O cinema sul-coreano também começou a ganhar destaque internacional durante esse período, como *Shiri* (1999) e *Joint Security Area* (2000), que foram sucessos de bilheteria e ajudaram a introduzir o cinema sul-coreano a um público mais amplo, refletindo os investimentos estratégicos do governo no setor cultural. Esses esforços impulsionaram não apenas a produção de dramas televisivos, mas também a expansão e o reconhecimento do cinema sul-coreano em mercados estrangeiros.

### **3.2.2 Segunda onda do *Hallyu* e o K-pop**

A segunda onda da *Hallyu* iniciou por volta de 2004, e trouxe o *K-pop* como o principal elemento cultural em destaque. Embora as produções televisivas e cinematográficas continuassem a fazer sucesso e a se expandir para novos territórios além da Ásia, foi a música pop coreana que desempenhou o papel central no crescimento da popularidade da cultura sul-coreana. Grupos como *Super Junior*, *Big Bang*, *Girls' Generation* e mais tarde, *EXO* e *BTS*, alcançaram popularidade em diversos continentes.

A partir da segunda onda, a *Hallyu* já não estava restrita à Ásia, mas se expandia para o ocidente, especialmente nos Estados Unidos e na Europa, com o *K-pop* se tornando uma força crescente dentro da indústria musical internacional. Foi com o sucesso de "*Gangnam Style*", de Psy, em 2012, que o mundo passou a conhecer a cultura coreana de fato. A música, que fala sobre o estilo de vida de um dos bairros mais ricos da Coreia do Sul, Gangnam, acompanhada de uma "dancinha" engraçada, alcançou números impressionantes e deu o impulso que o *soft power* coreano precisava para o reconhecimento mundial. Psy é lembrado até hoje e segue sendo um dos cantores mais famosos da Coreia do Sul.

O termo *K-pop* é uma abreviação de "Korean Pop" (música popular coreana). Não se trata de um gênero musical, mas de um estilo que mistura *pop*, *hip hop* e música eletrônica. Mais do que apenas canções, o *K-pop* é conhecido por apresentações completas, compostas por música, dança e visuais altamente produzidos.

Antes de um grupo de *K-pop* ser formado, os artistas passam por um longo e rigoroso período de treinamento. Esses aspirantes são chamados de *trainees*, e enfrentam anos de preparação, incluindo intensos treinamentos em dança e canto, além de dietas restritas para se encaixarem nos padrões visuais exigidos pela indústria. Após esse período, os *trainees* podem finalmente estrear (*debut*), seja como integrantes de um grupo ou como artistas solo.

Os grupos de *K-pop* são geralmente formados exclusivamente por meninos (*boy groups*) ou meninas (*girl groups*), sem um limite fixo de integrantes. Há grupos que variam de quartetos a formações com mais de 10 membros. Suas músicas e videoclipes são influenciados pela cultura americana e, frequentemente, misturam letras em coreano e inglês. Figurinos elaborados e coreografias marcantes são elementos essenciais nos videoclipes, sendo comum que as músicas incluam uma sequência de passos icônicos que se tornam assinatura da canção.

Dentro de cada grupo, os membros ocupam posições específicas que destacam suas habilidades e funções. Essas posições incluem: vocalista; responsável pelos vocais principais; o rapper, encarregado das partes de rap nas músicas; o dançarino principal, aquele que vai se destacar nas coreografias e executar as mais complexas; o visual, o integrante considerado mais atraente, representando o padrão estético do grupo e o *center*; o membro que ocupa o centro das formações durante apresentações e fotos promocionais. Embora um membro possa assumir mais de uma posição, essa estrutura garante que o grupo tenha todos os elementos necessários para criar uma apresentação completa e impactante.

Os fãs desempenham um papel crucial na disseminação da *Hallyu*. No *K-pop*, essa relação é construída principalmente por meio das redes sociais, seja por interações online em um post, transmissões ao vivo, *fan meetings* ou shows. Cada

grupo de K-pop possui um nome próprio para sua base de fãs. Por exemplo, os fãs do *BTS*, considerado atualmente o maior grupo de K-pop do mundo, são chamados de *ARMYs*. O *BTS* acumula números impressionantes de ouvintes nas plataformas digitais, assim como milhões de seguidores em suas redes sociais.

Outro fator relevante que impulsionou a popularidade do *K-pop* são os altos investimentos nas produções realizadas pelas empresas de entretenimento. Atualmente, as maiores do ramo são *SM Entertainment*, *YG Entertainment*, *JYP Entertainment* e *HYBE Corporation*, responsáveis pelos maiores grupos de K-pop da atualidade, como *Girls' Generation* (2007), *Blackpink* (2016), *Twice* (2015) e *BTS* (2013), respectivamente.

### 3.2.3 A terceira e quarta onda e o *Hallyu* no Brasil

Um dos fatores de maior importância na comercialização dos produtos culturais sul-coreanos foi a internet e as redes sociais, tanto para os *k-dramas*, com o surgimento dos *fansubbers* e o *streaming* com a tradução dessas obras para mais países fora do eixo asiático, como para o *k-pop*, com o YouTube, que permitiu que esses produtos alcançassem novos patamares e permitisse uma maior conexão entre os artistas e os fãs

A terceira onda da *Hallyu*, ocorrida entre 2012 e 2016, consolidou a presença da cultura sul-coreana em mercados internacionais, com o crescimento do *K-pop* e de outras vertentes da cultura coreana, como o *K-beauty* (cosméticos e produtos de beleza) e o *K-food* (gastronomia coreana). Esse movimento foi ainda mais fortalecido pelo papel crescente das mídias sociais, que aumentaram as interações entre os artistas e seus fãs internacionais. Redes sociais como Twitter, Instagram e TikTok, tornaram-se ferramentas essenciais para a divulgação de conteúdo, facilitando a promoção do *K-pop* e de outras formas de cultura coreana de maneira mais eficaz.

Além disso, doramas como *Descendants of the Sun* (2016) e *Goblin* (2016) continuaram a expandir a popularidade dos *K-dramas*. Para além do âmbito musical, o *K-pop* promove a cultura na totalidade. Pode-se dizer que, hoje, o *BTS* é o principal porta-voz coreano, sendo um grupo engajado em questões sociais, ambientais e educacionais. Em 2021, foram nomeados pelo presidente do país

como representantes da diplomacia pública em eventos internacionais, ajudando a Coreia do Sul a se projetar como um líder cultural global.

Figura 9: Grupo *BTS* na casa branca em evento (2022)



Fonte: G1 Globo

A quarta onda da *Hallyu* representa não apenas o consumo global da cultura coreana, mas também a maneira como ela está moldando e influenciando outras culturas ao redor do mundo. A interação digital e o reconhecimento de seu impacto evidenciam como a Coreia do Sul se tornou um centro global de entretenimento e inovação cultural.

É possível perceber isso em todos os elementos culturais do movimento, nos dramas vemos o crescimento dessas obras nas plataformas de entretenimento, o que antes era um conteúdo limitado e encontrado em poucos locais, ganhou a maioria das plataformas e vem apresentando crescimentos surpreendentes e altos investimentos.

No cinema evidenciamos isso em 2020, quando Bong Joon-ho conquistou reconhecimento global ao vencer o Oscar com o filme *Parasita* (*Parasite*). A obra fez

história ao se tornar o primeiro filme não falado em inglês a ganhar o prêmio de melhor filme, além de receber outras três estatuetas: melhor diretor, melhor roteiro original e melhor filme estrangeiro.

Parasita, apesar de ser uma obra simples em sua essência, apresenta uma crítica contundente às desigualdades sociais, explorando as disparidades de classe entre duas famílias coreanas – uma rica e outra pobre. Com uma narrativa envolvente e imprevisível, o filme cativa o público ao mesmo tempo, em que provoca reflexões profundas sobre as complexidades da estrutura social. Causando a estranheza típica que Bong Joon-ho traz em suas obras. O sucesso merecido do filme só reafirma o impacto global do cinema sul-coreano e demonstra como o investimento na cultura pode projetar uma nação no cenário internacional.

Figura 10: Personagens do filme Parasita (2019)



Fonte: Cultura Genial

Arelado ao audiovisual, uma prática cada vez mais comum é a exibição de shows de *K-pop* nas salas de cinema, assim como documentários sobre a vida dos artistas. Em 2024, em parceria com a rede Cinépolis, vários shows e documentários

sobre os artistas dos grupos foram exibidas nas salas de cinema brasileiro, como o show *Map of the soul* do grupo BTS e mais obras já tem datas agendadas para irem ao cinema ao longo do ano de 2025.

O Brasil, hoje, conta com uma comunidade asiática bastante expressiva, particularmente a coreana, que desempenha papel fundamental na disseminação da cultura no país. A imigração coreana ganhou forças a partir de 1960 com muitos imigrantes se estabelecendo em São Paulo, o bairro Liberdade é um forte exemplo disso, como um dos maiores pontos no Brasil da cultura asiática, onde reúne não apenas comércios, mas eventos da cultura asiática, se tornando o ponto turístico asiático do Brasil

O mercado alimentício tem ganhado bastante destaque, é cada vez mais comum encontrar estabelecimentos que vendem produtos como *kimchi*, *ramyeon* (macarrão instantâneo), molhos típicos e até mesmo sobremesas tradicionais, como *bingsoo* (raspadinha coreana). Assim como o *soju*, uma bebida alcoólica fermentada do arroz, muito desses elementos são amplamente conhecidos, especialmente através do doramas. Eles fazem parte do cotidiano coreano, e a constante exposição desses produtos desperta o interesse do telespectador pelo consumo e comércio desses itens. Isso não só movimenta a economia, como também aproxima os fãs da *Hallyu*, permitindo uma imersão cultural sul-coreana no Brasil.

A imagem da pele perfeita dos ídolos do *k-pop*, assim como dos atores e atrizes coreanos associado ao marketing constante dos produtos de cuidados e beleza coreanos impulsionam a procura por esses cosméticos no país, o próprio estilo de maquiagem das coreanas, voltados para uma pele mais limpa e, com efeito, natural é cada vez mais comum entre os consumidores do *Hallyu*, assim como a adoção dos estilos de roupas.

A integração da cultura coreana na rotina brasileira mostra o quanto o *Hallyu* conseguiu transcender a esfera do entretenimento, influenciando comportamentos de consumo, gastronomia e até mesmo padrões de beleza no país. Essa troca cultural não apenas fortalece os laços entre o Brasil e a Coreia do Sul, mas também evidencia a capacidade da cultura coreana de se adaptar e prosperar em diferentes contextos globais, atualmente esses elementos se encontram disponíveis e de fácil

acesso ao público, e se torna cada vez mais raro não conhecer ou consumir os produtos da cultura sul-coreana.

Com o impacto crescente de plataformas de *streaming*, como a Netflix, que tem investido na produção de conteúdo sul-coreano, o fenômeno da *Hallyu* só tende a crescer, alimentado pela força de uma nova geração de consumidores digitais que consomem cultura de forma rápida e diversificada. No entanto, é possível observar que o movimento vai além do simples consumo de entretenimento, envolvendo aspectos de identidade, valores culturais e até mesmo políticas externas.

### 3.3 Doramas: origem, estrutura narrativa e aspectos das obras asiáticas

Diferente do que muitos acreditam, dorama não é um gênero, mas sim um formato audiovisual que abrange ficções seriadas produzidas em países do leste asiático. Com uma estrutura semelhante às séries americanas e às telenovelas latinas, essas obras surgiram no Japão na década de 1950, inspiradas nos *trendy dramas*<sup>34</sup>. Os doramas abrangem diferentes gêneros, como drama, comédia, ação, fantasia, ficção e romance, mas possuem uma forte matriz melodramática, sendo a principal formadora da sua estrutura narrativa. Uma característica marcante dessas produções é a inserção de elementos culturais do país de origem.

Carlos (2012) explica que os doramas surgiram no Japão, junto a criação das primeiras emissoras de televisão japonesas, inicialmente os temas dos dramas eram voltados para reconstrução da identidade nacional perdida no período de guerra. Os gêneros que se destacavam eram o *home dorama*, centrado nas mudanças sociais e familiares; *taiga* doramas, com temáticas histórias e investigativas e os *trendy dramas*. Foi graças ao sucesso dessas obras que elas passaram a ser exportadas para as demais regiões da Ásia.

Com a popularização em outros países, os doramas passaram a adotar estilos distintos. Os *J-dramas* possuem um ritmo mais rápido, com episódios mais curtos e diretos. Muitas de suas obras são inspiradas em novelas e mangás japoneses e adotam um estilo mais natural e próximo ao cotidiano. Um exemplo de sucesso é *Hana Yori Dango* (2005), inspirado em um mangá de comédia romântica. Essa obra fez tanto sucesso que ganhou versões coreana, chinesa e tailandesa.

---

<sup>34</sup> *Trendy dramas* são histórias voltadas para os eventos do cotidiano



Já os *C-dramas* (dramas chineses), ao contrário dos japoneses, apresentam episódios e narrativas mais longas e detalhadas. São comuns histórias mitológicas e dramas históricos, com cenários e figurinos mais elaborados. Suas temáticas geralmente envolvem romances, fantasia e dramas históricos. Um exemplo de sucesso é *Eternal Love* (2017), que se tornou a obra mais assistida na China em 2018<sup>35</sup>.

Os dramas tailandeses, conhecidos como *lakorns*, possuem uma linha mais dramática e exagerada, com enredos repletos de traições, reviravoltas e vinganças. Os personagens frequentemente vivem conflitos emocionais intensos, e as produções enfatizam a cultura e os costumes locais. Um exemplo é "*F4 Thailand: Boys Over Flowers*" (2022), a versão tailandesa do remake de *Hana Yori Dango*. Um gênero particularmente popular na Tailândia é o *BL* (*Boys' Love*), focado em romances homoafetivos. O país é um grande produtor e exportador desse tipo de conteúdo.

Na Coreia do Sul, os doramas começaram a ser inseridos na grade televisiva em 1960, com o surgimento dos canais de TV. Na época, a Coreia vivia sob um regime militar, e a programação tinha um viés mais educativo e favorável ao governo do que voltado para o entretenimento. O sucesso veio apenas na década de 1990, após o fim do regime militar, quando o foco das tramas mudou para o público jovem e o modelo dos *trendy dramas* japoneses foi adotado, com a incorporação de aspectos culturais coreanos.

As tramas coreanas enfatizavam as dificuldades dos relacionamentos amorosos, as relações familiares e as adversidades da vida. Esses elementos eram inseridos junto a aspectos culturais da Coreia do Sul, como as paisagens, músicas nacionais interpretadas por artistas famosos com *OST* (trilha sonora original), cenários e figurinos bem elaborados. Além disso, os dramas históricos coreanos retratavam frequentemente as dinastias do país. Apesar de narrativas simples, as obras causavam grande comoção no público ao reafirmarem tradições e costumes sul-coreanos.

---

<sup>35</sup> SANTOS, L. Os 17 melhores doramas chineses disponíveis para você assistir. Disponível em: <<https://www.maioresemelhores.com/melhores-doramas-chineses/>>. Acesso em: dez. 2024.

### 3.3.1 Estrutura dos doramas

Os doramas seguem uma estrutura característica que varia conforme o país de produção. Geralmente, os coreanos são divididos em 12 a 24 episódios, com duração de 60 a 90 minutos cada. Os chineses tendem a ter obras mais longas, com 20 a 60 episódios, enquanto os tailandeses variam entre 15 e 30 episódios, ambos com tempos de duração semelhantes aos coreanos. Já os japoneses costumam apresentar histórias mais curtas, com 8 a 12 episódios e duração média de 30 a 60 minutos.

A narrativa dos doramas é organizada em arcos, que se abrem no primeiro episódio e se fecham no último. Nos episódios iniciais, são apresentados os personagens principais e secundários, bem como o contexto da história. Por exemplo, em um romance ambientado no ambiente de trabalho, o cenário principal será a empresa; em um dorama escolar, o foco será a escola. Nessa etapa, também é introduzido o conflito principal que move a trama. O roteiro costuma focar em um núcleo menor de personagens, geralmente composto por quatro protagonistas (dois homens e duas mulheres) e seus núcleos familiares, que apresentam tramas secundárias relacionadas à narrativa principal.

Nos episódios intermediários, a história se desenvolve. O casal protagonista constrói sua relação, seja de amor, amizade ou rivalidade, enquanto enfrentam obstáculos. Paralelamente, as histórias secundárias também progridem, sempre mantendo alguma conexão com os protagonistas. O clímax da trama ocorre nos momentos de maior tensão emocional, especialmente em doramas de romance. Nesse ponto, o relacionamento amoroso atinge seu auge e, dependendo da nacionalidade, pode incluir cenas íntimas. A abordagem dessas cenas varia culturalmente: na Coreia, a intimidade é retratada de forma mais leve e romântica, enquanto nas obras chinesas o tema pode ser tratado de maneira mais direta. Essas diferenças refletem os traços culturais de cada país.

No desfecho, as tramas principais e secundárias são encerradas, geralmente com finais felizes, embora existam exceções. É raro que doramas televisivos gerem sequências, mas o aumento das produções para *streaming* tem tornado mais comum a criação de finais abertos, deixando espaço para continuações.

A exibição dos doramas ocorre, em sua maioria, duas vezes por semana, à noite, no horário nobre. No entanto, há exceções, como dramas semanais ou matinais. A classificação indicativa influencia diretamente o horário de transmissão: quanto maior a classificação, mais tarde o drama é exibido.

A reação do público desempenha um papel crucial no andamento das obras. Caso a recepção seja negativa, ajustes podem ser feitos na história. Por outro lado, uma resposta extremamente positiva pode resultar em novos arcos para personagens secundários ou até *spin-offs* focados neles.

### 3.3.2 Aspectos dos doramas

As emoções são a força motriz dos doramas, sendo comuns cenas que destacam reações intensas dos personagens, como lágrimas, para aumentar o drama. Uma característica marcante é a repetição de uma mesma cena sob diferentes ângulos em momentos de alta carga emocional, como o primeiro beijo do casal ou um acidente impactante que altera o curso da narrativa. Devido aos costumes culturais coreanos, as demonstrações físicas de afeto carregam grande ênfase dramática, especialmente em *k-dramas*, onde a intimidade é raramente explorada em profundidade.

Entre os elementos que não podem faltar estão os ciclos românticos, como relacionamentos falsos ou arranjos que se tornam reais, o famoso "*enemy to lovers*" (de inimigos a amantes) e os triângulos amorosos que envolvem os fãs ao "*shippar*" seus casais favoritos.

Outro elemento que não pode faltar em um doramas são as *OST's*, uma música marcante pode se tornar o símbolo de identificação imediato da obra, é bastante comum que o *idol* que esteja protagonizando o drama também seja a voz por trás da trilha sonora original.

Apesar das semelhanças entre os doramas de diferentes países, suas principais diferenças estão nos elementos culturais. Cada obra reflete, de forma única, os sentimentos e valores de sua cultura de origem, permitindo distinguir sua procedência para além de aspectos físicos. Esse contraste cultural nos leva a questionar o porquê de os doramas coreanos terem tanto sucesso, não só na Ásia,

mas também no ocidente. Segundo Madureira, Monteiro e Urbano (2014), o sucesso desse formato está atrelado à sua formação híbrida, que combina influências asiáticas e ocidentais. Essa mistura de valores tradicionais, ideias modernas e um visual atraente, somada à abordagem de temas universais, é o que conquista espectadores ao redor do mundo.

Essa popularidade global dos *k-dramas* reflete não apenas a qualidade técnica das produções, mas também a habilidade em conectar emoções humanas universais com aspectos culturais específicos e o esforço do país em se promover através da cultura. A combinação de narrativas cativantes, personagens carismáticos e um equilíbrio entre valores tradicionais e modernidade permite que essas histórias transcendam barreiras culturais. Além disso, a influência do *K-pop* e a força das plataformas de *streaming* contribuíram significativamente para expandir o alcance dessas produções.

Os doramas tornaram-se mais do que um entretenimento regional; eles são uma janela para a cultura asiática, promovendo um intercâmbio cultural e unindo pessoas ao redor do mundo por meio de histórias que celebram o amor, os desafios e a jornada humana. Seja pelas músicas inesquecíveis, pelos personagens marcantes ou pelas emoções intensas, o impacto dos doramas continua a crescer, transformando-os em um fenômeno cultural global que ressoa em audiências de todas as idades e origens, levando o *Hallyu* para o mundo.

#### 4. OS K-DRAMAS E O IMPACTO NO CENÁRIO AUDIOVISUAL BRASILEIRO: O FENÔMENO *ROUND 6*

O *streaming* transformou definitivamente nossa maneira de socialização e consumo, conectando culturas e sociedades ao redor do mundo, impulsionado pelo avanço da tecnologia e pela velocidade do fluxo de informações na internet. Durante a pandemia de COVID-19, esse processo se intensificou ainda mais, especialmente no consumo de entretenimento. As medidas de isolamento social levaram a um crescimento expressivo das plataformas de mídias, que se consolidaram como a principal forma de lazer nesse período.

“As pessoas, através do *streaming*, têm acesso a um grande volume de produtos audiovisuais, que até então não tinham acesso, principalmente em termos de séries”. É o que afirma Rubens Rewald, professor do curso de Audiovisual da USP, em entrevista concedida ao Jornal da USP no Ar — 1ª edição (2022). Sobre o papel da pandemia no aumento do consumo de *streaming*, ele destaca:

Esse aumento do consumo de *streaming* em detrimento das outras formas de consumo audiovisual já vinha aumentando, a pandemia foi determinante, porque a pandemia juntou tudo isso. Você tinha que ficar em casa, você não ia mais ao cinema, então o *streaming* nadou de braçada. É muito difícil, a partir do momento que você adquire um hábito, voltar a hábitos anteriores. Rewald, 2022.

Nesse contexto, o consumo de séries funcionou como uma válvula de escape para o estresse e os desafios do isolamento social. O *streaming*, aliado à internet, possibilitou que pessoas de diferentes partes do mundo compartilhassem experiências culturais semelhantes, contribuindo para o surgimento de comunidades virtuais em torno de conteúdos específicos. Corroborando com a ideia de Thompson (1988) de que a globalização “se refere a crescente interconexão entre as diferentes partes do mundo” (Thompson, 1998, p.135).

Entre os conteúdos que se destacaram nesse período, os *K-dramas* — produções sul-coreanas — conquistaram um público internacional.

Segundo dados da Korean Foundation for International Culture Exchange (KOFICE), em 2021, a Coreia do Sul representou o segundo maior polo de conteúdo de séries e filmes com maior retorno financeiro para a Netflix.

No Brasil, esse crescimento foi particularmente expressivo, com plataformas como Netflix e Viki investindo cada vez mais em títulos asiáticos, como vimos nos capítulos anteriores. O consumo de *k-dramas* no país continuou em alta mesmo após a pandemia, impulsionado por uma base de fãs fiel e pelo fácil acesso a conteúdos legendados e dublados. Segundo o KOFICE (2022) em 2022, 60% dos assinantes da Netflix dedicaram parte de seu tempo para assistir a títulos coreanos.

O envolvimento do público brasileiro com a cultura sul-coreana também se refletiu no aumento do interesse por música, o *K-pop*, moda e gastronomia coreana, fortalecendo ainda mais a conexão entre as duas culturas.

Diante desse cenário, junto a questões abordadas na segunda parte deste trabalho, parte-se da hipótese de que características internas dos dramas, associadas aos elementos culturais representados nas obras, bem como aos temas e aos gêneros explorados, influenciam a recepção do público brasileiro. Nos próximos tópicos, serão analisados os principais elementos que compõem os *K-dramas*, fazendo uma breve comparação ao consumo das telenovelas no Brasil, bem como o crescimento do interesse do mercado brasileiro por esse tipo de produção nos últimos anos. Também serão exploradas as estratégias adotadas por plataformas como a Netflix, para atrair um número gradativo de assinantes interessados em conteúdos asiáticos, inserindo em suas produções elementos dos *k-dramas* e da cultura coreana. Como exemplo ilustrativo, será realizada uma análise da obra *Round 6*, um fenômeno global que quebrou recordes de audiência, impactou significativamente o consumo de produções sul-coreanas no Brasil e demonstrou como narrativas culturalmente específicas podem alcançar relevância internacional por meio das plataformas de *streaming*.

#### **4.1 As telenovelas e os *k-dramas*: a popularização por meio de narrativas audiovisuais**

As telenovelas brasileiras desempenham um papel central na cultura televisiva e de entretenimento do país, sendo historicamente um dos gêneros mais consumidos pela população. Desde a década de 1950, quando se iniciaram as exibições das primeiras produções, esse formato se consagrou como um dos principais produtos do audiovisual brasileiro.

As estruturas das novelas são caracterizadas por uma narrativa linear, um forte apelo ao melodrama, personagens bem definidos e tramas que refletem questões sociais. Segundo Lopes (2009), falar da cultura do Brasil é falar de telenovelas; elas conquistaram reconhecimento como produto central da cultura e identidade do país, a telenovela é o espelho da sociedade, ao mesmo tempo, em que é influenciada por ela.

No entanto, com a chegada do *streaming*, os hábitos de consumo do público passaram por transformações significativas. Antes, a televisão aberta ditava os horários e o ritmo do entretenimento, mas, atualmente, as plataformas digitais oferecem ao espectador a liberdade de assistir a conteúdos sob demanda, sem a necessidade de seguir uma grade fixa de programação. Essa mudança impactou diretamente o consumo das novelas, que, apesar de ainda serem relevantes, enfrentam uma concorrência crescente de outros formatos e narrativas seriadas.

Nesse cenário, os *k-dramas* passaram a ganhar destaque entre o público brasileiro. O crescimento da popularidade dessas produções está atrelado a diversos fatores, como a disponibilidade em plataformas como Netflix e Viki, a alta qualidade de produção e a diversidade de gêneros abordados. Além disso, os *k-dramas* apresentam um modelo narrativo que se diferencia das telenovelas tradicionais: por serem obras fechadas, geralmente com 16 a 20 episódios, estrutura bem planejada e arcos narrativos que evitam o prolongamento excessivo das histórias.

Segundo Jenkins (2009), “as novas mídias não substituem as antigas, mas as transformam e as reconfiguram”. Esse pensamento pode ser aplicado à relação entre telenovelas e *k-dramas* no Brasil. Enquanto as novelas ainda mantêm sua relevância, o público jovem e conectado tem demonstrado maior interesse por conteúdos internacionais, especialmente os asiáticos. O que leva a TV a se adaptar a essas novas mídias. Essa mudança também reflete uma maior globalização do entretenimento, onde barreiras culturais são constantemente ressignificadas.

Quanto à estética, os *k-dramas* geralmente apresentam uma cinematografia apurada, enquanto as novelas seguem um estilo mais tradicional da teledramaturgia nacional. Outro aspecto importante é como os *k-dramas* conseguem conquistar os

espectadores brasileiros por meio de sua abordagem emotiva e roteiros envolventes. Diferentemente das novelas tradicionais, que frequentemente se apoiam em tramas de longo prazo, os *k-dramas* exploram temas contemporâneos e universais, como amor, amizade e desenvolvimento pessoal, de maneira concisa e impactante.

Com isso, percebe-se que, embora as novelas brasileiras ainda desempenhem um papel significativo na televisão aberta, o crescimento do *streaming* e a ascensão dos *k-dramas* indicam uma mudança nos padrões de consumo do público. Diante desse cenário, as emissoras nacionais têm buscado se adaptar, investindo em conteúdo digital e explorando formatos mais dinâmicos

As emissoras de TV aberta brasileiras começaram a investir em estratégias para captar o público dos doramas. Uma dessas estratégias é a inclusão de elementos da cultura sul-coreana nas narrativas das novelas, como referências ao *K-pop*, à moda, à culinária e até mesmo à estética visual dos dramas coreanos. Um exemplo dessa fusão é a novela *Volta por Cima* (2024), da TV Globo, que traz em seu elenco, o personagem Jin, um *idol* do K-pop, como parte central da trama. A presença desse personagem reflete o esforço da TV aberta brasileira em dialogar com a nova geração de telespectadores já acostumada a consumir conteúdos coreanos.

Figura 11: Jin e Tati. Novela Volta por cima





Fonte: Gshow

Essa aproximação entre as novelas e os *K-dramas* reforça a globalização do entretenimento e mostra como as produções audiovisuais podem se adaptar às novas tendências culturais. Conforme afirma Ianni:

São produções musicais, cinematográficas, teatrais, literárias e muitas outras, lançadas diretamente no mundo como signos mundiais ou da mundialização. Difundem-se pelos mais diversos povos, independentemente das suas peculiaridades nacionais, culturais, linguísticas, religiosas, históricas ou outras (Ianni, 1999, p. 120).

Com a expansão da influência sul-coreana pelo mundo, é natural que a televisão brasileira busque formas de incorporar esses elementos, criando novas conexões entre o público e as narrativas tradicionais.

As telenovelas brasileiras e os *k-dramas* também compartilham uma abordagem semelhante de narrativa, com foco no drama, no romance e na representação cultural. Ambas são formas de entretenimento que combinam conteúdo leve com discussões sociais mais profundas, criando produções que conquistam audiências locais e internacionais. A diferença principal, como citado anteriormente, está no formato e tempo de duração, enquanto as telenovelas brasileiras são mais longas e transmitidas diariamente, os *k-dramas* têm uma estrutura mais compacta, geralmente com um número limitado de episódios e narrativa previamente definida.

Os *k-dramas* vêm conquistando o público das novelas brasileiras por oferecerem histórias inovadoras, produção de alta qualidade e uma conexão emocional diferenciada, em um formato compacto e sonoro. Essa combinação, somada à crescente popularidade da cultura sul-coreana e ao fácil acesso por plataformas de *streaming*, torna os *k-dramas* uma alternativa atraente para quem busca novidades no universo das produções dramáticas. Além disso, a interação entre as culturas brasileira e sul-coreana, mediada pelo entretenimento, fortalece o diálogo intercultural, enriquecendo as trocas culturais e ampliando as possibilidades criativas para futuras produções audiovisuais.

O cenário da TV brasileira não é o único afetado pelo fenômeno dos *k-dramas*. Tentando surfar na onda coreana, o *streaming* também vem incorporando elementos culturais coreanos em suas produções. Um exemplo disso é *Além do*

*Guarda-Roupa* (2023), uma produção da HBO Max que mistura aspectos da cultura coreana com a brasileira.

Figura 12: Pôster promocional da série *Além do guarda-roupa*



Fonte: HBO Max

A série gira em torno de Carol, uma adolescente de ascendência coreana que está lidando com a perda da mãe enquanto persegue o sonho de se tornar bailarina. Acidentalmente, ela descobre que seu guarda-roupa é um portal mágico para o apartamento de um grupo de *K-pop* na Coreia do Sul. Esse elemento de fantasia é característico dos *k-dramas*, que frequentemente exploram narrativas lúdicas e emocionais.

*Além do Guarda-Roupa* é uma das primeiras produções brasileiras a explorar diretamente os elementos e o impacto da cultura sul-coreana no Brasil. A série incorpora diversas características típicas dos doramas coreanos, como uma narrativa leve e fantasiosa, com toques de comédia romântica, além de uma protagonista em uma jornada de autodescoberta emocional. O K-pop surge como um elemento narrativo central, fortalecendo a conexão com o público jovem e fã da cultura sul-coreana.

Outro aspecto relevante é a forma como a série aborda questões de identidade cultural e pertencimento, refletindo a experiência de muitos jovens brasileiros com herança multicultural. Esse tipo de abordagem amplia o alcance da produção, promovendo um diálogo entre culturas e enriquecendo o panorama audiovisual nacional.

Apesar de a HBO Max ainda não ter confirmado oficialmente a segunda temporada, a líder de conteúdo roteirizado da Warner Bros, Silvia Fu, revelou em entrevista ao Omelete, em 2024, que o novo roteiro para uma segunda temporada já está em desenvolvimento. Esse interesse em continuar a série reflete o sucesso da produção e o crescente apelo da cultura sul-coreana entre o público brasileiro.

Em suma, o impacto dos *k-dramas* vai além da simples popularização de séries estrangeiras; ele influencia diretamente a criação de conteúdos locais, promovendo uma fusão de estilos narrativos e culturais que enriquecem a produção audiovisual brasileira.

#### **4.2. Relações sociais e narrativas dos doramas em obras da Netflix**

Apesar de ser a principal plataforma a investir em dramas coreanos, originais ou em parceria com canais de TV sul-coreanos, a Netflix também vem incorporando elementos dos doramas em suas obras ocidentais. Essa tentativa de mesclar a cultura asiática com a ocidental não é recente. Em 2018, a plataforma deu início a uma trilogia de filmes inspirada nos livros de *Para Todos os Garotos que Já Amei*, da autora Jenny Han.

A trilogia foi um sucesso entre o público jovem e conta as histórias amorosas de uma colegial chamada Lara Jean, que tinha o hábito de escrever cartas de amor desde sua infância. Sua vida é revirada quando sua irmã mais nova decide enviar todas essas cartas, desencadeando uma série de eventos românticos. Apesar de ser um típico filme americano de romance adolescente, a ascendência asiática da protagonista e de suas irmãs permite que o filme mescle a cultura americana, em que elas cresceram, com elementos da cultura coreana, da qual também fazem parte.

O sucesso dos filmes levou à criação de uma obra derivada que dá continuidade a essa narrativa. Em 2023, a Netflix lançou a primeira temporada da série *Com Carinho, Kitty*, focada na irmã mais nova de Lara Jean. Dessa vez, em um cenário totalmente novo, Kitty embarca em uma jornada de descobertas e conexão com sua herança cultural coreana ao decidir estudar na Coreia do Sul, na mesma escola que sua mãe frequentou. Ambientada em solo coreano e com um elenco majoritariamente asiático, a série da Netflix incorpora diversos elementos da *Hallyu* em uma produção americana.

Afinal, *Com Carinho, Kitty* pode ser considerado um dorama? Para responder a essa pergunta, é importante considerarmos alguns aspectos: o primeiro deles é quanto a origem da produção, por definição o termo dorama remete as obras produzidas nos países do leste asiático, e remetendo a aspectos culturais locais. Apesar de ser ambientado em sua maior parte na Coreia do Sul. A série, ainda se trata de uma produção americana.

Outro aspecto é quanto ao estilo narrativo, os *k-dramas* costumam seguir um formato específico, tanto na quantidade de seus episódios como nos temas explorados, geralmente voltados ao romance, melodrama, comédia e os laços familiares. *Com carinho, Kitty*, adota uma estética semelhante e trata de temas próximos aos doramas, mas mantém o dinamismo e a leveza das típicas séries americanas. Sua duração também difere das obras coreanas, enquanto os *k-dramas* costumam ter seu arco encerrado ao longo de 16 episódios, a série já se encaminha para sua terceira temporada, sem previsão de conclusão.

A forma como a intimidade e a sexualidade dos adolescentes é abordada é típica de uma série americana, o que comumente não é exposto tão explicitamente nas coreanas. O protagonismo de personagens LGBTQIAP+, como a própria Kitty, é outra diferença entre a série e os *k-dramas*. Por se tratar de um país ainda muito conservador, a representatividade de personagens não é algo presente nos *k-dramas*.

Com carinho, Kitty explora muitos elementos da cultura coreana, como a gastronomia, as vestimentas, os festivais e tradições e os cenários coreanos, além de incorporar elementos e até mesmo artistas do k-pop. Apesar de todo esse ar de dorama, a série não pode ser classificada como um. Mas a presença de todos esses

elementos fazem com que ela seja uma obra híbrida, uma produção americana com forte influência estética e cultural da Coreia do Sul.

Figura 13: Elenco da série Com carinho, Kitty



Fonte: Netflix

Com Carinho, Kitty é um excelente exemplo de como os elementos dos *K-dramas* podem ser adaptados para uma audiência internacional, mantendo a essência das narrativas coreanas enquanto combina características ocidentais. A série é leve, romântica e divertida, mas também aborda questões de identidade, crescimento e conexão familiar, o que a torna uma ponte perfeita para fãs de *K-dramas* e para quem está começando a explorar esse universo.

Segundo Mazur D. (2021), Brasil e Coreia do Sul criam um debate cultural essencial e urgente. Ambas são nações da periferia global que se tornaram referências internacionais em contrafluxo televisivo. Mesmo que tão distantes, os países fazem parte de um movimento de resistência na produção e circulação de suas narrativas para o resto do mundo.

### 4.3 A ascensão da Netflix

Apesar de se tratarem do mesmo formato, o local onde serão exibidos determina uma série de fatores na criação dos *K-dramas*. O canal, o horário, a temática e o gênero da obra são aspectos importantes a se considerar quando um *K-drama* é produzido para ser exibido na TV coreana ou em plataformas de *streaming*.

Os *K-dramas* produzidos e exibidos pela TV coreana (emissoras como SBS, KBS, MBC e tvN) e aqueles criados para a Netflix possuem diferenças marcantes, que vão desde o formato e a narrativa até os temas abordados e o público-alvo. Essas diferenças refletem tanto os objetivos das plataformas quanto as restrições e liberdades que cada tipo de produção enfrenta. As obras exibidas na TV coreana trazem temáticas mais familiares, considerando que são transmitidas em horário nobre e voltadas para uma população mais conservadora.

Os *K-dramas* desenvolvidos para o *streaming* apresentam algumas diferenças significativas, como o número de episódios. Enquanto os *K-dramas* tradicionais são conhecidos por encerrarem seus arcos em uma quantidade limitada de episódios, a Netflix busca explorar as séries ao máximo, dividindo os episódios em temporadas e prolongando a produção por anos. Além disso, o modelo de exibição difere: as emissoras de TV têm dias e horários fixos para o lançamento dos episódios, geralmente dois por semana. Quando a Netflix lança simultaneamente com a TV coreana, tende a adotar essa mesma estratégia. No caso do licenciamento de obras já produzidas, porém, a plataforma disponibiliza todos os episódios de uma única vez, permitindo que o público maratone.

Um estudo realizado na Coreia do Sul, revelou que muitos consumidores são motivados a fazer *binge-watching*, termo que se refere ao ato de assistir a vários episódios de uma série de TV de forma contínua e intensiva, para satisfazer seus desejos de diversão, eficiência, controle e *fandom* (Shim; Kim, 2018). Essa ação pode explicar a alta frequência do público brasileiro nessas obras.

Outro fator relevante é que a Netflix não insere intervalos comerciais nos episódios, prática comum na TV. Como resultado, o ritmo narrativo pode ser mais fluido e sem interrupções planejadas.

O conteúdo dos *K-dramas* também varia conforme a plataforma. As produções televisivas priorizam narrativas familiares, romances, comédias

românticas, dramas históricos (*sageuk*) e histórias baseadas em valores culturais coreanos. Essas obras fazem sucesso entre o público coreano, pois exaltam a cultura e os costumes do país. Além disso, as produções para TV seguem regras rígidas de censura, minimizando conteúdos explícitos como violência, nudez e drogas. Temas polêmicos são abordados de forma mais sutil.

Já os *K-dramas* da Netflix exploram temas mais universais e ousados, como violência explícita, política, sexualidade e questões sociais e psicológicas, com menos restrições de censura. Exemplos disso são “Round 6” (Squid Game), “My Name”, “The Glory” e “Itaewon Class”. Essas produções são criadas com um público internacional em mente, trazendo histórias mais acessíveis para audiências fora da Coreia, muitas vezes incorporando personagens multiculturais e cenários internacionais.

Por não depender de audiência semanal e anúncios, a Netflix tem mais liberdade para experimentar formatos e narrativas diferentes, como antologias ou finais abertos. Um bom exemplo disso é a presença de um personagem trans na segunda temporada de “Round 6”. Não é comum que obras coreanas incluam personagens LGBTQIAP+, mas, pela primeira vez em um drama de repercussão mundial, houve essa representação. Apesar de algumas críticas do público ocidental quanto à escolha de um ator cis para o papel, é inegável a importância e a visibilidade que a Netflix deu ao personagem. Esse feito só foi possível devido à liberdade criativa que a plataforma permite.

Personagens LGBTQIAP+ seriam dificilmente aceitos em um *K-drama* produzido pelas emissoras de TV coreanas, nem bem recebidos pelo público conservador. Vale ressaltar que, devido ao conservadorismo da sociedade coreana, é raríssimo que atores gays ou trans assumam publicamente sua sexualidade, por enfrentarem grande pressão social. Além disso, a indústria do entretenimento sul-coreano constrói a imagem de seus *idols* para evitar exposição da vida pessoal, tornando públicos somente relacionamentos cuidadosamente controlados.

No que diz respeito à estética, os *K-dramas* televisivos mantêm um estilo mais clássico. A cinematografia segue padrões tradicionais, com um forte apelo visual: paisagens românticas, iluminação suave e enquadramentos que realçam as emoções dos personagens. Embora algumas emissoras, como tvN e JTBC invistam em produções de alta qualidade, muitas ainda têm limitações orçamentárias, principalmente em relação a efeitos especiais e cenários. Como os episódios são

lançados semanalmente, algumas produções podem ser ajustadas com base no feedback da audiência durante a exibição.

Por outro lado, os *K-dramas* da Netflix tendem a ter um orçamento maior, permitindo produções com qualidade cinematográfica, efeitos visuais avançados e cenários impressionantes. A estética dessas obras é pensada para atender às expectativas de um público internacional, com maior atenção aos detalhes visuais e sonoros.

Os *K-dramas* exibidos na TV coreana tendem a preservar os valores tradicionais e temas familiares, enquanto os da Netflix são mais ousados, universais e visualmente impressionantes. Ambas as plataformas têm seus méritos, e a popularidade global dos *K-dramas* se deve, em parte, à diversidade que essas abordagens proporcionam. Isso está alinhado com a ideia de Jung (2009) de que os consumidores culturais, especialmente a geração digital, estão fortemente familiarizados com produtos que ultrapassam fronteiras e incorporam elementos híbridos por meio do mundo digital.

#### **4.4 Round 6: A revolução dos doramas e o impacto global**

*Round 6*, também conhecida como *Squid Game*, é uma série criada e dirigida pelo cineasta sul-coreano Hwang Dong-hyuk, lançada em setembro de 2021 pela plataforma Netflix. A produção rapidamente se tornou um fenômeno global, conquistando o público por sua narrativa envolvente, crítica social contundente e impacto significativo no mercado de *streaming*. Além disso, a série desempenhou um papel fundamental na popularização dos doramas e ajudou a reconfigurar como o público mundial consome produções coreanas.

Segundo Ted Sarandos, CEO da Netflix, em entrevista concedida em 2021 durante um evento de tecnologia, menos de 15 dias após sua estreia, *Round 6* se tornou a série mais assistida em diversos países onde o serviço de *streaming* está disponível<sup>36</sup>. A primeira temporada alcançou mais de 265,2 milhões de visualizações, tornando-se a produção mais vista da plataforma. Esse feito se repetiu três anos depois, com o lançamento da segunda temporada, que conquistou

---

<sup>36</sup> As origens de “Round 6”, série que pode se tornar a mais vista da história da Netflix. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/splash/noticias/bbc/2021/09/30/as-origens-de-round-6-serie-que-pode-se-tornar-a-mais-vista-da-netflix.htm>>. Acesso em: jan. 2025.



126 milhões<sup>37</sup> de visualizações em 11 dias desde sua estreia, em dezembro de 2024, consolidando *Round 6* como a série mais popular da Netflix.

A produção foi idealizada por Dong-hyuk ao longo de aproximadamente 10 anos. Inicialmente planejada como um filme, a história acabou ganhando proporções maiores sendo adaptada para uma série. O diretor se inspirou em mangás e animes japoneses que consumiu ao longo dos anos. Dentre as influências, destacam-se os mangás *Battle Royale* (2000-2005), que narra a história de um grupo de estudantes forçados a competir em jogos violentos, e *Liar Game* (2005-2015), que descreve a trama de uma garota envolvida em um torneio no qual os participantes precisam enganar e roubar uns aos outros. A proposta de Dong-hyuk era criar um jogo simples, de fácil compreensão, focado nos personagens, e não nas mecânicas dos jogos. Por isso, ele optou por usar brincadeiras infantis como base.

O primeiro episódio de *Round 6* apresenta o recrutamento de pessoas em situações financeiras vulneráveis, que são convidadas a participar de um jogo misterioso com um prêmio em dinheiro. O recrutamento ocorre, principalmente, nas estações de metrô, onde um homem misterioso, vestido com terno e carregando uma pasta, convida os participantes a jogar *ddakji*, uma brincadeira tradicional coreana. O objetivo do jogo é virar a peça oponente usando a sua própria. Quem vence recebe um prêmio em dinheiro, mas quem perde leva um tapa no rosto e, ao final, recebe um cartão com um número e a proposta de um jogo misterioso, onde mais brincadeiras semelhantes ocorrem, com a possibilidade de grandes recompensas financeiras.

O protagonista, Gi-Hun, é um homem divorciado e endividado devido ao vício em jogos de apostas. Ele decide entrar nos jogos como uma forma de resolver seus problemas financeiros, que envolvem tanto questões familiares, como a disputa pela custódia de sua filha com sua ex-mulher, quanto a necessidade de ajudar sua mãe, que enfrenta problemas de saúde.

A principal temática de *Round 6* gira em torno dos jogos, algo pouco explorado em outros *K-dramas*, que normalmente se situam em cenários mais

---

<sup>37</sup> *Round 6* | Nova temporada atinge marca impressionante em duas semanas. Disponível em: <<https://www.omelete.com.br/series-tv/round-6-segunda-temporada-mais-assistido>>. Acesso em: jan. 2025.

comuns, como escritórios, escolas ou residências. Por ser uma série dramática e de ação, o cenário central onde a trama se desenrola é uma ilha deserta, onde a estrutura dos jogos é montada. Os participantes são levados para esse local enquanto estão adormecidos, e a identidade dos organizadores é mantida em segredo.

Todos os jogadores são uniformizados com trajes verdes, com numeração que vai de 1 a 456, representando os 456 participantes dos jogos. Após serem recolhidos e preparados pelos guardas, que são facilmente identificados por suas vestes vermelhas e máscaras, os jogadores são levados a uma sala cheia de camas, onde acordam e se deparam com outros competidores desconhecidos.

Na primeira temporada, somos apresentados ao *Squid Game* (ou Jogo da Lula) e aos seus jogadores principais. À medida que a trama se desenrola, vamos descobrindo mais sobre os personagens e as origens desse jogo mortal. Entre os elementos essenciais que garantem a riqueza e a profundidade da obra, destacam-se os personagens complexos, suas motivações pessoais e os dilemas morais que enfrentam ao longo da competição. Sendo eles:

- a) Seong Gi-hun (Jogador 456): Gi-hun é o personagem principal da trama, e um dos mais empáticos. Apesar da luta pela sobrevivência, ele é constantemente visto protegendo e ajudando os outros. Sua humanidade e capacidade de se colocar no lugar do outro são o que o fazem vencer os jogos, apesar dos problemas financeiros ele tem um forte senso de moral e justiça e por vezes tentar encerrar os jogos.
- b) Cho Sang-woo (Jogador 218): Ex-colega de escola de Gi-hun, Sang-woo é um prodígio, altamente inteligente, com uma carreira de prestígio que desmoronou após investimentos fracassados e uma grande dívida. Inicialmente, ele parece ser uma pessoa ética, mas ao longo da série revela um lado mais sombrio, disposto a fazer qualquer coisa para vencer os jogos. Sua jornada ilustra como a pressão financeira e as escolhas desesperadas podem corromper até os mais íntegros. Seu relacionamento com Gi-hun se torna tenso à medida que as alianças vão sendo quebradas, mostrando que a sobrevivência é mais importante que a amizade ou lealdade.

- c) Kang Sae-byeok (Jogadora 067): Sae-byeok é uma desertora da Coreia do Norte que entra no jogo para conseguir dinheiro suficiente para tirar sua família da Coreia do Norte e garantir a segurança de seu irmão mais novo. Ela é uma das participantes mais fortes e determinadas, mostrando um grande espírito de sobrevivência. Sua vulnerabilidade e coragem a tornam uma das personagens mais cativantes. Ao longo da série, ela se alia a Gi-hun, e essa relação de confiança é significativa para o desenvolvimento do personagem dele. Após sua morte no final do jogo, Gi-hun assume a responsabilidade de cuidar de seu irmão, simbolizando o impacto que ela teve em sua vida.
- d) Oh Il-nam (Jogador 001): Il-nam é um idoso frágil e aparentemente vulnerável, mas que, ao longo da série, revela-se uma figura central e enigmática. Inicialmente, ele parece ser apenas um dos jogadores mais frágeis, mas conforme a trama avança, descobre-se que ele é uma peça-chave do jogo. Sua presença na série levanta questões sobre a moralidade dos jogos e o poder de manipulação dos organizadores.
- e) Ali Abdul (Jogador 199): Ali é um imigrante paquistanês que trabalha como operário e sofre abusos constantes devido à sua condição de imigrante, sendo explorado no trabalho e sem muitos direitos. Para proteger sua família e garantir um futuro melhor para sua esposa e filho, ele decide entrar no jogo. Sua bondade e ingenuidade tornam-no um dos personagens mais queridos do público, e sua morte, em que ele é traído por outro jogador, é uma das mais lamentadas do drama. A confiança que ele deposita em outros, devido à sua natureza genuína, leva à sua perda, enfatizando o tema da inocência e da traição nos jogos.
- f) Hwang Jun-ho (Policial): Jun-ho é um policial que se infiltra nos jogos disfarçado de guarda, após receber uma pista sobre o paradeiro de seu irmão desaparecido. Sua principal motivação é descobrir a verdade por trás dos jogos e resgatar seu irmão, trazendo um elemento

de investigação à trama. Ele se torna um dos personagens centrais na luta contra os organizadores do jogo, tentando dismantlar a operação. Sua história se entrelaça com o mistério que envolve os responsáveis pelos jogos, e sua jornada se transforma em uma busca desesperada por justiça e pela verdade.

- g) *Frontman*: É o líder mascarado que comanda os jogos, responsável por supervisionar e garantir que todas as regras sejam seguidas. Sua identidade é preservada por uma máscara e suas vestes são pretas para diferenciá-los dos guardas, sua voz também é modificada para manter o mistério sobre sua identidade até o final da primeira temporada, ele representa a autoridade suprema dos jogos. Ao final da temporada, é revelado que ele tem uma relação direta com o criador do jogo, mostrando como ele também é uma peça importante.

Figura 14: Personagens de round 6 na primeira temporada.



Fonte: TecMundo

Embora *Round 6* não seja um drama tradicional, ele incorpora diversos elementos comuns às produções coreanas. A série explora as relações humanas em situações de desespero, um tema recorrente nos dramas, ao mesmo tempo em que examina a luta de classes, o impacto das dívidas e o peso do dinheiro nas

relações humanas. O *k-drama* mistura temas sociais profundos e os associa a cenas de violência, criando uma obra com a qual o público se conecta de maneira visceral. Para Vladimir Tikhonov, especialista em estudos coreanos da Universidade de Oslo, algumas produções culturais mais bem-sucedidas da Coreia do Sul estão relacionadas à violência do Estado e à crueldade da sociedade capitalista. Ele diz: “Continuamos a viver à sombra da violência do Estado, e essa violência do Estado é um tema recorrente em produtos culturais de sucesso”

No primeiro episódio, somos apresentados ao protagonista e ao ambiente dos jogos. Pallottini (1998) afirma que o primeiro episódio é fundamental, por ser nele que convivem o cenário e a atmosfera da história, além de sermos lançados ao conflito principal. O primeiro episódio introduz um dos jogos mais icônicos da série: *Batatinha Frita 1, 2, 3*. O impacto inicial da brincadeira infantil rapidamente se transforma em terror ao descobrirem que quem perde o jogo é executado. Esse choque inicial estabelece o tom da série, demonstrando o caráter brutal dos jogos.

Figura 15: Jogo batatinha frita 1,2,3.



Fonte: Recreio

Após a descoberta de que a morte é a consequência de perder um dos seis jogos, os jogadores sobreviventes optam por encerrar a competição, decisão aceita desde que a maioria concorde. Com isso, eles retornam às suas vidas normais, e o público é introduzido mais profundamente à dura realidade que enfrentam. No

entanto, a falta de perspectivas e os problemas financeiros motivaram a maioria dos jogadores a regressar voluntariamente a ilha.

O segundo jogo é colmeia de açúcar, onde os participantes devem escolher um símbolo, podendo ser uma estrela, um círculo, um triângulo e um guarda-chuva. O jogo consiste em destacar a figura sem quebrar ou danificar. O ponto alto de tensão desse episódio está em Gi Hun, que ao pegar a figura mais complexa, usa de uma estratégia inteligente que salva não só a sua vida como de outros jogadores que se baseiam em sua técnica.

A cada rodada, mais mortes ocorrem, e, com isso, o prêmio vai se acumulando. Ao perceberem que as mortes contribuem com o aumento do valor do prêmio, as tensões do jogo se intensificam, levando os jogadores a se enfrentarem em batalhas antes mesmo do terceiro jogo iniciar. Esse momento também é decisivo na formação de alianças para tentar sobreviver. Os perigos não são somente os jogos, mas também as relações construídas ao longo deles.

O desafio do terceiro jogo é o cabo de guerra. Nesse episódio observamos as relações se estreitarem e nossos protagonistas se reúnem em um grupo considerado fraco, considerando que possuía o maior número de mulheres e um idoso. É nesse momento que as estratégias adotadas pelo time são mais importantes do que a força. Como a cena é construída para gerar expectativa pela sobrevivência dos personagens favoritos, eles trazem o gancho que o episódio precisa para prender atentamente o espectador.

O sexto episódio traz o quarto jogo e também é responsável pela grande carga dramática do drama. Nesse ponto, os laços já foram criados e as alianças foram formadas. Intitulado *Gganbu*, o jogo consiste em formar duplas, onde os jogadores precisam se enfrentar e obter as bolas de gude de seus oponentes. Vence quem obtiver todas as bolas de gude ao final do tempo. Esse episódio marca perdas emocionais significativas para os jogadores e para o público. Gi Hun, Sang-woo e Sae-byeok fazem escolhas difíceis e rompem alianças para sobreviver.





Fonte: Netflix

Em sequência somos apresentados a novos personagens, os *vips*, patrocinadores dos jogos que chegam para assistir de perto a final. Assim como os demais, suas identidades não são reveladas, fazendo o uso de máscaras mais sofisticadas que representam sua posição social. Esse episódio é importante, pois obtemos informações relevantes quanto a criação dos jogos, a fala de um dos *vips* elogiando o jogo da Coreia como um dos mais divertidos, nos leva a crer que esse jogo ocorra em mais países. Assim como, as informações encontradas pelo policial nos arquivos que datam o histórico de jogos anteriores, remetendo há algumas décadas.

Após enfrentarem o penúltimo jogo, restaram apenas Gi-hun, Sang-woo e Sae-byeok. As decisões tomadas por Sang-woo anteriormente levam Gi-hun a não confiar mais no colega de infância e a firmar ainda mais sua aliança com Sae-byeok. Seguindo a regra principal do jogo, que permite à maioria dos jogadores encerrar o jogo e salvar suas vidas, mas perder todo o dinheiro acumulado, Gi-hun está determinado a finalizar o jogo ali mesmo. Contudo, afetado pela ganância e pelo desejo de dinheiro, Sang-woo elimina a última jogadora mulher, levando ele e Gi Hun para o jogo final.

Assim como o drama se inicia, o último jogo é o jogo da lula. Porém, ao contrário da versão infantil, nesta versão o ganhador é quem elimina de vez o

oponente. Mantendo-se fiel aos seus valores, Gi Hun está determinado a encerrar os jogos, mesmo tendo ganho a luta fisicamente ele pretende desistir e sair sem o dinheiro e com sua vida e a de Sang Woo. Mas, seu oponente não aceita ter enfrentado tudo aquilo para voltar a vida de miséria fora dos jogos e em último ato tira a própria a vida.

Os traumas enfrentados por Gi-hun ao longo dos jogos o fazem questionar o objetivo de tudo aquilo. Ele rejeita veementemente o dinheiro ganho com a morte de tantas pessoas. Ao deixar a ilha, ele se encontra sozinho com 455 bilhões de won (aproximadamente 200 milhões de reais) que não suprem as perdas afetivas e familiares que ele enfrenta.

Ao final do último episódio, ele é convidado a conhecer o fundador dos jogos, marcando o ponto de virada da obra. O senhorzinho com quem Gi-hun se aliou e protegeu durante os jogos, o jogador número 001, era, na verdade, o idealizador dos jogos. Movido por futilidades e pelo desejo de ver de perto a miséria humana, ele criou os jogos para mostrar que os valores humanos estão distorcidos diante da ganância por dinheiro e poder. A revolta gerada em Gi-hun com a descoberta provoca uma reviravolta em sua vida: ele decide não apenas aceitar o dinheiro dos jogos, como utilizá-lo para encerrar eles.

O objetivo do diretor era criar uma história que fosse uma alegoria sobre a sociedade capitalista, algo que mostrasse uma competição extrema, mas utilizando aquele tipo de personagem que todos nós já encontramos na vida real. Por isso, a série conquista tanto o público: *Round 6* tem, ao mesmo tempo, dramas pessoais tipicamente coreanos e personagens universais, com os quais qualquer pessoa consegue se identificar. Como diz Motta (2006) “nenhuma história é contada sem que haja um fundo moral, uma razão ética que a situe” e que “toda narrativa, seja ela fática ou fictícia, se constrói com um fundo ético e moral” (MOTTA, 2006, p. 205).

Inicialmente, a história seria encerrada em uma única temporada, mas o sucesso estrondoso da obra e sua repercussão mundial levaram a Netflix a seguir com a produção. Apesar da longa espera, três anos após seu lançamento, a série retorna com um pequeno salto temporal, apresentando Gi-hun utilizando todo o seu



prêmio e formando uma equipe para encerrar definitivamente os jogos. Essa missão de redenção e vingança acaba levando-o novamente aos jogos.

Na segunda temporada, somos reapresentados a alguns personagens já conhecidos, como o próprio Gi-hun e o policial que descobre que o irmão que procura é, na verdade, o *Frontman*. Nesta temporada, novos aspectos de sua vida são explorados, aprofundando o enredo e suas motivações.

Com o intuito de encerrar permanentemente os jogos, Gi-hun reúne uma equipe e utiliza o valor do prêmio para conseguir um convite de retorno. Nos primeiros episódios da temporada, acompanhamos sua busca implacável pelo recrutador misterioso nas linhas de metrô. Mantendo o ritmo da primeira temporada, as cenas explícitas de violência continuam presentes. Ao encontrar o recrutador, Gi-hun e ele se enfrentam em uma rodada perigosa e mortal, culminando na morte do recrutador. Após diversas tentativas de retorno aos jogos e ao ser confrontado pelo *Frontman*, ele consegue retornar à ilha.

Nesta temporada, também somos apresentados à perspectiva dos guardas, observando o recrutamento da guarda 011. No-eul, uma desertora norte-coreana, que aceita trabalhar nos jogos para obter dinheiro e encontrar sua filha perdida.

De volta como o jogador 456, Gi-hun se surpreende ao encontrar seu amigo de infância, Jung Bae, também participando dos jogos. Ele tem como missão alertar os participantes sobre os perigos e persuadi-los a desistir antes que as mortes ocorram. No entanto, os jogadores se mostram céticos até a primeira prova iniciar.

Assim como na temporada anterior, o primeiro round é batatinha frita 1,2,3. Gi-hun tenta alertar os competidores para que não se movimentem e sejam eliminados pela boneca com sensor de movimentos. Entretanto, eles só acreditam após as primeiras mortes. Diante do caos instaurado, Gi-hun age rapidamente ensinando técnicas de sobrevivência, resultando em mais sobreviventes na primeira prova.

Ao descobrirem que a derrota nos jogos leva à morte, muitos participantes demonstram o desejo de desistir. No entanto, uma nova regra é introduzida: ao final de cada rodada, os jogadores devem votar para sair ou permanecer. Dessa vez, o

valor acumulado do prêmio será dividido igualmente entre os sobreviventes. Com a possibilidade de sair vivo e com uma quantia significativa, a maioria escolhe continuar.

O elenco desta temporada inclui elementos interessantes para a narrativa. Entre os jogadores, há uma idosa que entra nos jogos para pagar as dívidas do filho sem saber que ele também participará. Uma jovem grávida que busca dinheiro para mudar sua vida e a de seu bebê, encontrando o pai da criança na competição. Além disso, uma personagem trans participa, visando financiar suas cirurgias.

Utilizando um recurso comum nos *k-dramas*, a Netflix insere no elenco o personagem Thanos, interpretado pelo famoso rapper T.O.P. A inclusão do *idol* gerou grande repercussão entre os fãs de *k-pop*. Famoso na Coreia por integrar o grupo *BIG BANG*, sua escalção foi criticada na Coreia devido ao seu histórico de envolvimento com drogas, algo socialmente condenável no país. No entanto, o público ocidental recebeu a notícia de forma positiva. A Netflix ironiza as polêmicas ao lhe dar o papel de Thanos, um rapper famoso que interpreta um vilão carismático e violento, viciado em drogas que encara os jogos como meras brincadeiras infantis.

Na posição de jogador número 001 temos novamente um idealizador dos jogos no papel, o *frontman*, com o pseudônimo de Oh Young-il, motivado a frustrar os planos de interrupção de Gi Hun, ele se infiltra nos jogos como participante e se alia ao mesmo. Inicialmente ele se mostra a favor da ideia de Gi Hun de encerrar a brutalidade dos jogos como um aliado valioso.

Novos jogos também são inseridos, no segundo round somos apresentados ao jogo mais difícil já apresentado na trama até então, os jogadores precisam se reunir em grupos de 5 onde ficam com as pernas presas uns aos outros e terão que enfrentar cinco rodadas de diferentes embates e tem apenas cinco minutos para executá-los. São eles o *ddakji* que já vimos anteriormente, o *biseokchigi*, um jogo de precisão com duas pedras onde uma é o alvo e você precisa derrubá-la com a outra pedra. *Gong-ni*, tradicionalmente feminino, consiste em jogar pedrinhas no ar com a mesma mão em uma sequência complexa sem as deixar cair, semelhante ao jogo cinco pedrinhas que temos no Brasil, mas com um grau de complexidade maior. A

quarta etapa é soltar pião, também tradicional no ocidente e a última é *jegi*, uma espécie de embaixadinha coreana utilizando uma peteca ao invés de bola.

No último episódio da temporada, Gi-hun e seus aliados tentam uma rebelião, roubando armas e invadindo a central. Contudo, ele descobre que seu suposto aliado é, na verdade, um dos organizadores e ex-vencedor de uma edição. A temporada se encerra com um momento de alta tensão, quando Gi-hun presencia a morte de seu melhor amigo pelas mãos do *frontman*, que finalmente revela sua verdadeira identidade.

Figura 17: Gi-hun e Jun-bae, rebelião.



Fonte: Netflix

Com uma cena pós-crédito, misteriosa que indica a continuação dos jogos, a segunda temporada é finalizada com sete episódios e a trama em aberto, gerando uma série de teorias por parte dos fãs que serão sanadas apenas em junho de 2025, data divulgada pela própria Netflix para o encerramento da obra com a terceira temporada.

A segunda temporada de *Round 6* vem para reforçar o sucesso da primeira, com uma estreia que impressiona em números, a plataforma do *streaming* retoma a trama iniciada na primeira temporada, mas incorporando elementos e jogos novos.

O espectador já sabe o que esperar da série, mas ainda é surpreendido pela violência com a qual as cenas são executadas.

O fato de explorar novos elementos e personagens também é um ponto positivo. A inserção de uma personagem idosa, mãe, querendo proteger seu filho, assim como de uma jovem grávida querendo dar um futuro melhor para o bebê reforça a conexão que o dorama cria em representar personagens reais do cotidiano, gerando a afeição do espectador por esses personagens.

A liberdade que o *streaming* tem em inserir um personagem trans numa obra famosa de um país tão conservador como a Coreia do Sul reforça o poder e compromisso que a Netflix tem com seu público mundial que apreciam a importância da representatividade. A terceira e última temporada segue sendo aguardada com muita expectativa pelos milhões de fãs que a obra acumulou ao longo dos anos, reiterando o sucesso da plataforma na produção de obras coreanas que vem conquistando o mundo.

O impacto de *Round 6* na Netflix foi monumental. A série mudou como os dramas são produzidos e consumidos. Tradicionalmente, muitos dramas coreanos eram voltados para um público específico, com enredos mais leves ou românticos. No entanto, *Round 6* trouxe uma abordagem mais ousada, com uma narrativa cheia de críticas sociais e violência, quebrando paradigmas e atraindo um público mais amplo.

Esse novo formato de drama, mais sombrio e com temáticas mais complexas, abriu espaço para uma maior diversidade de histórias dentro desse gênero. Essa diversidade de gêneros é relevante porque diferentes tipos de programas têm propósitos e apelos distintos para os telespectadores (Shim;Kim, 2018). Isso, atrelado a liberdade de produção que o *streaming* possui, possibilitou um novo mercado para os *k-dramas*, explorando temáticas mais violentas e sombrias.

Antes de *Round 6*, as produções asiáticas, especialmente os dramas coreanos, já tinham conquistado um público fiel, mas ainda eram um nicho comparado a outras produções internacionais. Com o sucesso de *Squid Game*, a Netflix consolidou sua posição como um dos maiores responsáveis por divulgar e

expandir o mercado global de entretenimento coreano. O fenômeno gerado pela série fez com que, pela primeira vez, produções coreanas alcançassem um público massivo e diversificado em uma escala global, influenciando diretamente na ascensão do consumo de doramas na plataforma.

A obra não só aumentou o consumo de doramas, mas também levou os espectadores a buscar por mais conteúdos relacionados à cultura coreana, como filmes, músicas (*K-pop*), e até mesmo a culinária e moda coreana. Esse fenômeno global impulsionou as exportações culturais da Coreia do Sul, ampliando o mercado de consumo de entretenimento de forma irreversível. O drama também deu origem a um mercado de consumo próprio, os uniformes usados pelos personagens se tornaram fantasias de carnaval, as blusas dos jogadores se tornaram um artigo de vestuário lançados pelas lojas, eventos de promoção inspirados nos jogos do drama também foram lançados.

Custando cerca de US\$ 21,4 milhões para ser produzida, estima-se que a plataforma arrecadou US\$ 891,1 milhões<sup>38</sup> com seu lançamento, valor que tende a aumentar com as novas temporadas. A obra validou o investimento dos US\$ 500 milhões que a plataforma anunciou em produções coreanas em 2021 para os anos seguintes. Assim como o retorno da segunda temporada, trouxe o dobro de número de assinantes previstos para 2024<sup>39</sup>.

A repercussão de *Round 6* também provocou um aumento no investimento de plataformas de *streaming* em conteúdos coreanos. Além disso, de 2021 para cá outras grandes plataformas como Amazon Prime Video e Disney+ passaram a apostar em produções originais coreanas, atraindo tanto o público ocidental quanto o asiático, ajudando a alavancar a indústria do *K-drama*.

Em resumo, *Round 6* não apenas redefiniu o mercado de doramas, mas também reconfigurou o consumo de produções coreanas globalmente. Sua estreia foi um marco na ascensão da onda *Hallyu* e na consolidação do *streaming* como

---

<sup>38</sup> GUEDES, J. "Round 6" deu lucro bilionário e segue fazendo história. Disponível em: <<https://www.pahnorama.com.br/post/round-6-deu-lucro-bilionario-e-segue-fazendo-historia>>. Acesso em: jan. 2025.

<sup>39</sup> Round 6 e esportes ao vivo levam Netflix a recorde de assinantes. Disponível em: <<https://gazzconecta.com.br/gazz-conecta/aplicativos-e-plataformas/round-6-e-esportes-ao-vivo-leva-m-netflix-a-recorde-de-assinantes/>>. Acesso em: jan. 2025.

plataforma essencial para a distribuição de conteúdo internacional. O *k-drama* mostrou que histórias complexas e inovadoras podem atravessar fronteiras culturais e geográficas, criando um novo tipo de espectador global, mais aberto e curioso para consumir entretenimento de qualquer parte do mundo.

A crescente popularidade dos *k-dramas* no Brasil reflete um movimento global, impulsionado pela facilidade de acesso e pelo crescente interesse pela cultura sul-coreana, incluindo o *K-pop*, a moda e a gastronomia. O sucesso de *Squid Game* abriu caminho para outras produções coreanas ganharem espaço e reconhecimento no mercado audiovisual brasileiro, consolidando os *k-dramas* como uma tendência duradoura no cenário do entretenimento mundial.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

As transformações tecnológicas e sociais foram responsáveis não somente por mudar como consumimos produtos culturais, mas também os próprios produtos que consumimos. A prática do *fansubbing* e a ascensão das plataformas de *streaming* desempenharam papéis essenciais nessa convergência cultural. A Onda Coreana, ou *Hallyu*, se desenvolveu por meio de incentivos governamentais, ampliou sua produção e modernizou sua indústria cultural e, apoiada pela internet, alcançou o mercado global. Com os dramas de TV como grandes representantes desse fenômeno, a Coreia do Sul conseguiu levar seus traços culturais ao cenário global, influenciando o estilo de vida de diversos consumidores ao redor do mundo.

Diante desse panorama, foi possível identificar a importância do trabalho desenvolvido pelos fãs no processo de *fansubbing* e como ele influenciou as plataformas de *streaming* a incluir os dramas coreanos em seus catálogos. Durante anos, os *fansubbers* foram cruciais para a popularização dos doramas fora da Coreia do Sul. Eles traduziam e legendavam esses conteúdos, permitindo que espectadores de diferentes partes do mundo, especialmente no Brasil, tivessem acesso a essas produções de forma gratuita e online. O trabalho árduo dos *fansubbers* não só ajudou a criar uma base de fãs sólida como também despertou o interesse das plataformas de *streaming* para incluir esses conteúdos em seus catálogos, dando maior visibilidade e profissionalismo ao processo de disseminação dos doramas.

Com o aumento da competitividade no mercado de *streaming*, que cresceu significativamente nos últimos anos, plataformas como a Netflix perceberam a oportunidade de explorar um mercado ainda emergente, mas com grande potencial. Elas começaram a adicionar doramas coreanos em seus catálogos, atraindo uma nova audiência e fortalecendo a popularização do conteúdo sul-coreano. No Brasil, esse movimento foi ainda mais relevante, pois o público, sedento por novas produções e formatos de entretenimento, encontrou nos doramas uma alternativa vibrante, cheia de histórias emocionantes e personagens com os quais se identificavam. Além disso, a inclusão de títulos sul-coreanos no *streaming* proporcionou acesso mais fácil, regular e de qualidade ao conteúdo, permitindo que a experiência fosse mais acessível do que nunca.

A Netflix encontrou a oportunidade de surfar na *Hallyu* ao adotar estratégias de parcerias com canais de TV coreanos e um grande investimento em produções originais, como o famoso *Round 6*, consolidou-se como a principal plataforma responsável por promover a *Hallyu* em grande escala. O sucesso estrondoso de *Squid Game* foi um divisor de águas para o mercado de doramas no Brasil. A obra, que se distanciou das temáticas tradicionais dos dramas, com cenas de violência, críticas sociais e uma narrativa única, conquistou uma audiência global e atraiu uma atenção nunca vista para o formato. Ao fazer isso, *Round 6* não só popularizou ainda mais os *k-dramas* como também ampliou o espectro de público para os doramas, incluindo aqueles que talvez não se sentissem atraídos por tramas mais tradicionais.

O impacto de *Round 6* no mercado de doramas no Brasil foi imediato. O fenômeno abriu portas para a inclusão de novos gêneros dentro do mercado de doramas, promovendo uma renovação nas narrativas e tornando os doramas mais diversificados e atraentes para uma gama maior de espectadores. O grande sucesso de audiência e de crítica fez com que as plataformas de *streaming* passassem a investir cada vez mais nesse tipo de conteúdo, aumentando o número de produções coreanas e diversificando o leque de temas abordados. A violência, o suspense e a crítica social presentes em *Round 6* também marcaram uma mudança de percepção sobre o que constitui um drama.

Em suma, a ascensão da *Hallyu*, impulsionada pelas transformações tecnológicas e sociais, e a contribuição dos fãs no processo de *fansubbing* foram fundamentais para a inserção dos dramas coreanos no mercado global, especialmente nas plataformas de *streaming*. A Netflix, ao reconhecer o potencial desse mercado, soube se adaptar e aproveitar a crescente demanda por conteúdo sul-coreano, tornando-se a principal plataforma a promover a *Hallyu* em escala mundial. O sucesso das produções coreanas, como *Round 6*, não apenas ampliou a visibilidade dos *K-dramas*, mas também quebrou barreiras, permitindo que obras de diferentes gêneros e temáticas emergissem, atraindo públicos diversificados.

As narrativas, com seus enredos emocionantes, personagens humanos e temas universais, têm sido as responsáveis por criar uma conexão única com os espectadores, especialmente no Brasil, onde os dramas coreanos passaram a fazer parte do cotidiano cultural. A troca cultural entre a Coreia do Sul e o Brasil, facilitada pela acessibilidade digital e pelo alcance das plataformas de *streaming*, tem



contribuído para uma maior compreensão mútua e para a valorização de uma produção cultural rica e diversificada. A evolução desse fenômeno aponta para um futuro promissor, onde as produções sul-coreanas continuarão a influenciar o consumo e a produção cultural e audiovisual global, destacando-se pela inovação, qualidade e profundidade emocional.

## REFERÊNCIAS

ABDAL, A. Sobre regiões e desenvolvimento: o processo de desenvolvimento regional brasileiro no período 1999-2010. Tese (Doutorado em Sociologia) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo. São Paulo, p. 261. 2015.

Além do Guarda-Roupa. Disponível em:

<<https://www.max.com/br/pt/shows/alem-do-guarda-roupa/54abba25-37c2-4d96-87e0-e55af04ad9be>>. Acesso em: jan. 2025.

ALMEIDA, Naiane. A estética da comunicação no K-drama Reply 1997: aspectos nostálgicos que unifica e reconstrói a narrativa do seriado. In: NICOLAU, Marcos (Org.). Comunicação e experiência estética na cibercultura [recurso eletrônico]. João Pessoa: Ideia, 2017.

ALMEIDA, Naiane; NICOLAU, Marcos. O poder de atração dos K-dramas: o soft power e a hibridização no contexto do fenômeno global Hallyu. In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. 40o Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Curitiba, PR – 04 a 09/09/2017. Anais. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-0261-1.pdf>

ANDRADE, Nataly Teotônio. Fãs e a prática Fansubbing: uma análise dos Fansubs brasileiros de dramas de tv asiáticos. Orientador: José Riverson Araújo Cysne Rios. 2021. 98 f. TCC (Graduação em Jornalismo) - Curso de Graduação em Jornalismo, Instituto de Cultura e Arte, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2021.

ANELISE. Kingdom: Uma nova forma de fazer série de zumbis. Disponível em:

<<https://www.revistajovemgeek.com.br/2019/03/kingdom-uma-nova-forma-de-fazer-serie.html>>. Acesso em: jan. 2025.

As origens de “Round 6”, série que pode se tornar a mais vista da história da Netflix. Disponível em:

<<https://www.uol.com.br/splash/noticias/bbc/2021/09/30/as-origens-de-round-6-serie-que-pode-se-tornar-a-mais-vista-da-netflix.htm>>. Acesso em: jan. 2025.

BIGWORKS; YAMASHITA, A. Confucionismo: o sistema filosófico milenar da China. Disponível em: <<https://chinavistos.com.br/confucionismo/>> Acesso em: dez. 2024.

BTS visita a Casa Branca e denuncia racismo contra asiáticos nos EUA. Disponível em:

<<https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2022/05/31/bts-visita-a-casa-branca-e-denuncia-racismo-contra-asiaticos-nos-eua.ghtml>> Acesso em: nov. 2024.

BUCKLEY, C. Historia, 1894: a primeira guerra sino-japonesa, 120 anos atras. Disponível em:

<<https://diplomattizzando.blogspot.com/2014/07/historia-1894-primeira-guerra-sino.html?m=1>>. Acesso em: dez. 2024.

CARLOS, Giovana. Do mangá para o dorama: a representação da irritação em Nodame Cantabile. *Revista Interamericana de Comunicação Midiática*, 11: 21, 129-151. 2012.

Castellano, Mayka, and Melina Meimaridis. "Netflix, Discursos de Distinção E Os Novos Modelos de Produção Televisiva." *Contemporânea, Revista de Comunicação E Cultura*, vol. V 14, no. n.02, 29 Aug. 2016.

CJ ENM, Studio Dragon e Netflix anunciam parceria de longo prazo - About Netflix. Disponível em: <[https://about.netflix.com/pt\\_br/news/cj-enm-studio-dragon-netflix-announce-a-long-term-partnership](https://about.netflix.com/pt_br/news/cj-enm-studio-dragon-netflix-announce-a-long-term-partnership)>. Acesso em: nov. 2024.

COLETTI, C. Round 6 | Quais são os jogos da 2a temporada? Disponível em: <<https://www.omelete.com.br/netflix/round-6-jogos-segunda-temporada>>. Acesso em: jan.2025.

Crescimento do streaming modifica o consumo de produções audiovisuais. *Jornal da USP*, 20 abr. 2022. Acesso em: fev. 2025.

Disponível em: <[https://s2-g1.glbimg.com/0ZnWAW-zegvzfLussdMMjXrXMaM=/0x0:4915x3177/1008x0/smart/filters:strip\\_icc\(\)/i.s3.glbimg.com/v1/AUTH\\_59edd422c0c84a879bd37670ae4f538a/internal\\_photos/bs/2022/0/B/4mVSynRfSWTxm5GptjHg/bts-casa-branca.jpg](https://s2-g1.glbimg.com/0ZnWAW-zegvzfLussdMMjXrXMaM=/0x0:4915x3177/1008x0/smart/filters:strip_icc()/i.s3.glbimg.com/v1/AUTH_59edd422c0c84a879bd37670ae4f538a/internal_photos/bs/2022/0/B/4mVSynRfSWTxm5GptjHg/bts-casa-branca.jpg)>. Acesso em: 16 fev. 2025.

DOS, C. série de televisão sul-coreana de 2019-2020. Disponível em: <[https://pt.wikipedia.org/wiki/Kingdom\\_\(s%C3%A9rie\\_sul-coreana\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Kingdom_(s%C3%A9rie_sul-coreana))>. Acesso em: nov. 2024.

Expandindo a presença na Coreia, Netflix começa o ano com dois novos espaços de produção - About Netflix. Disponível em: <[https://about.netflix.com/pt\\_br/news/expanding-our-presence-in-korea-netflix-production-facilities](https://about.netflix.com/pt_br/news/expanding-our-presence-in-korea-netflix-production-facilities)>. Acesso em: nov. 2024.

FREIRE, Raquel. DramaFever acabou: como usar o Viki, alternativa para assistir a doramas. *Techtudo*. Disponível em: <<https://www.techtudo.com.br/dicas-e-tutoriais/2018/10/dramafever-acabou-como-usar-o-viki-alternativa-para-assistir-a-doramas.ghtml>> Acesso em out. 2024.

Fonseca, Pollyana. A Representação Da Cultura Sul-Coreana Para O Mundo Por Meio Dos Doramas. Orientadora: Dione Oliveira Moura. 2020. Monografia(Graduação em jornalismo) - Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília. Brasília, 2020.

GENTIL, Dominique Ribeiro. Diplomacia cultural sul-coreana: uma reflexão sobre o papel do kofice e sua atuação com as mídias brasileiras. 2017. 22p. Artigo científico

(Especialização em Relações Internacionais Contemporâneas) - Universidade Federal da Integração Latino-Americana (Unila), Foz do Iguaçu, 2017.

GUEDES, J. "Round 6" deu lucro bilionário e segue fazendo história. Disponível em: <<https://www.pahnorama.com.br/post/round-6-deu-lucro-bilionario-e-segue-fazendo-historia>>. Acesso em: jan. 2025.

GUIA DO ESTUDANTE. "Soft power": a estratégia sutil dos países para ganhar poder. Disponível em: <<https://guiadoestudante.abril.com.br/atualidades/soft-power-a-estrategia-sutil-dos-paises-para-ganhar-poder>>. Acesso em: nov.2024.

HANAKI, Toru et al. Hanryu sweeps East Asia: How Winter Sonata is gripping Japan. International Communication Gazette 69: 281, 281-294. 2007.

JANG, Gunjoo e PAIK, Won K. Korean Wave as tool for Korea's new cultural

HAN, J. XO, Kitty. Disponível em: <<https://www.netflix.com/br/title/81324724>>. Acesso em: jan. 2025.

HISTÓRIA DO STREAMING | A S S I M. Disponível em: <<https://www.assim.org.br/c%C3%B3pia-streaming>>. Acesso em: out. 2024.

HWANG, Kyung Moon. Introduction. A History of Korea. Palgrave Macmillan, 2010.

JANG, Gunjoo e PAIK, Won K. Korean Wave as tool for Korea's new cultural diplomacy. Scientific Research. Advances in Applied Sociology. 2:3, 196-202. 2012.

Ianni, O. (1999). Teorias da globalização. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 5o ed.

JANG, Gunjoo e PAIK, Won K. Korean Wave as tool for Korea's new cultural diplomacy. Scientific Research. Advances in Applied Sociology. 2:3, 196-202. 2012.

JENKINS, H. Cultura da Convergência. São Paulo: Aleph, 2009.

JENKINS, Henry. Fans, bloggers, and gamers: exploring participatory culture. São Paulo: New York University Press, 2006a

Jewel in the Palace. Disponível em: <[https://en.wikipedia.org/wiki/Jewel\\_in\\_the\\_Palace](https://en.wikipedia.org/wiki/Jewel_in_the_Palace)>Acesso em: nov. 2024.

JIN. Volta por Cima: Tati enquadra Jin e propõe desafio. Disponível em: <<https://gshow.globo.com/novelas/volta-por-cima/vem-por-ai/noticia/volta-por-cima-tati-enquadra-jin-e-propoe-desafio.ghtml>>.

JIN-WOO, K. et al. Love Alarm. Disponível em: <<https://www.netflix.com/br/title/80168068>>. Acesso em: nov. 2024.

JOO, Jeongsuk. Transnationalization of Korean popular culture and the rise of "pop nationalism" in Korea. The Journal of Popular Culture, 44: 3, 489-504. 2011.

JUNG, E. Y. Transnational Korea: A Critical Assessment of the Korean Wave in Asia and the United States. *Southeast Review of Asian Studies*, v. 31, p. 69–80, 2009.

Kang So Yeon fala sobre debut com “LOCA LOCA”: “Retribuir o amor dos fãs”.

Disponível em:

<<https://revistaquem.globo.com/Entretenimento/kpop/noticia/2022/08/kang-so-yeon-fala-sobre-debut-com-loca-loca-retribuir-o-amor-dos-fas.html>>. Acesso em: nov. 2024.

Kelner, D. (2001). *A Cultura da Mídia - estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. Bauru: EDUSC.

KIM, Taegyu. THAAD hits stock-rich Korean entertainers. 11 set 2011. *The Korea Times*. Disponível em: 86

<[http://www.koreatimes.co.kr/www/tech/2016/09/129\\_213922.html](http://www.koreatimes.co.kr/www/tech/2016/09/129_213922.html)> Acesso em: nov. 2024.

KIM, Min Sung; KIM, Eun; HWANG, ShinYoung; KIM, Junghwan; KIM, Seongcheol. Willingness to pay for over-the-top services in China and Korea. *Telecommunications Policy*, v. 41, n. 3, 197-207, 2016

KIM, S.; KIM, S. De K-drama a anime: Disney aposta em produções asiáticas para desafiar a Netflix. Disponível em:

<<https://www.bloomberglinea.com.br/negocios/de-k-drama-a-anime-disney-aposta-em-producoes-asiaticas-para-desafiar-a-netflix/>>. Acesso em: out. 2024

KOFICE. 2022. *Global Hallyu Trends\_English version*. KOFICE, 14 dez. 2022.

Disponível em:

[https://kofice.or.kr/b20industry/b20\\_industry\\_00\\_view.asp?seq=1264&tblID=gongji&clSID=0](https://kofice.or.kr/b20industry/b20_industry_00_view.asp?seq=1264&tblID=gongji&clSID=0). Acesso em: fev. 2025.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. *Telenovela como Recurso Comunicativo*. MATRIZES, v. 3, n.1, 2009.

MACHADO, Carlos Alberto. Animencontros: o hibridismo cultural midiático como consequência do relacionamento na formação de novos costumes juvenis. In: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2009, Curitiba.

MADUREIRA, Alessandra Vinco A. Calixto; MONTEIRO, Daniela de Souza Mazur; URBANO, Krystal Cortez Luz. Fãs, Mediação e Cultura Midiática: Dramas Asiáticos no Brasil. In: *Jornada Internacional Geminis: Entretenimento Transmídia*, 1, 2014. São Carlos. *Anais eletrônicos*. São Carlos: UFSCar, 2014. Disponível em: <<http://www.geminis.ufscar.br/jig/anais/>>.

Mazur, D. (2021). A Indústria Televisiva Sul-Coreana no Contexto Global. *Ação Midiática – Estudos Em Comunicação, Sociedade E Cultura.*, 22(1), 172–191.

<https://doi.org/10.5380/2238-0701.2021n22.09>

MEIMARIDIS, Melina; MAZUR, Daniela; RIOS, Daniel. A Empreitada Global da Netflix. *Revista GEMINIS*, v. 11, n. 1, p. 4-30, 2020.

MENDONÇA, B. H. M. D. Afeto como fator de ligação dos grupos de legendas e fansubs. Rio de

Janeiro: UFF, 2013. Disponível em:

<<http://www.coneco.uff.br/sites/default/files/institucional/536-749-1-rv.pdf>>. Acesso em novembro/2024.

MONTEIRO, D. S. M. A onda coreana e a representação do passado em “reply 1997”. 2014. Monografia (Bacharel em Estudos de Mídia) - Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2014.

MOTION PICTURE ASSOCIATION. Section Title (Montserrat Bold, 16 pt.). [s.l: s.n.]. Disponível em:

<<https://www.motionpictures.org/wp-content/uploads/2022/03/MPA-2021-THEME-Report-FINAL.pdf>>

Mungioli, Maria & Lemos, Ligia & Penner, Tomaz. (2023). K-dramas originais Netflix no catálogo brasileiro: melodrama e literacia midiática. RuMoRes. 17. 55-76. 10.11606/issn.1982-677X.rum.2023.215298.

NETFLIX. About Netflix. Disponível em: <<https://about.netflix.com/en>>. Acesso em: nov. 2024.

NYE, J. Soft Power: The Means To Success in World Politics. Nova Iorque: Public Affairs, 1990. In: HWANG, Joanna Elfving. South Korean Cultural Diplomacy and Brokering ‘Kculture’ Outside Asia. 2013. Disponível em: ( cap 2 pag 40)

OMENA, Mateus. Febre dos doramas é a estratégia do CEO do Rakuten Viki para ganhar o mercado brasileiro. Exame. 15 jun. 2024. Disponível em: <https://exame.com/pop/febre-dos-doramas-e-a-estrategia-do-ceo-do-rakuten-viki-para-ganhar-o-mercado-brasileiro/>. Acesso em: outubro de 2024.

PALMA. Festival de Cannes: conheça os 19 filmes que disputam a Palma de Ouro. Disponível em:

<<https://g1.globo.com/pop-arte/cinema/noticia/festival-de-cannes-conheca-os-19-filmes-que-disputam-a-palma-de-ouro.ghtml>>. Acesso em: nov. 2024.

PONTES, I. Round 6 | Nova temporada atinge marca impressionante em duas semanas. Disponível em:

<<https://www.omelete.com.br/series-tv/round-6-segunda-temporada-mais-assistido>>. Acesso em: jan. 2025.

Rakuten Viki | Software | TechTudo. Disponível em:

<<https://www.techtudo.com.br/tudo-sobre/viki-tv-movies-music/>>. Acesso em: out. 2024.

RECREIO. Como surgiu a brincadeira “Batatinha Frita 1, 2, 3” de “Round 6”?

Disponível em:

<<https://recreio.com.br/noticias/entretenimento/como-surgiu-a-brincadeira-batatinha-frita-1-2-3-de-round-6.phtml>> Acesso em: fev. 2025.

Round 6 e esportes ao vivo levam Netflix a recorde de assinantes. Disponível em: <<https://gazzconecta.com.br/gazz-conecta/aplicativos-e-plataformas/round-6-e-esportes-ao-vivo-levam-netflix-a-recorde-de-assinantes/>>. Acesso em: jan. 2025.

Round 6 | Nova temporada atinge marca impressionante em duas semanas. Disponível em: <<https://www.omelete.com.br/series-tv/round-6-segunda-temporada-mais-assistido>>. Acesso em: jan. 2025.

SANTOS, L. Os 17 melhores doramas chineses disponíveis para você assistir. Disponível em: <<https://www.maioresemelhores.com/melhores-doramas-chineses/>>. Acesso em: dez. 2024.

SHIM, Doobo. Hybridity and the rise of Korean popular culture in Asia. Media Culture Society, 28: 25, 25-44. 2006.

SHIM, H.; KIM, K. J. An exploration of the motivations for binge-watching and the role of individual differences. Computers in Human Behavior, v. 82, p. 94-100, 2018.  
Thompson, J. B. (1998). A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia. Petrópolis: Vozes.

SHIM, Sungeun. Behind the Korean Broadcasting Boom. NHK Broadcasting Studies, 6, 205-232. 2008.

SILVA, Estefânia Agápto Rocha da. A cultura participativa dos fansubs para disseminação dos doramas pelo ciberespaço. 2025. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Multimídia) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2025.

TALED FANSUB. QUEM SOMOS. Disponível em: <<https://taledfansub.forumeiros.com/t5-quem-somos>>. Acesso em: out. 2024.

TANAKA, Misaki e SAMARA, Beatriz Santos. A Onda Coreana: a influência da novela “Sonata de Inverno” no telespectador feminino do Japão. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, XXXVI, 2013, Manaus.

TOLEDO, M. Audiência média do Prime Video no Brasil é de 20 milhões de pessoas por mês. Disponível em: <<https://telaviva.com.br/25/04/2024/audiencia-media-do-prime-video-no-brasil-e-de-20-milhoes-de-pessoas-por-mes/>>. Acesso em: nov.2024.

Trial Fansub. Disponível em: <<https://trialfansub.com/>>. Acesso em: out. 2024.

URBANO, Krystal Cortez Luz. Legendar e distribuir: o fandom de animes e as políticas de mediação fansubber nas redes digitais. 2013. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2013.

Viki Contributor Community. Disponível em: <<https://contribute.viki.com/>>. Acesso em: out.2024.

WALSH, J. Hallyu as a Government Construct: The Korean Wave in the Context of Economic and Social Development In: The Korean Wave – Korean Popular Culture in Global Context. Edited by Yasue Kuwahara. 2014.

What is love: What Is Love? Disponível em:

<<https://mydramalist.com/5755-what-is-love>>. Acesso em: nov. 2024.