

## ***Dramaworld* e as Representações Sociais em K-Dramas: Uma Visão Intercultural<sup>1</sup>**

Larissa Nascimento Lopes de Oliveira<sup>2</sup>  
Isabella Chianca Bessa Ribeiro Do Valle<sup>3</sup>  
Marcel Vieira Barreto Silva<sup>4</sup>  
Universidade Federal de Juiz de Fora  
Universidade Federal da Paraíba

### **Resumo**

Neste artigo apontamos representações sociais em novelas sul-coreanas, ou K-dramas, considerando como objeto de análise a ficção seriada *DramaWorld* (Viki, 2016-2021). Na construção do argumento, fundamentamo-nos na Teoria das Representações Sociais (MOSCOVICI, 2010). Propomos categorias analíticas para compreensão das representações percebidas em *DramaWorld*: espectadores, mulheres e homens, cenários, K-idols, ideal romântico e confucionismo. Segundo a satírica ficção, os K-dramas apresentam personagens que seguem princípios tradicionalistas da cultura sul-coreana e propõem aos espectadores ocidentais ancoragem e objetivação remetente a tais princípios.

**Palavras-chave:** Representações sociais; Ficção seriada; K-dramas; *DramaWorld*.

### **Introdução**

A exposição da série é: uma jovem estudante universitária trabalha meio período na lanchonete gerenciada pelo pai e passa a maior parte do tempo assistindo a novelas sul-coreanas, ou K-dramas (*korean dramas*), em seu *smartphone*. Claire Duncan é seu nome e a personagem é a representação de um específico público de jovens americanos. *DramaWorld* (Viki, 2016-2021) é uma ficção seriada, ambientada em Los Angeles (Estados Unidos) e Seul (Coréia do Sul), que conta a história de Claire após ser transportada para dentro do mundo ficcional de *Taste of Love*, o seu K-drama preferido. O objetivo da protagonista é “salvar” a narrativa, ou seja, fazer o galã se apaixonar pela mocinha, como é apontado na própria ficção. Durante a trajetória da personagem no “Mundo do Drama”, acontecem situações de sátira e paródia nos diálogos, músicas e imagens que expõem estratégias estilísticas e representações sociais presentes nos K-dramas. A série é produzida pela Viki, plataforma americana de *video*

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Ficção Televisiva Seriada, XXII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutoranda no Programa de Pós-graduação em Comunicação na Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Membro do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Arte e Literacia Midiática e do Observatório da Qualidade no Audiovisual. E-mail: [larissanlo@outlook.com](mailto:larissanlo@outlook.com).

<sup>3</sup> Professora do Departamento de Comunicação e do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba. E-mail: [bella.valle.ufpb@gmail.com](mailto:bella.valle.ufpb@gmail.com).

<sup>4</sup> Professor do Departamento de Comunicação e do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba. E-mail: [marcelvbs@hotmail.com](mailto:marcelvbs@hotmail.com).

*on demand* (VoD) traduzida em mais de 160 idiomas, sediada em San Mateo (Califórnia), com filiais em Cingapura, Tóquio, Japão e Coreia do Sul. Sustentada com assinaturas e fãs voluntários que gerenciam o conteúdo, a Viki foi criada em 2007 e adquirida em 2013 pela empresa japonesa Rakuten. A plataforma possui em seu catálogo: filmes, séries, *reality shows* e *talk shows* de origem asiática (sul-coreanos, chineses, taiwaneses e japoneses), também agrega fãs-clubes e permite interações entre os usuários<sup>5</sup>.

No contexto *webcasting* de criação, circulação e consumo de ficção televisiva para plataformas de *streaming*, a pergunta que norteia este artigo, é: na perspectiva ocidental de Claire, dentro de *DramaWorld*, como se dá a representação da Coreia do Sul, de sua cultura e de seus sujeitos, através dos K-dramas? A partir disto, apontamos representações abordadas na primeira temporada de *DramaWorld*, destacando a dialética entre Ocidente/Oriente na construção do seu mundo ficcional e dos seus personagens. Para tanto, propomos, metodologicamente, categorias analíticas, a partir das quais as representações sociais em *DramaWorld* possam ser compreendidas, levando em conta a natureza eminentemente intercultural (SILVA, 2013) do diálogo entre uma série americana e os dramas coreanos. Na construção do argumento teórico, fundamentamo-nos na Teoria das Representações Sociais (MOSCOVICI, 2010) e aproximamos essa concepção dos estudos sobre K-dramas.

Os estudos sobre culturas midiáticas audiovisuais da Coreia do Sul, sobretudo aqueles que circulam no Ocidente, concentram as pesquisas em recortes bem delimitados, que vão da cultura *hallyu*<sup>6</sup> (LEE, 2011; JU, 2018), passam pelos grupos de fãs (SCHULZE, 2013; SORIANO, 2017; SANTANA 2018), pelas análises sobre os modos de distribuição e consumo (URBANO, ARAUJO, 2017; ARAUJO, 2018) e chegam às análises das narrativas e das formas estilísticas (CARVALHO, 2008; QUINTERO, 2016; PEIXOTO, LOPES, 2018). Levando em conta que são escassas as pesquisas sobre representações sociais focadas em K-dramas, este artigo oferece uma visada original, com pertinência e relevância.

Interpretar o Outro a partir de um ponto de vista culturalmente distante exige cuidados teóricos e analíticos para que a interpretação intercultural não resvale em uma crítica formulada em bases epistemológicas etnocêntricas. Ao mesmo tempo, esse esforço relativista abre possibilidades de compreensão do fenômeno comunicacional contemporâneo, já que o consumo da cultura coreana no Ocidente, produto de uma indústria criativa pujante e de um projeto político nacional, ilumina as dinâmicas atuais usadas no audiovisual. No caso de *DramaWorld*,

---

<sup>5</sup> Disponível em: <<https://www.viki.com/>>. Acesso em: 17 mai. 2022.

<sup>6</sup> *Hallyu* ou “onda sul-coreana” são termos que designam a popularização da cultura sul-coreana no mundo, amplamente difundida por produtos de entretenimento.

---

estamos lidando com um produto bastante singular, visto que se trata de uma coprodução transnacional (Coreia do Sul, Estados Unidos e China), dentro de um sistema de circulação e consumo essencialmente digital e que, em termos estilísticos, articula a cultura jovem americana e as séries dramáticas sul-coreanas, demonstrando as complexas redes simbólicas que se conectam para a produção de uma narrativa intercultural em que, no encontro dos dois mundos, as representações sociais se cristalizam em formas audiovisuais específicas, as quais este artigo, ao cabo, busca categorizar e definir.

### **Representações Sociais**

Moscovici (2010), ao buscar explicar a realidade social a partir das representações, baseia sua famosa Teoria das Representações Sociais (TRS) na concepção de representação coletiva de Durkheim (2001), que aponta que não é possível alguém viver em comunidade sem ser regulado pelas ideias que regem a sociedade, moldando, assim, os comportamentos humanos. Para Durkheim, os fatos sociais não podem ser estudados apenas como psicológicos, dando enfoque ao fator sociológico. Moscovici consegue alinhar as duas vertentes, amplia o pensamento com as contribuições de Lévy-Bruhl, Piaget, Vygotsky e Freud e entende as representações sociais como um fenômeno específico. Essa é a maior diferença entre a representação coletiva durkheimiana e a TRS. Aquela é um conceito que, tem como pedra angular a sociologia e busca entender o papel da religião, dos mitos e da ciência na formação da sociedade e esta é um método, preocupa-se com as interações cotidianas e seu caráter dinâmico na sociedade moderna.

Neste cenário, Moscovici caracteriza as representações sociais como substâncias tão verossímeis que seriam quase que tocáveis. Elas se constroem no cotidiano de cada indivíduo e se articulam no de outro por meio dos gestos, falas, mídias, etc., instituindo uma espécie de conhecimento particular que nasce do povo (senso comum) e delinea comportamentos e interações. Sendo assim, a representação é um fenômeno de imagem e significação, “[...] iguala toda imagem a uma ideia e toda ideia a uma imagem” (MOSCOVICI, 2010, p. 46), tem uma face icônica e uma face simbólica, como dois lados de uma mesma moeda. É preciso entendê-la como uma forma específica de comunicar, produzir sentido. Em uma perspectiva funcional, Martins (2017) sintetiza o pensamento de Moscovici (2010) em dois objetivos: padronizar os objetos, pessoas ou acontecimentos, a fim de produzir modelos categóricos que serão compartilhados convencionalmente entre os grupos de indivíduos e inserir nas pessoas estruturas comportamentais que estão presentes mesmo antes que se pense conscientemente

nelas. Na mesma linha de raciocínio, pontuamos dois processos destacados na obra de Moscovici: ancoragem e objetivação, definidos como meios que geram as representações sociais.

A ancoragem designa-se em classificar e rotular para tornar mais próximo o desconhecido, como se uma ideia estranha chegasse para o indivíduo e este buscase categorias já estabelecidas na memória para classificar o novo, torná-lo familiar. Qual a imagem de um homem sul-coreano para você, leitora ou leitor? Se não tens contato com sul-coreanos, neste momento é provável que busques referência em algum filme ou reportagem televisiva, de modo a que uma figura específica se cristalice a partir dos elementos fenotípicos que a memória seleciona. Ou seja, ao se deparar com o que é, em primeira instância, desconhecido, busca-se recuperar algum conhecimento em relação ao assunto, que servirá para categorizar o novo. Segundo Moscovici, quando não conseguimos descrever algo, encontramos resistência, por isso a ancoragem se faz pertinente. Com ela, lançamos bases reconhecíveis para fenômenos desconhecidos, permitindo que o sentido particular se produza a partir das referências sociais possíveis que nos cercam e nos servem de esteio.

Paralelo à ancoragem temos a objetivação, que torna a realidade concreta, palpável. A fim de exemplificar, Moscovici cita a imagem de Deus, que é abstrata, sendo codificada em pai, algo concreto. O autor também utiliza o termo “icônico” como o início do processo de objetivação, que em seguida se torna imagético.

Objetivar é descobrir a qualidade icônica de uma ideia, ou ser impreciso; é reproduzir um conceito em uma imagem. Comparar é já representar, encher o que está naturalmente vazio, com substância. Temos apenas de comparar Deus com um pai e o que era invisível, instantaneamente se torna visível em nossas mentes, como uma pessoa a quem nós podemos responder como tal. (MOSCOVICI, 2010, p.71-72)

Em suma, a ancoragem é o processo em que, ao se deparar com o desconhecido, pessoas buscam referências para criar categorias socialmente estabelecidas e objetivação é a transformação da categorização em processos palpáveis e imagéticos.

As representações se inserem no cotidiano de várias maneiras: o gesto, a fala, as imagens e, claro, a mídia. Fotografias, redes sociais digitais, filmes, séries de televisão, etc. fazem representações sociais circularem, de forma massiva e segmentada. A forma como o conteúdo é exposto está ligada a como o espectador irá formar em sua mente uma representação acerca daquilo. Importante mencionar que estas representações não são assimiladas exatamente como estão sendo veiculadas, os receptores são ativos e as mediações são imprescindíveis na

significação e circulação do conteúdo midiático, entretanto, não menos importante, é uma reflexão de como as representações são apresentadas. No caso do presente artigo, nosso intuito é compreender, na ficção seriada *DramaWorld*, as representações sociais sul-coreanas na recepção ocidental dos K-dramas. Para tanto, é necessário antes discutir as lógicas da cultura *hallyu* e do drama seriado sul-coreano enquanto produtos da cultura midiática contemporânea.

### **Cultura *Hallyu* e K-dramas**

A Coreia do Sul, cuja capital é Seul, vive uma economia capitalista de livre comércio. Com altos investimentos em inovação tecnológica, o país tem se destacado mundialmente por seu crescimento financeiro (KIM, 2008). Foi ao final da década de 1990, sobretudo com o término da crise dos Tigres Asiáticos<sup>7</sup>, que a cultura sul-coreana começou a expandir-se pelo mundo do entretenimento. No início, com séries como *Autumn Fairy Tale* (KBS2, 2000) e *Winter Sonata* (KBS2, 2002), e depois com filmes e músicas. *Hallyu* foi o termo cunhado para a emergência de tal cultura em países do leste, sul e sudeste asiático; significa “fluxo da Coreia”, também conhecido como onda coreana. De acordo com Santana (2018), a *hallyu* é resultado do encontro entre a cultura tradicional coreana e a cultura estrangeira e se revela através dos produtos de entretenimento sul-coreanos. Hoje é um fenômeno que tem como públicos adolescentes e jovens adultos. Focaremos nos K-dramas, produtos âncoras do entretenimento sul-coreano.

Em relação ao tempo de duração, os K-dramas contemporâneos se caracterizam por possuir apenas uma temporada, com cerca de 16 a 24 episódios, de aproximadamente 60 minutos cada. Existem exceções, os *fusion sageuk* (séries históricas modernas)<sup>8</sup> costumam ser mais longos, contendo até 100 episódios, como *Empress Ki* (MBC, 2013-2014) com 51 episódios e *Jumong* (MBC, 2006-2007) com 81 episódios. As temáticas são as clássicas comédias românticas (QUINTERO, 2016), que possuem uma história de amor entre algum casal, em primeiro plano, como guia da trama principal, ou na retaguarda, como trama secundária. Além disto, temas históricos (ex.: *Damo* [MBC, 2003] e *Moon Embracing the Sun* [MBC, 2012]), problemas familiares (ex.: *Seoyoung, My Daughter* [KBS2, 2012-2013] e *What Happens to My Family?* [KBS2, 2014-2015]), relações de amor e ódio (ex.: *Beyond the Clouds*

---

<sup>7</sup> Crise financeira que atingiu grande parte da Ásia em 1997.

<sup>8</sup> K-dramas com temas históricos são originalmente chamados de *sageuk*. No início da difusão da *hallyu*, as produtoras de *sageuk* buscaram abordar temáticas contemporâneas nas narrativas, trazer atores mais jovens para o elenco e novos roteiristas para produção.

[KBS2, 2014] e *Temptation of an Angel* [SBS, 2009]) e expectativa social (ex.: *Secret Love Affair* [JTBC, 2014] e *The Greatest Marriage* [TV Chosun, 2014]) também costumam ter destaque. Em questão de gênero, os K-dramas seguem a linha do melodrama, utilizando da estratégia do exagero a fim de simplificar as ações dos atores, tornando-as diretas e facilitando o entendimento da trama. São características também dos K-dramas uma narrativa que tende à prática de *binge-watching* e que no *continuum* proposto por Allrath e Gymnich (2005), assemelha-se ao caráter *serial*, folhetinesco, ou seja, uma longa narrativa em que o arco da temporada é o que guia a trama principal, que costuma ser ladeada por tramas secundárias. Os personagens vão revelando suas características durante a história, e ao final dos episódios encontra-se um gancho narrativo, que aumenta a curiosidade para o próximo episódio. Nenhuma novidade, portanto. Trata-se, por certo, de uma matriz cultural reconhecível, que se singulariza no formato dos K-dramas.

Nessa linha, Carvalho (2008) argumenta que os dramas orientais podem ser entendidos como melodramas em sua estrutura narrativa, todavia, possuem especificidades da cultura em que estão inseridos. De acordo com Carvalho (2008, p. 16), as especificidades podem ser percebidas “[...] na identidade visual, cenários figurinos, no comportamento dos atores etc., até o tema que valoriza traços culturais asiáticos como culinária e práticas medicinais”. Estes elementos servem de reconhecimento para a audiência oriental, e interesse pelo diferente, para o público internacional. De forma semelhante, Quintero (2016, p. 416) entende a emergência de códigos próprios da cultura sul-coreana nas séries, e que isto fomenta o “[...] processo de interpretação de formas simbólicas para a construção de novos significados e modos de apropriação do material cultural ali representado”<sup>9</sup>. Os códigos pontuados podem ser entendidos como representações da cultura sul-coreana mediante os K-dramas, que estão inseridas no que Schulze (2013) denomina de K-dramaland (ou, dramalândia coreana). Este termo é utilizado por fãs internacionais para descrever o mundo ficcional dos K-dramas. Neste mundo, os acontecimentos são regidos por, nas palavras dos fãs e apresentadas pela pesquisadora Schulze (2013, p. 377), “leis”, “regras”, “convenções” e “tropos”<sup>10</sup>. Vamos entender melhor esses códigos e, a partir deles, encaminhar a análise do objeto.

### ***DramaWorld***

---

<sup>9</sup> Original em espanhol. Tradução livre: “[...] propicia el proceso de interpretación de las formas simbólicas para la construcción de nuevas significaciones y modos de apropiación del material cultural allí representado”.

<sup>10</sup> Original em inglês. Tradução livre: “This way of reading is enforced by the “laws,” “conventions,” “rules,” and “tropes” that, according to the majority of these fans, govern all K-Dramas”. (SCHULZE, 2013, p. 377).



*DramaWorld* é uma comédia dramática original Viki e co-produzida pela empresa estadunidense Third Culture Content, a chinesa Jetavana Entertainment e a sul-coreana EnterMedia Contents. No Brasil é distribuída pela Viki e já esteve no catálogo da Netflix. A série estreou em 2016 e foi escrita por Josh Billig e Chris Martin, sendo também dirigida por este último. Recortamos como objeto de análise a primeira temporada, lançada em 2016 com 10 episódios, cada um com duração de 10 a 20 minutos. Acreditamos que seja material suficiente para observação das representações no Mundo do Drama. A segunda temporada foi lançada em 2021, tem 13 episódios, cada um com duração de 30 minutos cada.

A trama acompanha o arco da protagonista, Claire Duncan, uma jovem americana de 20 anos que é fã de K-dramas e está cansada do que acontece fora das telas. No incidente incitante do arco, Claire entra no mundo ficcional da série *Taste of Love* e fica encantada com o *DramaWorld*, cidade em que acontecem todos os K-dramas. Claire recebe a missão de ser uma “facilitadora”, isto é, uma figurante que está na série para ajudar que o objetivo dos protagonistas seja alcançado. Segundo *DramaWorld*, esse objetivo é encontrar o “amor verdadeiro”. Seu guia na jornada como facilitadora é Seth Ko, um jovem garçom, que depois se revela como antagonista. A missão de Claire é fazer o protagonista de *Taste Of Love*, Joon-park (dono de um restaurante), se apaixonar por Seo-yeon, a *sous-chef* do restaurante, e não por Ga-in, uma moça rica que se une a Seth Ko para conquistar o amor de Joon-park. Menos importante, mas sempre por perto, está Seung-woo, o amigo apaixonado por Seo-yeon. Cinco personagens, cinco arcos narrativos, todos orquestrados pelo arco da protagonista. Adiante buscaremos entender os espectadores ocidentais, os personagens homens e mulheres na dramaturgia sul-coreana e outras representações sociais apresentadas em *DramaWorld*.

### **Espectadores: Claire Duncan em condição fronteiriça**

Em *DramaWorld*, Claire representa os espectadores apaixonados por séries sul-coreanas. A personagem encontra-se em condição fronteiriça. Claire, como estadunidense, está em posição de não ruptura com sua cultura, no limiar com a cultura sul-coreana. É tanto que quando chega no *DramaWorld* continua agindo como sempre foi, mesmas gírias, roupas etc. Entretanto, apaixonada pelo universo dos K-dramas, imerge naquele ambiente e se adapta partilhando algumas tradições. Um exemplo ocorre no *Episódio 08*, quando ela vai a um velório budista e faz as reverências padrões da religião, uma das principais práticas de fé da Coreia do Sul. De acordo com Bhabha (1998), a cultura reside neste “entre-lugar”, na posição de toque da

sua cultura com a outra que se apresenta. É neste limiar que Claire situa-se como ser cultural híbrido.

**Figura 01** – Claire e Seth Ko no velório de Ga-in



Fonte: *DramaWorld* (Viki, 2016-2021)

## Mulheres e homens

Além de Claire Duncan, a série apresenta outras duas personagens mulheres: Seo-yeon e Ga-in. Seo-yeon é *sous-chef* do restaurante, no melodrama: a mocinha apaixonada pelo galã. Em primeira instância, percebe-se a posição de Seo-yeon inferior à do galã, visto que é uma *sous-chef*. Esta representação é vista em outras séries, como *Beating Again* (JTBC, 2015) e *Oh My Ghost* (tvN, 2015). Ga-in, por sua vez, é uma mulher de classe alta que está buscando em Joon-park uma forma de manter os privilégios econômicos da família. A série também mostra a rivalidade feminina para conseguir ficar com o galã e ter um lugar de destaque no restaurante como um dos *plots*.

Outro apontamento é quando as mulheres tropeçam em algo, vão cair no chão e um galã aparece para ajudar, ou ainda quando precisam voltar para casa e o galã está sempre a postos para acompanhar, seja ao lado ou carregando nas costas. No *Episódio 04*, Seth Ko afirma: “Os galãs, mesmo os coadjuvantes, não podem ver uma mulher cair. É algo totalmente inconsciente”.



**Figura 02** – Mulher é carregada por Joon-park no centro de Seul



**Fonte:** *DramaWorld* (Viki, 2016-2021)

Essas representações reforçam a impressão de que, para os sul-coreanos, a mulher é uma pessoa indefesa, necessitando de um homem para viver bem. Talvez isto venha da tradição conservadora e confucionista da Coreia do Sul. Atualmente o país contém um dos piores índices mundiais em relação à igualdade entre homens e mulheres<sup>11</sup> e de acordo com a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), a paridade salarial é incompatível<sup>12</sup>. Não são todos os K-dramas que abordam essa perspectiva da mulher. Por exemplo, *Ms. Temper and Nam Jung-Gi* (JTBC, 2016), *Something in The Rain* (Netflix, 2018), entre outros, tratam de forma diferente, com mais nuances e complexidades. Apesar disso, em *DramaWorld*, que é satírico em relação às representações dos K-dramas, essas imagens remetem aos clichês da tradição audiovisual sul-coreana.

Ao recitar as leis do *DramaWorld* para Claire no *Episódio 02*, Seth Ko diz: “O galã deve ter sempre as características de um galã. Confiança, beleza, uma leve arrogância, mas sempre carregando um interesse pela mocinha no coração. Tudo é para ela”. Sendo assim, o homem está no K-drama para encontrar o “amor verdadeiro”, o ideal romântico. Este ser também precisa ser belo dentro dos padrões estéticos, tanto que uma das leis do *DramaWorld* citadas por Seth no *Episódio 02* é: “O galã deve sempre tomar um banho sensual”, isto é, necessita

<sup>11</sup> Disponível em: <<http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20171102000907>>. Acesso em: 22 ago. 2019.

<sup>12</sup> Disponível em: <<https://data.oecd.org/earnwage/gender-wage-gap.htm>>. Acesso em: 17 mai. 2022.

demonstrar seu corpo economicamente ativo e politicamente dócil. E, há um apelo para que o filho homem assuma as empresas do pai, dando continuidade aos negócios da família.

## Cenários

Os cenários dos K-dramas variam de uma série para outra, mas não fogem da ideia de poucas paisagens por drama, sobretudo em espaços urbanos, em que o tradicionalismo oriental se mescla com a tecnologia e o *design* transnacional, de modo que o mundo ficcional representa, na sua arquitetura física, a articulação entre Oriente/Ocidente que as matrizes culturais dos K-dramas inevitavelmente engendram. No caso de *DramaWorld*, alguns desses espaços são facilmente identificáveis: o centro de Seul, ambientes corporativos (no caso, o restaurante), escolas, mundos sobrenaturais, lugares abertos que exibem as folhas amareladas do outono, naves espaciais e períodos históricos. Ao falar de Joon-park no *Episódio 01*, Claire diz:

O personagem dele em *Taste of Love* é realmente meu favorito. Quer dizer, eu gostei dele em *Leaves in the Fall*, ele era bem mais sensível. E depois ele fez *An Arrow Through My Heart*, ele era bem mais viril. E teve aquela vez em que ele interpretou um alienígena que achava que nunca se apaixonaria e então se apaixonou. A cada série, ele só melhora.

**Figura 03** – Joon-park interpretando o protagonista em outros K-dramas



**Fonte:** *DramaWorld* (Viki, 2016-2021)

## K-idols

Os K-dramas utilizam a presença de K-idols e cotidianos de famosos para angariar alguns fãs a assistir a série, como em *One More Time* (Netflix, 2016) e *Part-Time Idol* (Netflix, 2017-2018). Objetivando representar isto, em *DramaWorld* há exploração de alguns K-idols, tanto da televisão como da música. São exemplos: Park Jin Joo, que atuou no drama *Something About 1 Percent* (Dramax, 2016) e aparece no *Episódio 02*; Kim Byung Chul, que ficou conhecido pela atuação em *Descendants of the Sun* (KBS2, 2016) e aparece no *Episódio 02*; Sung Hyuk, conhecido pela atuação em *You Are the Only One* (KBS1, 2014-2015) e aparece no *Episódio 03*; Han Ji Min, que é atriz e modelo, famosa pela atuação em *Padam* (JTBC, 2011-2012) e aparece no *Episódio 03*; Jisook, cantora e atriz, aparece no *Episódio 04*; Choi Siwon, que é ator e integrante da *boy band* Super Junior e aparece no *Episódio 04*; Lee Ji Ah, que é atriz, famosa pelo drama *Thrice Married Woman* (SBS, 2013-2014) e aparece no *Episódio 05*; Yang Dong-geun, que é ator e cantor e aparece cantando dentro do universo ficcional de um *fusion sageuk* no *Episódio 08*, entre outros.

**Figura 04** – Yang Dong-geun cantando e interpretando em um *fusion sageuk*



**Fonte:** *DramaWorld* (Viki, 2016-2021)

## Ideal romântico



---

O ideal romântico em *DramaWorld* é apresentado de várias maneiras, pode-se resumir em uma fala de Claire no *Episódio 01*: “[...] na dramaturgia coreana, o primeiro beijo é tudo. Quer dizer que estão apaixonados. Não é como nas séries americanas em que um beijo não significa nada. Quando um rapaz beija uma garota numa série coreana... Isso é tudo!”. O fato da demonstração de afeto em locais públicos na Coreia do Sul não ser algo comum pode colaborar para este efeito de glória ao primeiro beijo. O rapaz vai atrás da moça e a beija, após isso eles serão felizes, como nos contos de fadas. Segundo Seth Ko no *Episódio 02*: “Pode haver mudanças e desvios, mas, cada guinada, na verdade, leva ao amor verdadeiro”.

### **Confucionismo**

Os valores morais dos personagens em *DramaWorld* mostram derivar-se da tradição confucionista, que atualmente se desdobra na Coreia do Sul como neoconfucionismo, um sistema filosófico, às vezes tido como religião, que prega certo código de conduta social. Nesta tradição, há valorização de duas instituições: família e Estado. O pai é a figura mais importante da família e há hierarquização entre os filhos por sexo e idade, além dos filhos deverem aos pais obediência a todo custo. De acordo com Peixoto e Lopes (2018), família e devoção filial são dois atributos do legado confucionista e as demais relações entre os sul-coreanos são uma extensão disto.

Em nosso objeto de análise, Joon-park discute com a mãe por não querer assumir os negócios da família e ainda não ter encontrado uma mulher para casar. No *Episódio 01*, a mãe diz: “Não tem saído com ninguém ultimamente? Você deveria conhecer uma garota, se divertir [...] Se quer ser tratado como adulto, se case e comece uma família”. No *Episódio 07*, a mãe oferece a Ga-in um anel de noivado em nome do filho, pois ela seria uma nora “digna” para a família, tanto pelo poder aquisitivo quanto pelo *status*. A posição de autoridade da mãe em relação a Joon-park é exposta também quando ele recusa continuar seu sonho de ter um restaurante e vai gerir as empresas do pai. Neste momento, a mãe fala: “Você pertence a esse lugar. Isso é tudo que importa”.

### **De volta à ancoragem e objetivação**

Quando começamos a expor a concepção de Moscovici (2010) sobre ancoragem, perguntamos qual a imagem de um homem sul-coreano. Talvez nesse momento a imagem tenha mudado. Se nos deparamos com o desconhecido, é no processo de ancoragem que o

---

classificamos e o nomeamos, de modo que se torne mais próximo da nossa realidade. Para tal, buscamos outras fontes na memória que nos remetam, mesmo que distante, àquele objeto. Nisto, o contexto em que estamos inseridos e os grupos de que fazemos parte tem papel fundamental, assim como o conteúdo midiático. Ao não conhecer a realidade dos homens sul-coreanos e ter contato com K-dramas, a objetivação (tradução do objeto em natureza imagética) tende a mudar. Neste quesito, a mídia funciona como mediadora das representações sociais.

### Considerações

A TRS (MOSCOVICI, 2010) tem servido de guia para pesquisas no campo da comunicação que buscam compreender as representações sociais nos produtos midiáticos. Foi a partir da Teoria, que buscamos mapear as principais representações sociais em *DramaWorld*, que satiriza a encenação em K-dramas. Apontamos as categorias de representações: espectadores, mulheres e homens, cenários, K-idols, ideal romântico e confucionismo. De acordo com a satírica ficção, os K-dramas apresentam personagens que seguem princípios tradicionalistas da cultura sul-coreana e propõem aos espectadores ocidentais uma ancoragem e objetivação específicas sobre estas produções, como exemplos: matriz do melodrama na maior parte das narrativas, ideal romântico a partir do primeiro beijo, mulheres e homens que necessitam um do outro para completude, galãs que precisam ter corpos considerados belos midiaticamente, homens que devem estar a postos para ajudar uma mulher em alguma ocorrência e os valores morais derivados da tradição confucionista. Necessário reiterar que nem todos os K-dramas possuem essas representações, apontamos a visão proposta em *DramaWorld* em que a maioria dos K-dramas estão imersos nesse universo representacional. Destacamos que a análise foi realizada por um ponto de vista intercultural, especificamente, de pesquisadores latino-americanos e cada uma das categorias por si só rende um estudo específico de representações em K-dramas. Instigamos pesquisadores comprometidos com a TRS e entusiastas pela cultura *Hallyu* a fazê-los.

Um conceito que se faz relevante para pensar no futuro é o de estereotipagem. Conforme Hall (2016), a estereotipagem trabalha com formas impregnadas de elementos, que acabam por diminuir e naturalizar algo, como se essas fossem as únicas características existentes. O autor também propõe que a estereotipagem se manifesta em cenários de poder. No caso de *DramaWorld*, é uma série que trabalha com sátira, mas não podemos deixar de observar que, apesar de ter muitos atores sul-coreanos, a narrativa é construída por um ponto de vista ocidental, expondo autoridade sobre os sul-coreanos. Entendemos que através da representação

mediática, algumas características tem tendência a perdurar, porque a mídia traz a possibilidade de um consumo repetitivo.

## Referências

ALLRATH, Gaby; GYMNICH, Marion. **Narrative Strategies in Television Series**. Londres: Palgrave MacMillan, 2005.

ARAÚJO, Mayara Soares Lopes Pinto de. **A outra face do pop japonês: o circuito dos dramas de TV**. 2018. 118 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2018. Disponível em: <<https://www.bdt.d.uerj.br:8443/handle/1/9023>>. Acesso em: 17 mai. 2022.

BHABHA, Homi K. **O local da cultura**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1998.

CARVALHO, Ludmila Moreira Macedo de. Repensando o melodrama no contexto asiático: um estudo sobre a série televisiva sul-coreana. **Contemporânea: Revista de Comunicação e Cultura**, v. 6, n 1, jun. 2008. Disponível em: <<https://portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneapostcom/article/view/3521/2575>>. Acesso em: 18 ago. 2019.

DURKHEIM, Émile. **As regras do método sociológico**. São Paulo: Martin Claret, 2001.

HALL, Stuart. **Cultura e representação**. Rio de Janeiro: Puc-Rio, Apicuri, 2016.

JU, Hyejung. The Korean Wave and Korean Dramas. **Oxford Research Encyclopedia of Communication**, jul. 2018. Disponível em: <<https://bit.ly/3Noy19t>>. Acesso em: 17 mai. 2022.

KIM, Yoo Na. **A jovem Coreia**. São Paulo: Editora Ssua, 2008.

LEE, Sue Jin. The Korean Wave: The Seoul of Asia. **The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications**, Spring, v. 2, n. 1, 2011. Disponível em: <<https://bit.ly/3sGqj2e>>. Acesso em: 14 ago. 2019.

MARTINS, Renata Echeverría. **As Representações Sociais do Nordeste no Jornal Nacional**. 2017. 203 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Artes e Comunicação, Pernambuco, 2017. Disponível em: <<https://bit.ly/3Pn3E57>>. Acesso em: 12 ago. 2019.

MOSCOVICI, Serge. **Representações Sociais: Investigações em Psicologia Social**. Editado em inglês por Gerard Duveen; traduzido do inglês por Pedrinho A. Guareschi. 7ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

PEIXOTO, Mariana Raia; LOPES, Nadini de Almeida. **O Amor Sul-Coreano: A Conquista do Ocidente**. In: XXIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, Belo Horizonte – MG, 7 a 9 de junho de 2018. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/sudeste2018/resumos/R63-0290-1.pdf>. Acesso em: 22 ago. 2019.

QUINTERO, Liz Andrea Zarco. **Dramas coreanos en Colombia: una reflexión desde sus contenidos y otras formas de narrativas**. Questión: Revista Especializada en Periodismo y Comunicación, v. 1, n. 52, oct.-dic. 2016. Disponível em: <<http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/57935>>. Acesso em: 17 mai. 2022.

SANTANA, Aline Gomes. **Juventude e identidades híbridas: reconversões culturais de jovens da cidade do Recife na cultura hallyu**. 2018. 106 f. Dissertação (Mestrado em Consumo, Cotidiano e



---

Desenvolvimento Social) - Universidade Rural de Pernambuco – UFRPE, Pernambuco, 2018. Disponível em: <[http://bdtd.ibict.br/vufind/Record/URPE\\_038147fd5b523200bbabe4ebf91df836](http://bdtd.ibict.br/vufind/Record/URPE_038147fd5b523200bbabe4ebf91df836)>. Acesso em: 30 out. 2018.

SCHULZE, Marion. **Korea vs. K-dramaland**: the culturalization of K-dramas by international fans. Acta Koreana, v. 16, n. 2, p. 367-397, 2013. Disponível em: <<https://bit.ly/3PspUub>>. Acesso em: 18 ago. 2019.

SILVA, Marcel Vieira Barreto. **Adaptação Intercultural**: o caso de Shakespeare no cinema brasileiro. Salvador: Edufba, 2013.

SORIANO, Ciara Lynn. **The impacts of korean dramas among senior high school students of the Marinduque Midwest College**. Monography (General Academic Strand Senior High School) - Marinduque Midwest College, 2017. Disponível em: <<https://bit.ly/3Lo9Q9x>>. Acesso em: 17 ago. 2019.

URBANO, Krystal; ARAUJO, Mayara. **Os Novos Modelos de Distribuição e Consumo de Conteúdo Audiovisual Asiático nas Redes Digitais**: O Caso dos Dramas de Tv Na Netflix BR. In: X Simpósio Nacional da ABCiber Conectividade, 14 a 16 de dezembro de 2017, Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Disponível em: <<http://bit.ly/2PdW5Tb>>. Acesso em: 12. ago. 2019.