

## AUDIOVISUAL NAS NOVAS MÍDIAS – DRAMAS SUL-COREANOS NO BRASIL

Andressa de SOUZA SANTOS (UFOB)<sup>1</sup>  
Aline de CALDAS COSTA DOS SANTOS (UFOB)<sup>2</sup>

**Resumo:** O trabalho aborda os “Dramas de TV” sul-coreanos por meio dos nichos de consumo existentes no Brasil e da linguagem audiovisual. Objetiva apresentar esse produto audiovisual e identificar elementos que contribuem para o consumo digital por fãs, apontando estratégias multiplataformas usadas pelos produtos na internet. Estuda-se as obras “Goblin – The Alone and Great God” (2016) e o episódio de número 16 do drama “Trouble in Love - Suspicious Partner” (2017). Como resultados, discute-se o uso da linguagem audiovisual pelo ramo e a maneira como as novas mídias utilizadas aos dramas, constituem relações com os consumidores brasileiros.

**Palavras-chave:** Dramas; Hallyu; Fãs; Linguagem audiovisual.

**Abstract/Resumen:** The article deals with South Korean "TV Dramas" through the existing consumer niches in Brazil and the audiovisual language. It aims to present this audiovisual product and identify elements that contribute to the digital consumption by fans, pointing out multiplatform strategies used by the products on the Internet. The audiovisual productions "Goblin - The Lonely and Great God" (2016) and "Trouble in Love - Suspicious Partner" (2017) are studied. As results, we discuss the use of the audiovisual language by the branch and the way in which the new media used to the dramas, keep relations with the Brazilian consumers.

**Keywords/Palabras clave:** Dramas; Hallyu; Fans; Audiovisual Language.

### INTRODUÇÃO

Este trabalho tem como objetivos apresentar os Dramas sul-coreanos e identificar elementos que contribuem para seu consumo digital por fãs no Brasil, apontando estratégias multiplataformas usadas pelos produtos na internet. Assim, o trabalho identifica elementos dentro desses dramas que contribui para o consumo digital por brasileiros.

As produções sul-coreanas conquistaram mais espaço no mercado internacional do audiovisual com o decorrer dos anos, os dramas que protagonizaram a primeira fase

---

<sup>1</sup> Graduanda em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda – Universidade Federal do Oeste da Bahia – UFOB. e-mail: [souza.ansantos@gmail.com](mailto:souza.ansantos@gmail.com)

<sup>2</sup> Orientadora e Professora Doutora da Universidade Federal do Oeste da Bahia – UFOB. e-mail: [alinedecaldas@gmail.com](mailto:alinedecaldas@gmail.com)

da *Hallyu*, possuem hoje novos elementos agregados, estratégias e experiências multiplataformas que interligam setores distintos. Os fãs, principais consumidores, estão ativos nas redes, disponibilizando acesso democrático a essas produções. Entender quais estratégias de aproximação usadas pelo país para exportar os produtos dessa “Indústria Cultural” para o Brasil, com principal interesse nas produções televisivas “Dramas de TV” sul-coreanos é a questão norteadora da presente pesquisa.

Acredita-se que o uso dos elementos da linguagem audiovisual feito pelas equipes de produção sul-coreanas constitui parte das estratégias para suscitar o consumo. Do mesmo modo acredita-se que as ferramentas digitais, em especial as que permitem a participação dos fãs na distribuição dessas produções, tem coparticipação nos índices de consumo internacionais desses produtos.

Para isso, foi realizada uma pesquisa bibliográfica acerca do tema e uma análise fílmica de dois dramas sul-coreanos supracitados.

A primeira parte do trabalho caracteriza os Dramas de TV Sul-Coreanos, as estratégias multiplataformas adotadas e os nichos de consumo. A segunda parte aborda os dramas *Goblin – The Alone and Great God* (2016) e *Love in Trouble - Suspicious Partner* (2017) pelo viés da análise da linguagem audiovisual.

## DRAMAS SUL-COREANOS

O setor de entretenimento sul-coreano representa de 3 a 5% do PIB – Produto Interno Bruto - do país<sup>3</sup>. A relação que estabeleceu com o mercado global nas últimas décadas, principalmente em relação ao consumo digital de músicas e produções audiovisuais na internet, é considerada resultado da *Hallyu* – “Onda coreana”. A “Onda Coreana” se constitui como uma série de estratégias que objetiva exportar produtos culturais do país para nações vizinhas, abrangendo o período da década de 1990 até o presente.

A aproximação da “Onda Coreana” com o contexto ocidental foi mediada pela internet e as redes de consumidores online. Depois do sucesso obtido com o drama sul-

---

<sup>3</sup> ISTOÉ agosto de 2017 - Revista brasileira de periodicidade semanal em matéria sobre cultura coreana no Brasil. <<https://istoe.com.br/invasao-coreana/>> acesso em 06 de março de 2018

coreano *Winter Sonata* (2002) no Japão, ainda na primeira fase da *Hallyu*, novas produções foram se estabelecendo no mercado asiático e, com o advento da internet e das novas mídias, também no mercado ocidental. Na segunda fase da *Hallyu*, novos elementos foram agregados às produções. Surgem as parcerias entre indústrias distintas em uma única obra. Em *Boys Over Flowers* (2009), drama sul-coreano, é marcado pela presença de *idols* – ídolos – que protagonizam a história, mas que também interpretam a trilha sonora oficial. A presença desses sujeitos com múltiplas ações, impulsionou o aumento das produções de dramas sul-coreanos. A participação de cantores de grupos de *K-pop* (*Korean Pop*) no elenco dos dramas alavancou indústrias originalmente distintas: fonográfica, cinematográfica, televisiva. Segundo Campos; Teodoro e Gobbi (2015) essa ligação entre indústrias é vantajosa

Assim, essa conexão se torna importante para divulgar o drama, pois se ele contém cantores de grupos famosos isso atrai também seus fãs; como também se um grupo estreante consegue oportunidade de integrar, mesmo que somente na trilha sonora, o drama, e este atinge uma alta audiência, receberá destaque e poderá se estabelecer logo no mercado competitivo do pop coreano (CAMPOS; TEODORO E GOBBI, 2015, p.179)

Ainda segundo os autores, a lógica por trás desses agentes “multitalentosos” parte da própria indústria que, conscientemente, “modelam” esses sujeitos para o mercado.

Essa ligação entre os grupos de K-pop e os dramas se dá através da formação pela qual os trainees passam na agência de entretenimento, desenvolvendo habilidades diversas como atuação, canto e dança, portanto não é incomum encontrar cantores que fazem dramas, ou atores que cantam em cenas de dramas; o objetivo é torná-los multitalentosos (CAMPOS; TEODORO E GOBBI, 2015, p.179).

Essas colaborações entre indústrias fizeram com que novas novelas sul-coreanas fossem tomando conta do imaginário dos fãs ao redor do mundo. Esses mesmos fãs protagonizaram os principais movimentos de divulgação e distribuição das obras no Brasil. Os *fansubs*, grupos de fãs que traduzem, legendam e distribuem os dramas, filmes, séries e animações em sites e fóruns, para outros fãs, teve o papel fundamental de aproxima-los do público brasileiro. O interesse do público brasileiro pelo conteúdo

asiático dessas plataformas junto ao trabalho dos *fansubs* despertou, posteriormente, o interesse de plataformas de *streaming* como *DramaFever*<sup>4</sup> e *Netflix*<sup>5</sup>, que disponibilizam legalmente filmes, novelas e programas de televisão, alguns exclusivamente asiáticos com legendas e dublagens em português-brasileiro.

Com origem no Japão, os “Doramas” (pronúncia japonesa para Drama) constituíram um modelo de novelas asiático. Os “Dramas de TV” são um formato de produto audiovisual para televisão asiática que possui características próximas às das séries e novelas brasileiras. Podem ser compreendidos como

um termo genérico que designa o formato televisivo que abrange as ficções seriadas produzidas pelas indústrias televisivas oriundas, principalmente, do Leste e Sudeste Asiático. Diferente do contexto ocidental, o termo não aponta o gênero, mas sim o formato. (MADUREIRA; MONTEIRO; URBANO, 2014, p. 2).

Os Dramas de TV são apresentados em formato de temporada, cuja extensão varia de 16 a 24 episódios, os quais possuem cerca de 59 minutos duração. Abordam temas que permeiam relacionamentos, questões sociais, aspectos culturais e morais, bem como conteúdos de ficção científica e artes marciais, desenvolvidos conforme o enredo e o gênero.

Coréia do Sul, Japão, China e Taiwan são os principais países a distribuírem esse tipo de produto para o ocidente. Classifica-se essas obras com terminações simples para denominar a origem de cada produção, sendo K-Drama (Coréia do Sul), J-Drama (Japão), C-Drama (China) e TW-Drama (Taiwan). No entanto a expressão “Dorama” é utilizada popularmente entre os fãs.

Os dramas Sul-Coreanos possuem características semelhantes aos Dramas de TV de outros países, como também distinções singulares. Segundo entrevista de BJ Song, produtor de música e presidente do *Group8*, para Martel (2012), os Dramas sul-coreanos apresentam o “confucionismo” e o respeito moral na Coréia do Sul como traços culturais específicos deste país que sempre aparecem nas tramas dos K-Dramas.

---

<sup>4</sup> Site de streaming de vídeo de propriedade da Warner Bros. Entertainment.

<sup>5</sup> Site de streaming de vídeo norte-americano



Nossas séries devem estar perfeitamente de acordo com os valores asiáticos. E o motivo disso é o confucionismo, que é muito forte na Coreia, não tanto como religião, mas como cultura. Isto quer dizer que a família é o centro da sociedade, que a lei do sangue tem primazia sobre as outras leis; na Coreia, os irmãos e irmãs são cruciais, e ninguém discute um pedido do pai ou do irmão mais velho (JB SONG *apud*. MARTEL, 2012, p.824).

Os valores morais e culturais estão sempre presentes nos K-Dramas, seja em uma história de amor ou um conto sobrenatural. Esse apego à tradição cultural é uma forte característica das produções sul-coreanas. Ela constitui o pano de fundo para as mais diversas histórias.

## CONSUMO MULTIPLATAFORMAS

A conexão dos dramas com demais indústrias se dá através de colaborações entre indústrias. Os *idols*, sujeitos multitalentosos que permeiam as mídias e se adequam ao meio em que estão inseridos, fortalecem essas colaborações, conseguindo atingir resultados significativos frente ao público para ambos produtos. É importante lembrar que “a nova onda coreana não foi um fenômeno de festival e cineclubes, mas um fenômeno de massa, de entretenimento para o grande público” (MARTEL, 2012, p.823) sendo assim, incentivar estratégias que possam ser reconhecidas pelos fãs em todo o mundo são aspectos fortes dessas parcerias.

Algumas obras que expressaram o sucesso dessas colaborações são “*Goblin – The Lonely and Great God*” (2016) e “*Descendants of the Sun*” (2016). O primeiro conta a história de um *Goblin*, ser místico, em busca de sua noiva que possui poderes de libertar do sofrimento da imortalidade. O drama, transmitido na “TvN” – Canal de televisão à cabo sul-coreano, alcançou recordes de audiências<sup>6</sup> para um canal privado. Conta com a participação do ator e cantor Yook Sung-jae, integrante do grupo de *K-pop* “*BTOB*”<sup>7</sup> como um dos personagens principais da trama. Além disso, a trilha sonora

---

<sup>6</sup> The Chosun Ilbo é um dos principais jornais da Coreia do Sul.

<[http://english.chosun.com/site/data/html\\_dir/2017/01/23/2017012301373.html](http://english.chosun.com/site/data/html_dir/2017/01/23/2017012301373.html)> acesso em 29 de novembro de 2018.

<sup>7</sup> Grupo de masculino de K-pop formado pela CUBE Entertainment em 2012.

oficial possui artistas como Chanyeol (*EXO*<sup>8</sup>) e *Mamamoo*<sup>9</sup>, que dominaram as plataformas de música nacionais, sendo indicados a vários prêmios. Em “*Descendants of the Sun*”, história de uma médica e um soldado das forças especiais sul-coreana, há no drama o ator e cantor Lee Jin-ki - Onew, integrante do grupo de *K-pop SHINee*<sup>10</sup> que atuou no drama como um dos médicos residentes na história, há presença do grupo feminino de *K-pop “Red Velvet”*<sup>11</sup> que se apresentam no episódio 16 da novela e, quanto a trilha sonora oficial, há a presença de Chen (*EXO*).

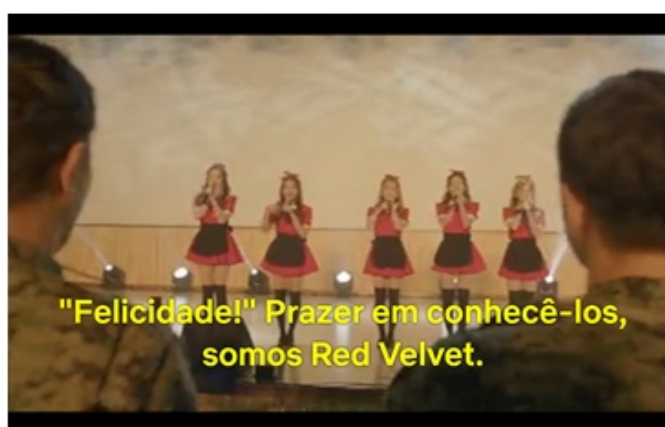


FIG 1: Cena da apresentação do grupo Red Velvet no drama “*Descendants of the Sun*”  
Fonte: Netflix Brasil, 2018

Nesse cenário, é fundamental o papel das *fansubs*, que oferecem espaços colaborativos de discussão e compartilhamento dos produtos da *Hallyu* entre fãs.

O ponto crucial da relação do fã no universo que o cerca de trocas simbólicas está no engajamento deste que se materializa sob a forma de produção de legendas, discussões acerca da construção de significados e interpretações ou mesmo promovendo o produto cultural através do compartilhamento e socialização deste (VIEIRA; ROCHA; FRANÇA, 2015, p.7).

---

<sup>8</sup> Grupo masculino de K-pop formado pela SM Entertainment em 2011.

<sup>9</sup> Grupo feminino de K-pop formado pela Rainbow Bridge World em 2014.

<sup>10</sup> Grupo masculino de K-pop formado pela SM Entertainment em 2008.

<sup>11</sup> Grupo feminino de K-pop formado pela SM Entertainment em 2014.

Os fãs desenvolvem, enquanto consumidores e distribuidores do conteúdo, a importante tarefa de popularização dessas produções - agem junto às *fanbases*<sup>12</sup> desses grupos de *K-pop*, dos atores dos dramas, e dos programas de variedade em que participam, divulgando, acompanhando, compartilhando e distribuindo os dramas sul-coreanos para a comunidade de fãs, construindo relações sociais em torno do produto. Participam de votações internacionais para premiar artistas de *K-pop* em programas de TV. Através da internet, realizam compras de álbuns e produtos oficiais dos *idols* em grupos, visando a reduzir os custos para os fãs, como é o caso dos produtos originados dos grupos de *K-pop*.

Essa lógica multiplataforma dos dramas, ao contrário do que se espera, não são unilaterais. Elas atendem aos fãs, mas também alcançam audiências de perfis variados. Os dramas são produtos almejados para exportação: se constituem através de uma rede altamente colaborativa, incluem além dos atributos já mencionados, a forte presença da publicidade de produtos cosméticos e moda, por exemplo, o que possibilita exportar mais que um produto cultural, mas também as demais marcas e valores presentes nele.

A *Hallyu* é um fenômeno midiático que acontece, prioritariamente, nas novas mídias, as digitais. A internet, as plataformas online e os dispositivos móveis facilitam o acesso aos dramas e à música popular coreana por parte dos consumidores ocidentais. Nesse sentido, observa-se plataformas como Netflix e *DramaFever* que participam de uma lógica de distribuição e consumo digital legalizada alternativa para os fãs. No caso da *Netflix*, distribui dramas, filmes originais Netflix e programas de variedade coreanos e licenciados, no entanto possui um número relativamente menor de títulos comparados a outras plataformas. O *DramaFever*, especializado em conteúdo asiático, permitia ao usuário da plataforma acompanhar lançamentos sincronizados com a Coreia do Sul, além de um acervo maior de dramas, filmes e programas da televisão asiática, o acesso se dava pela opção grátis com anúncios ou a opção *premium* que, ao ser ativada o usuário se via livre de publicidade e assistia os títulos em qualidade *HD*. As novas mídias permitem às produções audiovisuais novas possibilidades de consumo e participação com o produto. Conectados, fãs e obra progressivamente estabelecem

---

<sup>12</sup> Grupo específico de fãs que realizam atividades voluntárias feitas, essencialmente, de fã para fã.

novos modelos e novos patamares de estudo e compreensão da midiatização e o consumo.

## A QUESTÃO DA LINGUAGEM AUDIOVISUAL NOS DRAMAS SUL-COREANOS

Sendo um produto originalmente televisivo, composto por imagem, som e narrativa, os usos dos recursos cinematográficos nas produções possuem papel importante na construção de sentidos. As escolhas de linguagem podem ser entendidas como parte de uma estratégia de comunicação para garantir uma comunicação universalizada, já que possui interesse em exportação mundial; mas também como aspecto da “personalidade” do produto, ao salientar pontos como o tempo das cenas, a luz, cor e quadros (planos).

Essa é a definição mais pura da linguagem cinematográfica da maneira como utilizamos o termo neste livro: trata-se de ferramentas visuais que adicionam camadas extras de significado ao conteúdo da história. (BROWN, 2012, p.8)

Os dramas sul-coreanos fazem um uso específico da linguagem audiovisual, imprimindo sobre suas criações “camadas extras de significado” que diferenciam essas produções no mercado audiovisual e atraem nichos de consumidores em todo o mundo. O trato com a iluminação, as escolhas das sequências de planos, a expressão da passagem do tempo, a simbolização de elementos culturais ou itens chaves nas tramas são construídos de uma maneira própria, ou, pelo menos, bastante diferente em relação às produções ocidentais. Essas características singularizam os dramas em estudo e congregam em torno delas grupos fieis de fãs-consumidores.

A análise apresentada adiante objetiva mostrar que o uso sul-coreano das “ferramentas conceituais” de linguagem (BROWN, 2012) é o principal traço da “personalidade” desse produto. “Não estamos falando aqui das ferramentas físicas de produção cinematográfica: câmeras, dolly, luzes, guias e suporte de câmera; estamos falando das ferramentas conceituais do negócio” (BROWN, 2012, p.4). Assim, esse trabalho utilizou-se de três das ferramentas conceituais apresentadas por Brown (2012):



O quadro – Planos, a Luz - Iluminação, e a Cor para realizar a análise fílmica. No entanto, neste último aspecto, toma-se como referência o estudo de Pedrosa (2009).

Os dramas abordados nesta análise fílmica são: *Goblin – The Lonely and Great God* (2016)<sup>13</sup> e *Love in Trouble – Suspicious Partnet* (2017).<sup>14</sup> Os episódios 1 e 16 dos referidos dramas foram a base para a coleta do *corpus* de análise, descrevendo e apontando aspectos de linguagem audiovisual que marcam a “personalidade” destas produções.

A cena inicial de *Goblin – The Lonely and Great God* (2016) narra o início da lenda dos *Goblins (dokkaebi)*, seres místicos da cultura sul-coreana. O trecho analisado se inicia na minutagem 00:17 e se finda em 4:40 minutos.

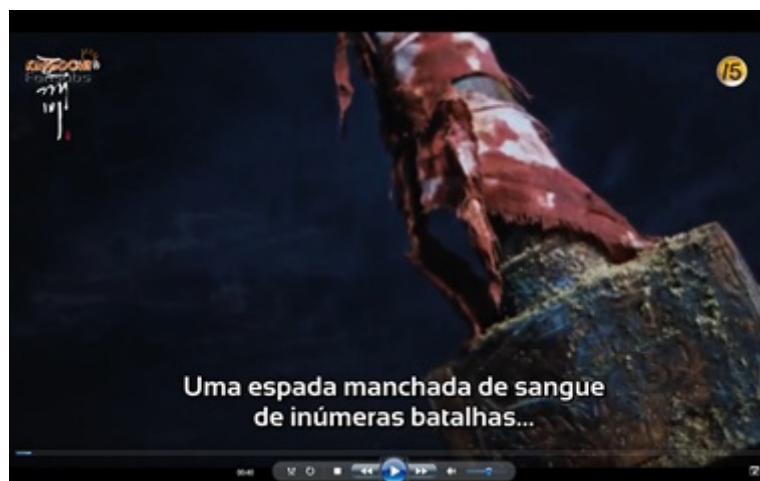


FIG 2: Cena do drama *Goblin - The Lonely and Great God*  
Fonte: Kingdom Fansubs, 2018

A imagem apresenta um vasto campo com plantas e folhas verdes, a câmera se move e aparece uma espada. A espada possui aparência envelhecida e oxidada com trapos ensanguentados envolta da bainha. Ela está em um ambiente escuro de cor azul, é noite, e vários elementos fantasmagóricos rodeiam a espada: vagalumes e uma borboleta. O plano detalhe na espada, nesse campo com o fundo azul escuro, produz a relação intrínseca da cor com a narrativa, pois se trata da cor do “imaterial”

<sup>13</sup> Drama Sul-Coreano transmitido pelo canal TvN e protagonizados por Gong Yoo, Kim Go-eun, Lee Dong-wook, Yoo In-na e Yook Sung-jae

<sup>14</sup> Drama Sul-Coreano transmitido pelo canal SBS e protagonizados por Ji Chang-wook e Nam Ji-hyun, com Choi Tae-joon e Kwon Nara.

(PEDROSA, 2009), do mistério, o que funciona como um convite a adentrar um mundo sobrenatural. O plano detalhe apresenta detalhes da espada. Várias imagens se sobrepõem rapidamente, simulando um plano de fundo histórico em formato de flashback. Ocorre alternância do foco entre o objeto central e o ambiente, bem como a alternância entre o plano detalhe e o plano aberto, conduzindo o espectador a uma viagem ao passado. Enquanto isso, a voz *off* comunica que apenas a noiva de *Goblin* pode desfazer a maldição. Aos poucos o céu vai se transformando em fios de cabelo esbranquiçados de uma senhora. O uso de planos detalhe na cena, dá a sugestão de transição temporal, logo é então revelado que a voz pertence a uma senhora idosa que está contando essa lenda a uma moça nos dias atuais.

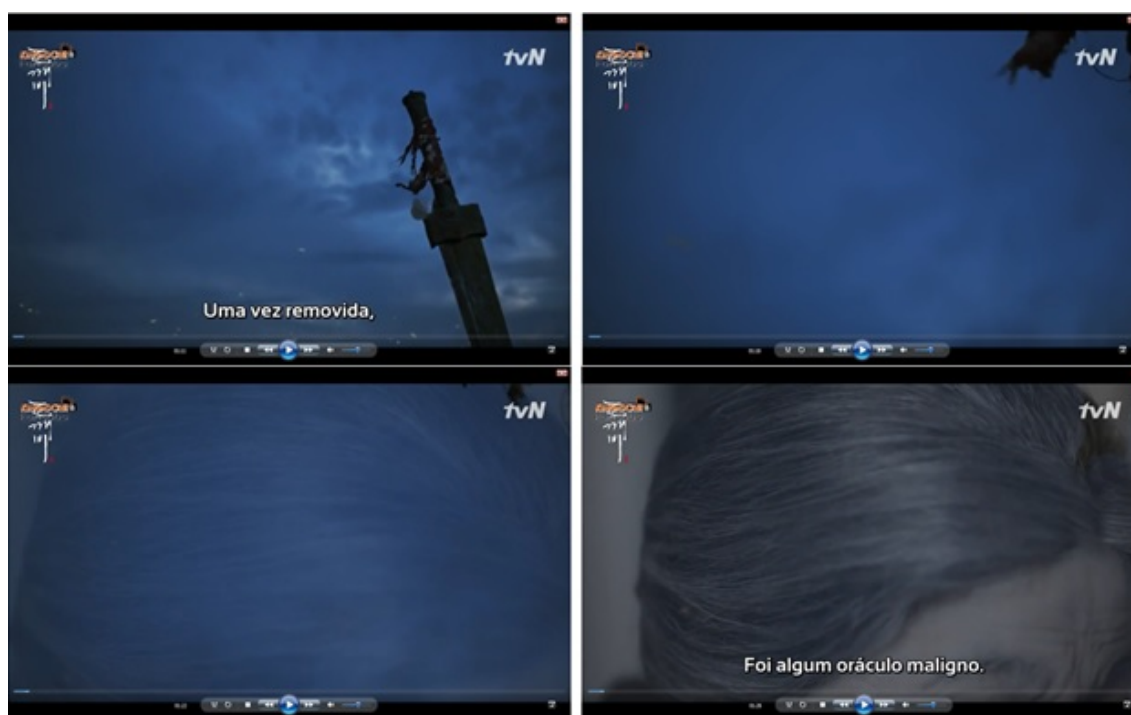


FIG 03: Cena de Goblin – The Lonely and Great God

Fonte: Kingdom Fansubs, 2018

Destaca-se o uso dos recursos de linguagem de narração *off* em primeira pessoa, afinal, é uma história que se apresenta em tempo longínquos, contada por alguém sábio. Outro aspecto importante de se observar é a profunda relação que o drama faz com a cor vermelha. A imagem dessa senhora é pouco saturada, ressaltando apenas as cores avermelhadas de sua roupa. Seus cabelos grisalhos e seu rosto com rugas são

características marcantes do personagem. A apresentação dessa senhora é através um plano fechado, enquadrando sua cabeça e seus ombros, recurso que aproxima a si mesmo com o espectador. Um plano médio revela a moça que está ouvindo a senhora. A imagem ainda pouco saturada, ressalta igualmente suas roupas avermelhadas. Um objeto chama atenção: o cachecol vermelho em volta do pescoço da jovem personagem faz referência aos trapos ensanguentados na bainha da espada apresentada, ambos estão enrolados em torno de um objeto/sujeito importante para a narrativa – o desfazimento da maldição de *Goblin*. O vermelho é ligado ao princípio da vida, e também do amadurecimento (PEDROSA, 2009). Essa história é marcada por fases predestinadas e esse trecho marca o início do Drama.



FIG 04: Cena de *Goblin the Lonely and Great God*

Fonte: Kingdom Fansubs, 2018

Então, um plano aberto apresenta ao espectador o local em que as duas estão conversando. O plano destaca a posição delas e os objetos que as rodeiam. O uso de plano e contra-plano assegura a “presença” das duas personagens no diálogo, mantendo a igualdade de relevância entre ambas no diálogo. O enquadramento com composição com linhas direciona a atenção à conversa das duas.

O trecho analisado congrega elementos de linguagem cinematográfica que estabelecem um elo entre diferentes temporalidades, apresentando a lenda de *Goblin* e a personagem central da trama.

Em *Love in Trouble – Suspicious Partner*, a cena final narra a beijo dos personagens. O trecho analisado se inicia na minutagem 58:13 e se finda em 1:00:20.





FIG 05: Cena de Trouble in Love - Suspicious Partner

Fonte: Kingdom Fansubs, 2018

A cena trata da chegada dos protagonistas à casa que abriga vários acontecimentos da trama. Os personagens principais, Eun Bong-Hee e No Ji-Wook, possuem afeto mútuo, porém, ainda não consumado; assim, a alternância entre planos dramáticos cria tensão sobre o momento do beijo. É noite; o ambiente está iluminado com fontes incandescentes no teto e nas paredes, mas também há fontes externas de luz advindas do exterior do ambiente. Um aspecto especial das escolhas de luz na cena é a unidade em tons amarelos que frequentemente produzem efeitos de intimidade e acolhida, o que se intensifica com o uso de contraluz modeladora. Esta iluminação desenha volumes, dramatiza a cena e cria tensão entre os personagens: existe uma expectativa no ar. A iluminação de cor amarelada produz uma atmosfera íntima que transmite para o espectador os sentimentos dos personagens. A presença da cor branca nas vestes da mulher, em contato com a luz amarela, lança o sentido de pureza, principalmente de seus sentimentos.

Outro aspecto importante sobre a linguagem usada pelo drama, é a noção de tempo. O ritmo da cena do beijo possui um traço de lentidão. O movimento de



*travelling*<sup>15</sup> que vai e vem, indica o movimento de emoções entre os personagens. O intuito é envolver o espectador nesse jogo de emoções.

Os elementos de linguagem cinematográfica analisados no trecho do drama, constituem a expectativa da obra em estabelecer o romance dos personagens para o espectador, narram de maneira visual a profundidade dos sentimentos e o ritmo da história dos protagonistas.



FIG06: Cena de Trouble in Love- Suspicious Partner

Fonte: Kingdom Fansubs, 2018

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo apresentou características do objeto escolhido, os Dramas de TV sul-coreanos, seja no campo da sua constituição como produto voltado para o mercado audiovisual internacional, seja no campo do seu consumo via multiplataformas

<sup>15</sup> Deslocamento da câmera. Pode ser para frente (in), para trás (out), para cima, para baixo, para os lados ou combinado. <<http://www.mnemocine.com.br/index.php/cinema-categoria/28-tecnica/141-glossarioaudiovisual>>

colaborativas de fãs; ainda realizou uma análise do uso da linguagem audiovisual para destacar os traços que singularizam esse produto e atraem um vasto nicho de consumidores.

Os Dramas de TV alcançaram o mercado internacional através de recursos da internet, de modo que os fãs não só o consomem, sobretudo colaboram com sua circulação em vários países. No Brasil, são os *fansubs* que legendam, traduzem e distribuem gratuitamente os títulos. Além disso, a distribuição também é feita por empresas como *DramaFever* e *Netflix*, ampliando o acesso a novos públicos que podem ou não serem fãs, mas que ainda são vistos como potenciais consumidores.

A linguagem destaca a profundidade de simbolismos culturais, apontando para diferentes temporalidades – *Goblin* - e diferentes relações com o tempo - *Love in Trouble* – *Suspicious Partner*.

As escolhas técnicas referentes à linguagem audiovisual geram efeitos de identificação entre o público e os protagonistas dos dramas, trabalhando para criar uma ligação quase pessoal com o espectador. Os planos, as cores, a composição e a iluminação fotográficas especificam esse segmento, ilustrando em nível internacional a relação dos sul-coreanos com o passado mítico e com as relações afetivas.

## REFERÊNCIAS

BOWN, Blain. **Cinematografia: teoria e prática: produção de imagens para cineastas e diretores**. Rio de Janeiro, Elsevier, 2012.

CAMPOS, Thalita B.; TEODORO, Mariana C.; GOBBI, Maria C. **Doramas: cenários da cultura asiática**. Iniciação Científica CESUMAR. Maringá, PR; v.17 n.2, p. 173-181. Jul/dez.2015

MADUREIRA, Alessandra V. A.; MONTEIRO, Daniela de S. M.; URBANO, Krystal C. L.; **Fãs, mediação e cultura midiática: dramas asiáticos no Brasil**. I Jornada Internacional GEMInIS, São Carlos, SP, mai 2014. Acesso em: 01 dez 2017.

MARTEL, Frédéric. Geopolítica dos dramas, novelas do Ramadã e telenovelas. In: **Mainstream: a guerra global das mídias e das culturas**. Tradução de Clóvis Marques. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012.

PEDROSA, Israel. **Da cor à cor inexistente**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2014.

VIERIA, Eloy S.; ROCHA, Irla Suellen da C.; FRANÇA, Lilian Cristina M. **A aproximação entre indústrias midiáticas e os fãs: o caso do DramaFever no Brasil.** XXXVIII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO – INTERCOM. 2015. Anais eletrônicos. Rio de Janeiro, RJ: set 2015.