

ESCOLA DE COMUNICAÇÃO, ARTES E DESIGN (FAMECOS)
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
MESTRADO EM COMUNICAÇÃO

JULIA BRITO

A COREIA DO SUL E O 'JOGO DA LULA': SQUID GAME (2021) E A NETFLIX NA CRISTA DA ONDA COREANA

Porto Alegre
2024

PÓS-GRADUAÇÃO - *STRICTO SENSU*



Pontifícia Universidade Católica
do Rio Grande do Sul

JULIA BRITO

A COREIA DO SUL E 'O JOGO DA LULA': *Squid Game* (2021) e a Netflix na crista da Onda Coreana

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação da Escola de Comunicação, Artes e Design da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Comunicação Social.

Aprovado em: _____ de _____ de _____

BANCA EXAMINADORA:

Prof.

Dr. Roberto Tietzmann (PUCRS)

Prof. Dr. André Fagundes Pase (PUCRS)

Profa. Dra. Vanessa Amalia Dalpizol Valiati (FEEVALE)

Porto Alegre 2024

Ficha Catalográfica

B862c Brito, Julia

A Coreia do Sul e o 'Jogo da Lula' : Squid Game (2021) e a Netflix na crista da Onda Coreana / Julia Brito. – 2024.

105 f.

Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, PUCRS.

Orientador: Prof. Dr. Roberto Tietzmann.

1. Onda Coreana. 2. K-Drama. 3. Drama Asiático. 4. Netflix. 5. Streaming. I. Tietzmann, Roberto. II. Título.

Elaborada pelo Sistema de Geração Automática de Ficha Catalográfica da PUCRS
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

Bibliotecária responsável: Clarissa Jesinska Selbach CRB-10/2051

AGRADECIMENTOS

A jornada foi árdua, e muitas pessoas contribuíram e apoiaram para que ela fosse finalmente concluída.

Agradeço primeiramente à minha família. Minha mãe Vera, pelo apoio diário e constante durante todas as etapas deste trabalho. Sempre me encorajando em relação às minhas inseguranças, e me policiando quando eu decidia que não era boa o suficiente. Muito obrigada por sempre buscar me convencer do contrário. Obrigada também pelos cafunés.

Ao meu pai, Antônio, que sempre me proporcionou tudo para que eu pudesse correr atrás dos meus sonhos e que eu pudesse, da minha maneira, voar cada vez mais longe. Obrigada por sempre me proporcionar amor constante.

À minha irmã Mariana, que sempre vi como um exemplo. Minha irmã teve sua própria jornada acadêmica e isso me influenciou muito para que eu desse esse passo. Obrigada vir ao mundo e andar ao meu lado. Obrigada também ao meu cunhado Paulo, que junto da minha irmã trouxe a minha pessoa preferida: meu sobrinho Joaquim.

Amo todos vocês incondicionalmente.

À minha amiga Tássia, que não é minha irmã de sangue mas é como se fosse. Muito obrigado por esses quase 10 anos de amizade. Agradeço todos os dias ao destino que, de alguma forma misteriosa, permitiu o nosso encontro. Ao meu amigo Giancarlo, que também apareceu nos meus agradecimentos do TCC da graduação: olha você aí novo! Obrigada por tudo sempre e sempre. Ao meu amigo Fábio, que me ajudou durante o processo e me incentivou a concluir este trabalho. Obrigada por todos esses anos de amizade! À minha amiga Ana Maria, também comparsa no mundo acadêmico e grande influência nos meus estudos sobre a Coreia. Vejo você como exemplo. Não imagino minha vida sem vocês.

Minha amiga Taís, minha fiel escudeira durante o mestrado. Jamais vou esquecer dos nossos momentos juntas no campus e espero te levar comigo para sempre a partir daqui.

Às novas e preciosas amigas que fiz esse ano: Laura e Natália. Sinto que vocês caíram na minha vida de paraquedas e me sinto sortuda por isso. 사랑해요.

Ao meu orientador Roberto, que fez de tudo para me auxiliar durante essa luta.

E por fim, também dedico esse trabalho e esses agradecimentos ao meu suporte emocional: Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung e Jeon Jungkook. Somos jovens para sempre.

*“What were you dreaming to become?
Who do you see now in your mirror, I gotta say
Go your own way
Even if you live one day
Do something
Put your weakness away”*

BTS – No More Dream

RESUMO

A presente dissertação discute o fenômeno do drama coreano *Squid Game* (2021), ou *Round 6*, e a sua relação com a plataforma de streaming Netflix, na criação de sentido sobre a Coreia do Sul e o fluxo de consumo das ficções serializadas sul-coreanas. A partir do entendimento da história da Coreia do Sul e de sua indústria cultural, bem como sua atuação nos mercados da Ásia a partir de suas narrativas serializadas, e da compreensão do papel das plataformas no imaginário social, disserta-se sobre como essas narrativas de origem geográfica tão distante, conseguem estabelecer com sucesso diálogo com o público brasileiro.

Palavras-chave: Onda Coreana; Hallyu; K-drama; Drama Asiático; Dorama; Comunicação; Netflix; Streaming.

ABSTRACT

This dissertation discusses the phenomenon of the Korean drama *Squid Game* (2021), or *Round 6*, and its relationship with the streaming platform Netflix, in creating meaning about South Korea and the flow of consumption of South Korean serialized fiction. From an understanding of the history of South Korea and its cultural industry, as well as its performance in Asian markets with its serialized narratives, and an understanding of the role of platforms in the social imaginary, it is discussed how these narratives of distant geographic origin, provide a successful dialogue with the Brazilian public.

Keywords: Korean Wave; Hallyu; K-drama; Asian Drama; Dorama; Communication; Netflix; Streaming.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Pôster sul-coreano do drama Squid Game (2021).....	11
Figura 2 – Pôster do período colonial ilustrando a política <i>Naissen Ittai</i>	23
Figura 3 – Massacre de Gwangju.....	33
Figura 4 – Membros do time sul-coreano de arco e flecha nos Jogos Olímpicos de Seul.....	34
Figura 5 – Os protagonistas de Tokyo Love Story (1991).....	50
Figura 6 – Os protagonistas de Winter Sonata (2002).....	55
Figura 7 – Jewel In The Palace (2003).....	57
Figura 8 – Atelier (2015), o primeiro drama co-produzido pela Netflix.....	65
Figura 9 – Okja (2017).....	66
Figura 10 – Personagens de Squid Game (2021). Da esquerda para a direita e de cima para baixo: Gi-hun, Sang-woo, Sae-byeok e Il-nam.....	70
Figura 11 – Personagens de Squid Game (2021). Da esquerda para a direita e de cima para baixo: Ali, Deok-su, Jun-ho e O Líder.....	71
Figura 12 – As crianças jogando o Jogo da Lula.....	75
Figura 13 – Seong Gin-hun.....	76
Figura 14 – O Vendedor e o jogo de Ddakji.....	77
Figura 15 – O convite para o jogo.....	78
Figura 16 – Os jogadores acordam na sala de convivência do jogo enquanto são monitorados por guardas e pelo Líder.....	79
Figura 17 – As regras do jogo são explicadas e eles assinam o termo de consentimento.....	80
Figura 18 – Cadastro dos jogadores.....	81
Figura 19 – Batatinha Frita, 1, 2, 3.....	82
Figura 20 – Ao som de Fly Me To The Moon, os jogadores tentam desesperadamente vencer o jogo.....	83
Figura 21 - Jogo da lula.....	85
Figura 22 - O ator Gong Yoo como o Vendedor.....	86
Figura 23 – Captura de tela da pesquisa do termo Coreano (idioma) no Google Trends no período de 01/01/2021 a 31/12/2021, com destaque em vermelho.....	87
Figura 24 - Captura de tela das pesquisas relacionadas à pesquisa exposta na Figura 8.....	88
Figura 25 – Da esquerda para a direita: Vincenzo (2021), Apesar de Tudo, Amor (2021), Na Direção do Amor (2020) e Desgraça ao Seu Dispor (2021).....	92

Figura 26 – Da esquerda para a direita: All Of Us Are Dead (2022), Uma Advogada
Extraordinária (2022), A Lição (2022 – 2023) e Squid Game 2 (2024).....94

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	11
2 A COREIA DO SUL.....	18
2.1 <i>O Império, a Colônia, o Norte e o Sul.....</i>	<i>20</i>
2.2 <i>A Primeira e Segunda República.....</i>	<i>26</i>
2.3 <i>A Ditadura, o Milagre no Rio Han e a Primavera de 1987.....</i>	<i>28</i>
3 OS DRAMAS COREANOS.....	37
3.1 <i>A Indústria Cultural e o Fator Jurassic Park.....</i>	<i>38</i>
3.2 <i>A origem do formato.....</i>	<i>45</i>
3.3 <i>A Hallyu liderada pelos K-dramas.....</i>	<i>52</i>
3.4 <i>Netflix.....</i>	<i>59</i>
4 SQUID GAME (2021) E A NETFLIX NA CRISTA DA ONDA COREANA.....	69
4.1 <i>Episódio I - Batatinha Frita, 1, 2, 3.....</i>	<i>74</i>
4.1.1 <i>Elementos Sul-Coreanos: Os jogos da Coreia do passado.....</i>	<i>84</i>
4.1.2 <i>Elementos Sul-Coreanos: Os indivíduos da Coreia moderna.....</i>	<i>88</i>
4.1.3 <i>Diálogos com o Ocidente.....</i>	<i>91</i>
5 CONCLUSÃO.....	95
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS E DOCUMENTAIS.....	97

1 INTRODUÇÃO

Em 17 de setembro de 2021, a plataforma de *streaming* de vídeos Netflix lançou a série sul-coreana *Squid Game*¹, distribuída no Brasil como *Round 6*. A produção mostrou, ao longo de nove episódios, um grupo de pessoas passando por dificuldades financeiras que aceita participar de um jogo mortal em troca de um grande prêmio em dinheiro. A série caiu no gosto do público a nível mundial, e em questão de poucos dias entrou no ranking de séries da Netflix em cerca de 90 países ao redor do globo. Tornou-se a primeira série asiática a ficar em primeiro lugar no ranking geral² da plataforma em vários países do Ocidente, como Estados Unidos, México, Canadá, Argentina, França, Alemanha, Chile e Brasil. Em 2024, três anos depois, segue sendo a série de língua não-inglesa mais consumida globalmente com 2.205.200.000 horas assistidas³, superando a quarta temporada de *La Casa de Papel*. E mais que isso, também é a série mais assistida de forma *geral*, na frente de obras americanas como a quarta temporada de *Stranger Things* (2022) e *Wandinha* (2022). É, até o momento⁴, a produção de maior sucesso no catálogo da Netflix e um exemplo da crescente popularidade dos dramas de televisão sul-coreanos, ou *k-dramas*⁵, para além do eixo do Extremo Oriente.

O sucesso de *Squid Game* (2021) fomentou o consumo de outros dramas sul-coreanos na Netflix nos meses seguintes, particularmente o thriller *My Name*⁶ (2021), lançado em 15 de outubro, e o sobrenatural *Hellbound*⁷ (2021), lançado em 19 de novembro, com ambos os dramas alcançando o ranking de séries mais assistidas da plataforma. Pela primeira vez entre os assinantes brasileiros, produções da Coreia do Sul apareciam na lista de séries mais consumidas em meio à títulos de língua portuguesa, inglesa e espanhol, que até o momento pareciam dominar as telas daqui.

Figura 1 – Pôster sul-coreano do drama *Squid Game* (2021)

¹ 오징어 게임.

² Diferentemente do *Top 10 Séries* e *Top 10 Filmes*, o ranking geral da Netflix considera os títulos mais assistidos sem discriminação de formato.

³ Fonte: <https://www.netflix.com/tudum/top10/most-popular/tv-non-english>

⁴ Novembro de 2024.

⁵ Korean Drama.

⁶ 마이 네임.

⁷ 지옥. Distribuído no Brasil sob o nome *Profecia do Inferno*.



Fonte: IMDB.

O catálogo de dramas televisivos asiáticos na Netflix Brasil não começou após o hit *Squid Game* (2021), na verdade já existiam outras produções disponíveis na plataforma, mas foi a partir deste título que tudo pareceu decolar em meio ao público geral e isso segue acontecendo desde então. Esta pesquisa busca entender o fenômeno de narrativas tão culturalmente importantes no seu país de origem, a Coreia do Sul, com sucesso estabelecerem de forma contínua diálogos com o público brasileiro. A pergunta que guia este trabalho é: *Como Squid Game (2021) e a Netflix podem influenciar o consumo de dramas coreanos?*

O que faz *Squid Game* (2021) se destacar? Quais são seus traços narrativos? Que leituras podemos fazer em terras brasileiras? Buscando respostas, o enredo da série foi descrito e o primeiro episódio analisado. A partir de um referencial histórico que considera a história da Coreia do Sul desde o início do século XX e um referencial teórico que elucida o drama asiático como produto audiovisual e a atual influência das plataformas digitais na vida contemporânea, a pesquisa tem o intuito de compreender como *Squid Game* (2021) e Netflix desempenham um papel para a comunicação da cultura pop sul-coreana.

Mais que apenas uma série televisiva, podemos compreender o drama sul-coreano como um importante alicerce na construção da hoje potente cultura pop da pequena porém

proeminente Coreia do Sul. Também conhecido como *k-drama* ou *dorama*⁸, trata-se da versão sul-coreana de um formato televisivo de narrativas ficcionais serializadas nascido no Japão. Variando de 6 até 25 episódios de duração média de 1 hora cada, o formato se popularizou no Leste e Sudeste da Ásia, inspirando alguns países da região a criarem suas próprias versões, incluindo a Coreia do Sul. Em um período de modernização do país ao final dos anos 1980, o governo sul-coreano investe na produção cultural na recente Coreia democrática após o fim de uma ditadura militar severa: no caso dos dramas de TV sul-coreanos, esses esforços seriam refletidos na qualidade da produção audiovisual e nas narrativas presentes nestes produtos, que sabiamente uniam valores confucionistas – que eram compreendidos com facilidade nos países vizinhos do Extremo Oriente e, com isso, facilitando a sua exportação – e a própria cultura sul-coreana, de certa forma ainda desconhecida a partir das circunstâncias históricas do país (ALBUQUERQUE e CORTEZ, 2015; KIM, 2008; MADUREIRA, MONTEIRO e URBANO, 2014; ZHAO, 2012).

Antes do lançamento de *Squid Game* em 2021, a cultura pop da Coreia do Sul não era completamente desconhecida fora da Ásia, mas o passado político do país fez com que a mesma fosse desenvolvida (e consequentemente exportada) tardiamente se comparada a vizinhos como o Japão (ALBUQUERQUE e CORTEZ, 2015), este que antes já havia, de forma bem-sucedida, popularizado produtos culturais como os animes em território norte-americano, América Latina e regiões da Europa. Sofrendo desde muito cedo com fortes invasões feitas pela China e Japão e até uma consequente política de isolamento que fez o território coreano ser conhecido no Ocidente como *Reino Eremita*, a história da Coreia, que hoje se divide em duas, é, no mínimo, turbulenta. A partir dos trabalhos dos pesquisadores Albuquerque e Cortez (2015), Buzo (2017), Duus (1995), Lee (2006), Seth (2024) e outros, é possível traçar pontos-chave do passado do país a partir do século XIX.

A Coreia do Sul se tornou colônia do Império Japonês até o fim da Segunda Guerra Mundial, onde então é dividida em Norte, pela então União Soviética, e Sul, pelos Estados Unidos. A divisão resultou em uma guerra entre as duas Coreias, com apoio chinês e soviético do lado Norte e de países capitalistas do lado Sul. O estabelecimento de uma zona desmilitarizada marca o fim da Guerra da Coreia em 1953, mas as relações entre os países seguem conturbadas até os dias atuais. A Coreia do Sul então enfrenta uma ditadura militar que só se encerraria com a realização de eleições presidenciais diretas em 1987, assumindo então uma postura democrática a partir de 1988, que trouxe consigo a necessidade de

⁸ *Dorama* (드라마) é a leitura japonesa da palavra de origem inglesa, *Drama*. A palavra em coreano (드라마) possui uma fonética similar.

aumentar o reconhecimento internacional do país no cenário global (ALBUQUERQUE e CORTEZ, 2015; BUZO, 2017; DUUS, 1995; LEE, 2006; SETH, 2024).

O governo sul-coreano então coloca em prática estratégias de fortalecimento de *soft power*⁹ através de leis e investimento não apenas governamental, mas também privado. Os produtos midiáticos do país são exportados para os vizinhos da região e eventualmente fazem tanto sucesso na China que jornalistas de Pequim cunham o termo *Hallyu*¹⁰ – literalmente *Korean Wave* ou *Onda Coreana* – para descrever o alto fluxo de consumo chinês dos atos *pop* da Coreia (KCIS, 2011).

Os dramas de TV sul-coreanos ocupam um lugar especial dentro da Onda Coreana. As narrativas dos *k-dramas* se aproximaram culturalmente do Leste da Ásia através dos já citados valores confucionistas, ao mesmo tempo mostrando uma *nova Coreia*, a partir de um produto nacional que tinha um grande potencial para atuar transnacionalmente e assim aumentar a influência cultural do país no eixo Leste-Sudeste (SHIM, 2008; RYOO, 2009; JOO, 2011; MEIMARIDIS, MAZUR e RIOS, 2020, SHIM). E isso aconteceu: o nascimento da *Hallyu* é geralmente considerado a partir do sucesso de alguns *k-dramas* na China em 1997 (SHIM, 2008), e esse sucesso das produções televisivas sul-coreanas seguiria pelos anos subsequentes, do final dos anos 1990, passando pelo início dos anos 2000, por Hong Kong, Taiwan, Vietnã, Japão. E a atual Coreia do Sul então se consolida como uma influente produtora e exportadora de *pop* do Extremo Oriente (MEIMARIDIS, MAZUR e RIOS, 2020).

O constante investimento estatal em produções culturais fez com que a *Hallyu* passasse de um fenômeno regional, que com sucesso se estabeleceu em alguns territórios da Ásia, para uma manifestação que agora se dá globalmente. Dois importantes pilares da *Onda Coreana* se destacam no Ocidente a partir dos anos 2010: o *k-pop*¹¹ através de grupos como *BTS* e *BLACKPINK*, eleitos *Entertainer of the Year* pela TIME Magazine em 2020¹² e 2022¹³, respectivamente; e o cinema, que supera a barreira hegemônica do Oscar em 2020¹⁴ com o filme *Parasita* (2019)¹⁵ de Bong Joon-ho¹⁶. Em 2021, *Squid Game* coloca em pauta o *k-drama* em cenário *mainstream*, que com sucesso já havia se firmado no passado no Extremo Oriente

⁹ Uma forma de se estabelecer poder e influência política internacional através de instrumentos como a cultura. O conceito será melhor explorado ao longo deste trabalho.

¹⁰ 한류.

¹¹ Literalmente *Korean Pop* ou Pop Coreano.

¹² <https://time.com/entertainer-of-the-year-2020-bts/>. Acesso em 11 de Dezembro de 2022.

¹³ <https://time.com/entertainer-of-the-year-2022-blackpink/>. Acesso em 11 de Dezembro de 2022.

¹⁴ <https://www.imdb.com/title/tt6751668/awards/>. Acesso em 11 de Dezembro de 2022.

¹⁵ 기생충.

¹⁶ Ao longo deste trabalho, os nomes coreanos serão escritos da mesma forma como são feitos na Coreia do Sul: sobrenome e nome.

como uma importante base do entretenimento do país, por ser capaz de se comunicar com as plateias locais da Ásia e ao mesmo tempo promover a Coreia do Sul.

À época de *Squid Game* (2021), a Netflix não era necessariamente uma novata no licenciamento e produção de dramas asiáticos e, na realidade, de produções internacionais como um todo. Alguns anos após o lançamento do seu serviço de *streaming* nos Estados Unidos, a marca expande a sua atuação a territórios internacionais, primeiro aos vizinhos mais próximos – Canadá e América Latina – e eventualmente em mais de 190 países ao redor do globo.

Mais do que simplesmente oferecer o mesmo catálogo americano a esses territórios internacionais e culturalmente diferentes, a Netflix fez algumas tentativas em adaptar a sua produção para conversar com as plateias locais, como parte da sua estratégia de caráter transnacional. A empresa também abriu escritórios em países-chave visando criar uma comunicação de marketing especial para cada audiência (JENNER, 2018) e licenciou títulos de cada país, bem como produções originais como a série alemã *Dark* (2017) e a espanhola *La Casa de Papel* (2017). Quando inicia suas atividades no Japão em 2015¹⁷, seu primeiro pouso na Ásia, estabelece parcerias com duas redes de televisão japonesas – TV Fuji e TV Tokyo – para a produção e distribuição de conteúdo para o público nipônico, resultando no dorama japonês¹⁸ *Atelier* (2015)¹⁹, uma co-produção pioneira entre Netflix e TV Fuji, além de outros lançamentos subsequentes (ARAÚJO, 2016a; URBANO e ARAÚJO, 2017).

Na Netflix Brasil, o catálogo de dramas asiáticos era um tanto tímido no início, espelhando o caráter de nicho que esses produtos carregavam no país. Urbano e Araújo (2017) apontam que a distribuição e o consumo de dramas estavam ligados à prática de *fansubbing*, ou seja, a legendagem não-oficial feita de fã para fã, que já havia se estabelecido previamente no meio das redes digitais através dos animes e *tokusatus*²⁰.

O início das relações entre Coreia do Sul e Netflix se inicia apenas em 2016, com algumas tentativas falhas por parte da Netflix em atrair o público sul-coreano (já acostumado com opções de streaming de qualidade em seu próprio país), mas com a gradual popularização da *Onda Coreana* em outros territórios midiáticos do Ocidente, a Netflix faz a sua primeira tentativa em conteúdo original sul-coreano a partir do filme *Okja* (2017)²¹ do renomado diretor Bong Joon-ho.

¹⁷ Só passaria a atuar na Coreia do Sul em 2016.

¹⁸ Ou *j-drama*.

¹⁹ アンダーウェア.

²⁰ Séries live-action do Japão, com produções com foco em super-heróis, ação, monstros, pirotecnias e efeitos visuais.

²¹ 옥자.

Atualmente²², outro drama sul-coreano original Netflix está no top 10 *TV (Non-English)*²³ da Netflix: *All Of Us Are Dead* (2022)²⁴, confirmado para uma segunda temporada. A Coreia do Sul é o único país, não apenas do Leste Asiático mas do Oriente como um todo, presente neste ranking da plataforma, que aponta as dez séries de língua não-inglesa mais populares com base em horas assistidas nos primeiros 28 dias pós-lançamento. Em relação ao catálogo de títulos, a Netflix Brasil conta com mais de 100 *k-dramas* no catálogo, entre originais e licenciados.

Com a união de investimento em novas produções originais e o consumo de conteúdo televisivo de forma digital como algo cada vez mais naturalizado no Brasil, é inegável o papel dos serviços de *streaming*, particularmente a Netflix, como possíveis mediadores da expansão de mercados nacionais audiovisuais para um contexto global. A produção sul-coreana de dramas televisivos focou em uma hibridização de valores confucionistas e a cultura da Coreia do Sul como uma estratégia para a aceitação destes produtos na Ásia, mas se analisarmos a constante presença de *k-dramas* nas séries mais assistidas da Netflix, atualmente o *streaming* mais acessado no Brasil²⁵, podemos assumir que essas produções ultrapassaram fronteiras geográficas (e culturais) muito mais distantes do que talvez a própria Coreia poderia imaginar em 1987.

Isso é cultura pop. O pesquisador Thiago Soares (2014) elucida que pensar sobre esses produtos midiáticos para além de seus traços puramente mercadológicos cria um sentimento de comunidade dentro de um cenário global no qual, mesmo que culturalmente diferentes, ansiamos pela mesma *vivência pop*. Esta pesquisa não tem a pretensão de negar a natureza mercantil dos dramas de televisão sul-coreanos – muito pelo contrário –, pois a sua atuação como ferramentas de soft power é inegável e importantíssima para a marca da Coreia do Sul moderna e globalizada. Mas é fato que, no atual contexto de consumo televisivo digital, onde os dramas asiáticos já não precisam ser encarados como um produto de nicho de acesso ilegal como eram no início dos anos 2000; o investimento em novas produções e licenciamentos é cada vez maior não apenas pela Netflix, mas por outras plataformas como Amazon e HBO; e novos *k-dramas* entram no ranking de títulos mais assistidos praticamente todas as semanas, quebrando hegemonias do eixo central de conteúdo audiovisual vindo da América do Norte e da Europa; algo de novo está acontecendo deste lado do planeta.

²² Novembro de 2024.

²³ Nomenclatura utilizada pela própria plataforma: <https://top10.netflix.com/>.

²⁴ 지금 우리 학교는.

²⁵ <https://www.comscore.com/por/Insights/Infographics/Streaming-Audio-e-Video-Insights>. Acesso em 20 de Maio de 2023.

A pesquisa é dividida em duas partes. A primeira, visa estabelecer a base necessária para o entendimento histórico e político da Coreia da Sul, a formação da sua indústria cultural e do *k-drama* como produto de consumo interno e de exportação para fortalecimento de *soft power*. Também nesta parte, aborda-se a questão do *streaming* no consumo contemporâneo de mídia e principalmente da plataforma Netflix, que além de seu atual catálogo massivo de dramas licenciados e originais, segue aumentando o seu investimento ano a ano em produção de conteúdo pop sul-coreano e tem se mostrado o principal *streaming* a colocar o formato em pauta na mídia e no consumo mainstream no Brasil, até o momento.

A pesquisa bibliográfica e hemerográfica dão a base e o princípio essencial para este trabalho. Concluiu-se de suma importância que tal base se estabelecesse não apenas de fontes de conhecimento provindas da própria Coreia do Sul como também do território brasileiro, visto que o campo de pesquisa de estudos sobre a Ásia é um espaço em crescimento no meio acadêmico da Comunicação Social no Brasil, e por isso deve seguir sendo fortalecido pelos novos pesquisadores e, seus principais nomes, reconhecidos.

A segunda parte consiste na análise da obra *Squid Game* (2021) a partir da Análise de Conteúdo como descrita por Manuela Penafria (2009) da sua relação com a plataforma Netflix, a fim de entender como a união desses dois elementos podem atuar no consumo dos atos pop da Coreia do Sul.

2 A COREIA DO SUL

A península coreana, antigamente um só reino conhecido como Joseon, hoje se divide em norte e sul pela República Popular Democrática da Coreia e República da Coreia respectivamente. Uma península que séculos antes foi apelidada de *Reino Eremita* pela sua política de isolamento frente às trocas e possíveis ameaças estrangeiras, hoje é conhecida mundialmente como uma grande exportadora de tecnologia e de produções culturais de um lado, e como o “país mais fechado do mundo” do outro. A península foi invadida diversas vezes por forças estrangeiras, colonizada e controlada e depois jogada para brigar entre si. Os dois países irmãos, após uma série de embates, seguem até os dias de hoje separados e ainda em guerra, mesmo que por vezes silenciosa.

A Coreia do Norte tem como parceiras potências como Rússia e China, mas em grande parte veio a se fechar completamente ao resto do cenário internacional, de certa maneira ostracizada da política global. Já a irmã ao sul se tornou uma das maiores potências do continente asiático, estabelecendo uma forte indústria pesada e tecnológica a partir de marcas como Hyundai e Samsung, mas também se destacando mundialmente pela sua produção cultural que passa a florescer nos anos 1990 em alguns territórios do continente e conquista o restante do globo a partir dos anos 2010.

O avanço da Coreia do Sul, que após uma severa ocupação e colonização por parte do Japão, uma guerra interna e mais de três décadas de ditadura militar se tornou um país de primeiro mundo, seria chamado de “milagre”. Mas a verdade é que o avanço econômico do país foi resultado de diversas políticas implementadas a partir dos anos 1960, que apesar de terem contribuído com a modernização da indústria, também foram severas em diversos aspectos. Os mais de trinta anos de governo militar resultaram em uma sociedade fortemente desigual, longas jornadas de trabalho, protestos e o sacrifício do indivíduo em prol do *bem comum* e da “segurança nacional”. A verdade é que a história da Coreia do Sul do século XX não é feita de misticismos, e sim de fatos tão reais quanto as marcas das guerras pelas quais foi obrigada a passar.

A Coreia possui uma história milenar, mas para esta pesquisa os acontecimentos a partir de 1900 serão o ponto de partida. Este capítulo busca oferecer um panorama que elucide a complicada cronologia da Península Coreana no século XX. Inicia-se pelo imperialismo que inspirou o Japão a se tornar uma das autoridades da Ásia e ver o antigo Império Joseon como um alvo para a sua elevação ao status de nação moderna segundo o discurso do Ocidente. O Japão inicialmente obriga Joseon a tornar-se um protetorado, mas

poucos anos depois o transforma em colônia. A ocupação japonesa foi opressiva e durou até a derrota do Japão na Segunda Guerra Mundial, em 1945. Durante o período de colonização, o Japão tentou erradicar, de certa maneira, a identidade coreana, através do ensino forçado da língua japonesa nas escolas, o fechamento dos principais jornais do país, a assimilação obrigatória de nomes japoneses e a exploração da população em todas as esferas.

Mesmo com a derrota do Japão, o território coreano não se viu livre. Foi ocupado provisoriamente pelos Estados Unidos e a antiga União Soviética, logo tornando-se um palco para a disputa da Guerra Fria. Inspirados (e apoiados) por ideologias opostas, o lado sul e norte da península entram em guerra um contra o outro, fato que resulta em sua separação oficial, status que permanece até os dias de hoje a partir de um conflito que tecnicamente nunca terminou.

A história da Coreia do Sul após o cessar-fogo com o Norte é contada a partir de suas *Repúblicas*: os períodos conhecidos como Primeira e Segunda República duram até 1961, sendo o primeiro comandado por Syngman Rhee, que alimentou um forte sentimento anti-comunista como forma de governo desde a Guerra da Coreia, e o segundo por Yun Posun, este que duraria pouco mais de um ano antes de sofrer um golpe de estado. A Terceira República se inicia a partir do governo militar de Park Chung Hee firmado após o golpe. Nela, os sul-coreanos testemunham o crescimento da sua indústria e economia enquanto vivenciam uma feroz ditadura militar. Park Chung Hee eventualmente encabeça um novo golpe de estado para se tornar um presidente vitalício e assim permanecer no poder, dando luz à Quarta República, que conta com uma administração ainda mais severa e ferrenha. A Quinta República surge após o assassinato de Park em 1979, mas seguiu sendo um governo feroz em relação à liberdade da população. Neste período, um dos principais protestos contra o governo resulta no *Massacre de Gwangju*, certamente um dos episódios mais tristes da história da Coreia do Sul, quando a polícia militar enfrenta estudantes universitários e a população civil em geral com violência, causando várias mortes no fatídico dia 18 de Maio de 1980.

Durante os anos 1980 e 1980, a Coreia do Sul seguiu crescendo economicamente. Esse crescimento desenfreado foi apelidado de *Milagre do Rio Han*, quando a Coreia passa de um país subdesenvolvido segundo os parâmetros do Ocidente para um país desenvolvido. Mas a tensão entre os civis e o governo atingiu novos picos nesta época. A sociedade sul-coreana naquele momento era muito diferente do passado, da época de domínio japonês e intervenção ocidental. O povo, agora com alto nível de instrução, maior poder aquisitivo e farto de mais de trinta anos de comando militar, exigia a democracia. Após protestos e muita pressão social, a Quinta República se encerra na primavera de 1987. A Sexta República, ainda

em vigor atualmente, inaugura as eleições diretas no país. As Olimpíadas de 1988 se tornam um grande marco da história coreana, apresentando o país novo, moderno (e tecnicamente democrático) ao resto do cenário internacional.

O conhecimento dessa parcela da história da Coreia é fundamental para o entendimento de como um território tão pequeno da longínqua Ásia veio a se tornar um importante jogador da economia internacional. O objetivo foi transformar o país em um grande produtor de artigos pesados capaz de se sustentar sem ajuda e intervenção internacional, objetivo que estava sendo alcançado até a *Crise Financeira Asiática de 1997*, que fez a economia coreana colapsar. O presente capítulo se encerra a partir desse evento e com a eleição do presidente Kim Dae Jung, que teve como pilar de seu governo o desenvolvimento da indústria cultural²⁶. Aqui é desenvolvida a história da Coreia do Sul de 1900 até o final da década de 1990.

2.1 O Império, a Colônia, o Norte e o Sul

O imperialismo nos séculos XIX e XX, motivado pelas grandes mudanças tecnológicas e o aumento produtivo gerado pela Revolução Industrial, bem como o discurso colonizador da época, impulsionou a arena internacional à expansão e exploração de novos mercados e territórios, transformando significativamente o cenário global. Dentre os países ocidentais, potências como Reino Unido, França, Rússia, Alemanha, Itália e outros do cenário europeu, expandiram sua atuação a territórios africanos, asiáticos e das Américas. A política do colonialismo, além de aumentar o mercado consumidor para a nova onda de produção que se estabelecia, também passava as rédeas da economia das regiões invadidas para as mãos desses agentes que, em consequência, aumentavam seu poder em todas as esferas, inclusive em notoriedade e prestígio.

Segundo Dudden (2005), as leis e políticas do imperialismo eram parecidas com às leis de comércio de escravos e possivelmente se desenvolveram com base nestas: apesar de muitos teóricos europeus e americanos considerarem a escravidão como algo lamentável, em contrapartida avaliavam a prática como algo “benéfico” para os escravos. A legalidade era definida pelo poder, e assim como a escravidão foi justificada a partir de termos definidos pelos países politicamente mais influentes, o imperialismo foi fundamentado da mesma maneira. A autora adiciona como outro fator importante as teorias da civilização baseadas em raça, que ordenou os povos do mundo em civilizados e bárbaros, sendo o primeiro apenas

²⁶ O governo de Kim Dae Jung será propriamente abordado no capítulo quatro.

legítimo se fosse capaz de assumir a capacidade de “transformar os incivilizados”. Dudden (2005) estabelece o termo *enlightened exploitation*, ou em tradução livre *exploração esclarecida*, como o discurso que informava e validava essa ordem intelectual da época:

A lógica da política de exploração esclarecida pode ser descrita como a prática de legalizar a reivindicação de proteger um lugar habitado por pessoas que foram definidas como incapazes de se tornarem civilizadas por si próprias. Compreendia-se, claro, que *o regime protetor tinha acesso aos recursos materiais e humanos do local que protegia*. Em última análise, a capacidade de controlar o espaço colonial definia uma nação como “soberana” e “independente”. (...) Declarar um território como protetorado não se limitava a aplicar um eufemismo à ação de assumir o controle; *estabeleceu um precedente legal para definir certas pessoas incapazes de governar a si mesmas*²⁷ (DUDDEN, 2005, p. 9, grifo nosso).

A Ásia ocupou muito mais um papel de dominado que dominante durante estes esforços. O Japão, durante o Período Edo, por pressão dos Estados Unidos e do Reino Unido, abriu seus portos ao comércio com o mundo estrangeiro, resultando em conflitos internos entre aqueles que eram à favor do governo de isolamento político-econômico adotado pelo líder xogum, e a elite imperial que defendia que o comando político deveria estar nas mãos do Imperador e não dos militares. Esse conflito resultou na Restauração Meiji e na transformação do território nipônico em um estado-nação – o primeiro do território da Ásia – conhecido como Império do Japão. A mudança de governo e a nova postura do Japão em relação ao mundo estrangeiro fez com que este, além de se industrializar rapidamente, observasse as políticas e práticas dos países ocidentais durante o forte imperialismo adotado na época pelos europeus. Enquanto a maior parte da Ásia se via obrigada a ceder sua autonomia às potências da época, o Japão queria ser visto como um agente na atual política global: no desejo de ser visto como um influente império moderno, similar aos protagonistas ocidentais da época – e consequentemente superior aos seus vizinhos de região –, o Império do Japão voltaria seus esforços a se tornar ele próprio uma nação imperialista (BEASLEY, 1995; GORDON, 2003; JANSEN, 2002). A Coreia seria um alvo deste processo.

O Japão adotou um discurso similar aos países Euro-Americanos para justificar suas ações em território coreano. Seguindo o exemplo do que aconteceu em seu próprio país, o Império do Japão forçou um tratado desigual à Coreia, na época conhecida como Império Joseon (ou Choson), impondo a abertura do território à trocas comerciais com os japoneses: o

²⁷ “The logic of the politics of enlightened exploitation can be described as the practice of legalizing the claim to protect a place inhabited by people who were defined as incapable of becoming civilized on their own. It was understood, of course, that the protecting regime had access to the material and human resources of the place it protected. Ultimately, the ability to control colonial space defined a nation as “sovereign” and “independent.” (...) Declaring a territory a protectorate did not merely apply a euphemism to the action of taking over; it established a legal precedent for defining certain people unfit to rule themselves.” Tradução própria.

Tratado de Gangwa, ou *Tratado de Amizade Japão-Coreia*, estabelecido em 1876, forçou Joseon à abertura dos portos de Busan, Wonsan e Incheon ao Japão, garantiu espaços e direitos extraterritoriais aos comerciantes e diplomatas japoneses e estacionou tropas militares nipônicas nestes assentamentos. Essas tropas entrariam em conflito com a China e a Rússia com a desculpa de estarem defendendo tanto o Japão quanto a Coreia, na lógica de *enlightened exploitation* (DUDDEN, 2005), afinal o Império do Japão era avançado, industrializado e independente, enquanto Joseon ainda estaria fechado ao mundo (e neste sentido “subdesenvolvido”) se não fosse pela interferência *benéfica*²⁸ do Japão que resultou na sua abertura, e como recompensa por tais esforços teria direito à Coreia como seu protetorado em 1905, segundo as leis do mundo moderno (CHUNG, 2006; DUDDEN, 2005; JANSEN, 2002; HWANG, 2017).

O período como protetorado seria curto, pois em 1910 o antigo Império Joseon viu seu fim ao ser oficialmente anexado ao Japão. A colonização japonesa duraria até 1945, e durante esses 35 anos a sociedade coreana passaria por um dos períodos mais severos e violentos da sua história. Durante o período de colonização, o Japão tentou moldar a Coreia em um território moderno, semelhante à sociedade japonesa. Para garantir que assim o fosse, a postura imperialista adotada pelo Japão se mostraria em todas as vertentes: política, econômica e cultural.

A primeira década de colonização voltou seus esforços a cessar quaisquer tentativas de restauração da sociedade coreana, a partir de um forte controle colonial e severa opressão, a fim de legitimar o poder japonês e pacificar fontes de resistência (HWANG, 2017). Durante o período que antecedeu a Segunda Guerra, o Japão passou a instituir medidas para transformar completamente a identidade dos coreanos, ou, de certa maneira, apagá-la. Estas medidas incluíam reverências ao imperador japonês, visitas a santuários religiosos japoneses, a proibição do ensino da língua coreana nas escolas, bem como o encerramento dos principais jornais de língua coreana em circulação no território e também um decreto exigindo que todos registrassem nomes em estilo japonês, deixando para trás os nomes de seus antepassados a partir de uma assimilação forçada embelezada pelo slogan “Japão e Coreia como Um Só Corpo”²⁹ (HWANG, 2017). A cultura japonesa moderna dominou completamente a coreana, sendo aplicada à força a partir de um imperialismo cultural que introduziu “(...) formas

²⁸ Segundo padrões do imperialismo.

²⁹ “*Naisen ittai*” (内子一體).

modernas de mídia de massa, como jornais, revistas, rádios, filmes e fonógrafos (...)”³⁰ (YANG, 2007, p. 182) na Coreia invadida.

Figura 2 – Pôster do período colonial ilustrando a política *Naissen Ittai*. Mostra dois jovens fazendo uma corrida de três pernas. O jovem japonês “puxa” o jovem coreano³¹. O texto diz:

*Para aqueles que trabalham juntos, o mundo será melhor*³².



Fonte: News1, 2023.

Durante a guerra, outros crimes violentos seriam cometidos contra os coreanos, crimes que seguem na memória coletiva do país até os dias de hoje. Milhares de coreanos foram conduzidos ao trabalho forçado e incessante em fábricas, minas, plantações agrícolas e onde mais o Japão pudesse explorar sua mão-de-obra. As condições de trabalho eram precárias, assim como a moradia e a alimentação, e não havia remuneração. Mas sem dúvida o crime de guerra mais conhecido, tanto pela sua severidade quanto pelo silêncio e falta de reconhecimento por parte de seu perpetrador³³, foi a prostituição forçada de mulheres coreanas às tropas militares japonesas. As *mulheres de conforto*, mulheres adultas e meninas menores de idade, foram traficadas ou coagidas ao trabalho sexual escravo – muitas acreditavam estarem aceitando oportunidades de trabalho em fábricas que no final se

³⁰ “(...) modern forms of mass media as newspapers, magazines, radios, films, and phonographs (...)”. Tradução própria.

³¹ O personagem da direita é retratado como sendo japonês a partir do hanja 内, usado para representar o Japão, e o personagem da esquerda carrega o hanja 鮮, que representa a Coreia.

³² 致一力協者優熱世.

³³ O Japão negou por anos qualquer envolvimento com o tráfico e prostituição de mulheres coreanas durante o período de guerra. Disputas e pedidos de compensação foram feitos ao longo das décadas e o Japão chegou a emitir pedidos de desculpas (ao final dos anos 1990 mas principalmente a partir dos anos 2000), mas o caso permanece como um assunto mal-resolvido para uma grande parcela da população coreana.

mostravam falsas – e vinham, além da já citada Coreia, de territórios como a China, Filipinas, Indonésia e do próprio Japão. Muitas morreram durante o processo e as sobreviventes ficaram por décadas em silêncio por vergonha de vir a público (HICKS, 1996; HWANG, 2017).

A derrota do Japão em 1945 colocou um fim à ocupação japonesa em território coreano, mas após tantos anos de exploração de recursos naturais e mão-de-obra e uma assimilação cultural forçada, a Coreia se via fraca. O país não viu sua independência mesmo com a saída do Japão: foi ocupado pelos Estados Unidos no Sul e a antiga União Soviética no Norte, a princípio de forma temporária. As ideologias das forças estrangeiras ocupantes não poderiam ser mais opostas, e isso também fez com que o povo coreano também se visse dividido em seu pensamento político, entre aqueles que povoavam o lado Sul com influência capitalista dos estadunidenses, e o Norte com viés comunista dos soviéticos. A emergente Guerra Fria entre as duas potências e seus respectivos aliados – a OTAN e outros países parceiros compreenderam o que ficou conhecido informalmente como *Bloco Ocidental*, liderado pelos Estados Unidos; e os estados comunistas do Pacto de Varsóvia, China e coligados, ou simplesmente *Bloco Oriental*, comandados pela antiga União Soviética – tornou a situação da Coreia ainda mais delicada, posicionando o território em meio aos conflitos de uma nova tensão política (HWANG, 2017; LEE, 2006; LOWE, 2011).

Com duas bases tão polarizadas, não foi possível chegar a um acordo que satisfizesse os dois extremos do país: a Organização das Nações Unidas (ONU) tentou supervisionar as eleições que ditariam o futuro de uma única Coreia, mas a União Soviética foi contra tal envolvimento. Cada extremo da península fez suas próprias eleições gerais em 1948. O lado Sul elegeu Syngman Rhee como o primeiro líder da então formada República da Coreia – esta com forte posicionamento anti-comunista –, e o lado soviético foi chefiado pelo governo comunista de Kim Il-Sung (HWANG, 2017; MALKASIAN, 2001; WADA, 2014). Cada lado tinha a pretensão de unir a Coreia sob um único regime, objetivo que até o presente momento jamais foi atingido. A tensão política na península deu início ao primeiro conflito militar da Guerra Fria, em 1950: a Guerra da Coreia.

Em 6 de Junho, a Coreia do Norte, com aval da China e da União Soviética, lançou um ataque completo no paralelo 38³⁴, que resultou na rápida captura da capital Seul e da maior parte do território sul-coreano (HWANG, 2017). A resposta do exército do Sul teve apoio de forças americanas, com a execução de milhares de civis que podiam ou não ser colaboradores do Norte, enquanto tentavam recuperar o território. A Coreia do Norte também destruiu qualquer civil que pudesse estar colaborando com o Sul, com ou sem provas. Os

³⁴ Linha imaginária que separa as duas Coreias em Norte e Sul.

conflitos entre os dois países irmãos durou cerca de 3 anos, Seul foi invadida diversas vezes, houveram perdas assombrosas de ambos os lados, e a península, já extremamente abalada desde a derrota do Japão em 1945, se viu ainda mais destruída.

Nenhum dos lados conseguia chegar em um acordo para o cessar da guerra, mesmo que as negociações se dessem desde 1951. A União Soviética teve nova liderança a partir de 1953 com a morte de Josef Stalin³⁵ em 5 de março, e não teve interesse em seguir com as investidas de guerra em território coreano³⁶, aconselhando que a Coreia do Norte e a China se encaminhassem para uma resolução do conflito (WADA, 2014). A proposta soviética sobre o acordo de cessar-fogo foi considerada satisfatória para Kim Il-Sung, líder da Coreia do Norte, e os Estados Unidos consideravam o retorno de prisioneiros doentes e feridos como um bom começo para as negociações com os comunistas. Syngman Rhee não concordou com as discussões de trégua e afirmou aos Estados Unidos que só a aceitaria se houvesse a unificação das duas Coreias, a expulsão da força Comunista Chinesa do território, o desarmamento da Coreia do Norte, prevenção de que qualquer país providenciasse armamento para os comunistas norte-coreanos e a soberania da República da Coreia sobre toda a península. Os Estados Unidos não aceitaram a relutância de Rhee, causando tensão entre os dois países (MALKASIAN, 2001; WADA, 2014). Um dos principais tópicos de discussão em relação à trégua foi a questão do repatriamento de prisioneiros de guerra, pois nenhum lado conseguia chegar em um acordo: os Estados Unidos queriam a repatriação voluntária dos prisioneiros, ou seja, que os nortistas pudessem escolher se desejavam ficar no Norte ou no Sul, já a Coreia do Norte insistia que cada prisioneiro fosse repatriado para seu lado de origem (ROBINSON, 2007).

Após idas e vindas, um armistício foi assinado em 27 de Julho de 1953 pelo Comando das Nações Unidas, o Exército Popular da Coreia e o Exército Voluntário do Povo (China) – Syngman Rhee se recusou a assinar –, pausando as ofensivas entre os dois lados até que um acordo de paz fosse conquistado, e uma zona desmilitarizada foi estabelecida próxima ao paralelo 38, onde a guerra havia começado 3 anos antes. Em 1954, a unificação das duas Coreias foi discutida na Conferência de Genebra mas nenhum acordo foi de fato estabelecido e a paz na península tornou-se um projeto que foi, de certa forma, abandonado pelo cenário internacional:

As negociações de paz sobre a questão coreana terminaram e o sistema de armistício tornou-se permanente. A guerra começou porque a unificação não poderia ser

³⁵ Stalin governou a União Soviética desde a década de 1920 até a sua morte em 1953.

³⁶ O próprio Stalin já se encaminhava para um cessar-fogo antes de sua morte (WADA, 2014).

alcançada de forma pacífica, mas o uso da força militar falhou e a diplomacia não conseguiu alcançar nada na mesa de conferências. Como resultado, enormes exércitos enfrentaram-se desconfortavelmente através da linha de demarcação militar, tal como fizeram quando o cessar-fogo começou em 1953. Dividida em dois estados hostis, a Península Coreana não estava em paz nem em guerra (WADA, 2014, p. 291)³⁷.

A guerra iniciada em 1950 foi provavelmente o evento mais trágico da história da Coreia. Estima-se que 2 a 3 milhões de pessoas foram mortas no conflito, incluindo soldados e civis sul e norte-coreanos, americanos e chineses, e todas as cidades principais da península foram destruídas (CUMINGS, 2010; ROBINSON, 2007). A península era dividida economicamente em “(...) 80 por cento da indústria pesada, 76 por cento da mineração e 92 por cento da capacidade de produção de eletricidade (...)”³⁸ no Norte e a agricultura predominantemente no Sul, mas a produção agrícola não era capaz de suprir toda a população de sulistas, tornando a Coreia do Sul dependente de importações de grãos dos Estados Unidos (ROBINSON, 2007, p. 120).

As primeiras cinco décadas do século XX da península coreana foram marcadas por invasões e domínio praticamente constante, e a herança de que até o seu próprio povo poderia se tornar um inimigo pairou sobre as duas Coreias. Essa atmosfera de desconfiança tornou-se um combustível forte para que o anticomunismo fosse utilizado como um forte discurso político no Sul, que foi usado como justificativa para a tomada de militares pelo poder, em “prol da segurança nacional”, dando início a uma ditadura que duraria 35 anos.

2.2 A Primeira e Segunda República

O período do pós-guerra foi o palco para que Syngman Rhee realmente firmasse seu poder sob a Coreia do Sul. O recente cessar-fogo contra o Norte não fez com que a pauta comunista fosse esquecida, mas sim reforçada, resultando em prisões de quaisquer pessoas que fossem suspeitas aos olhos de Rhee e da Polícia Nacional, mesmo sem provas concretas ou embasamento real. A *Lei de Segurança Nacional*³⁹ havia sido aplicada ainda antes do início da Guerra da Coreia, em 1948, com o estabelecimento da Primeira República da

³⁷ “Peace talks on the Korean question were now over and the armistice system became permanent. The war had started because unification could not be achieved peacefully, but use of military force had failed, and diplomacy had achieved nothing at the conference table. As a result, huge armies faced each other uneasily across the military demarcation line just as they had when the ceasefire started in 1953. Divided into two hostile states, the Korean Peninsula was neither at peace nor at war.” Tradução própria.

³⁸ “(...) 80 percent of heavy industry, 76 percent of mining, and 92 percent of electricity-generating capacity lay in the North, while light manufacturing and agriculture dominated in the South”. Tradução própria.

³⁹ Ou *National Security Act*.

Coreia, quando os Estados Unidos passou o governo da península⁴⁰ para as mãos de Rhee após o fim da ocupação japonesa em 1945. A lei visava controlar e garantir a segurança do Estado, mas era arbitrária em vários aspectos: “As suas disposições eram tão notoriamente vagas que Rhee podia prender quase qualquer um chamando-o de comunista, ou de pessoas ou organizações cujas atividades fossem “deletérias para a ordem pública”⁴¹ (ROBINSON, 2007, p. 122). Com a possibilidade de taxar qualquer tipo de oposição ao seu governo como atividade comunista e pró-Coreia do Norte, incluindo censurar a imprensa, Rhee e seus aliados do Partido Liberal rapidamente tomaram o controle da Coreia do Sul de forma autoritária, porém legal, alterando a constituição de acordo com seus próprios interesses⁴².

As eleições presidenciais de Março de 1960, da qual Rhee concorria para o seu quarto mandato, foram o estopim para protestos liderados por estudantes de ensino médio e de universitários em Seul, que acusaram Rhee e o Partido Liberal de fraude eleitoral após a sua suposta vitória esmagadora na votação, apesar de sua crescente impopularidade (ROBINSON, 2007). A Primeira República terminou após protestos, liderados também por professores universitários, com a renúncia de Syngman Rhee – e também por pressão dos Estados Unidos, do qual a Coreia dependia economicamente –, estabelecendo a Segunda República em Junho de 1960 com um sistema de governo parlamentar.

Os anos 1960 começaram com importantes mudanças em relação ao governo: Chang Myon, que já havia sido vice-presidente, foi escolhido como Primeiro Ministro e assumiu o cargo de chefe de governo, e Yun Posun tornou-se o primeiro (e único) presidente da Segunda República como chefe de Estado no sistema parlamentarista. O período foi marcado pelo indiciamento de antigos funcionários por corrupção, restrição da Polícia Nacional e maior liberdade de expressão, que também resultou em mais polarização política (HWANG, 2017; ROBINSON, 2007). A Segunda República durou apenas treze meses e enfrentou sérias crises econômicas – em parte uma herança da Primeira República – e novos protestos estudantis, que após com sucesso terem conquistado a renúncia de Rhee e seu exílio do país⁴³, agora exigiam a unificação com o Norte.

O já citado temor em relação ao comunismo, alimentado desde 1948, foi usado como justificativa por parte dos militares para exigirem uma reestruturação das Forças Armadas frente aos novos protestos estudantis, pedido que foi negado pelo governo (ROBINSON,

⁴⁰ Na prática, apenas do lado Sul.

⁴¹ “Its provisions were so notoriously vague that Rhee could arrest almost anyone by calling them Communists or persons or organizations whose activities were “deleterious of public order”. Tradução própria.

⁴² Como remover o limite de mandatos para a presidência (ROBINSON, 2007).

⁴³ Syngman Rhee foi exilado para o Havaí em 1960 e lá faleceu em 1965.

2007). Os militares evoluíram o plano de reestruturação para um *coup d'État*, um golpe de Estado, ocupando os escritórios de governo de Seul em 16 de Maio de 1961, dando um fim à Segunda República e inaugurando a Terceira, sob a liderança ditatorial do general Park Chung Hee, este que, ao contrário do breve governo de Chang Myon e Yun Posun, comandaria a Coreia do Sul por quase duas décadas.

2.3 A Ditadura, o Milagre no Rio Han e a Primavera de 1987

O governo de Park Chung Hee durou de 1963 até a sua morte em 1979. Após o golpe de Estado em 1961, a Coreia do Sul foi comandada pela junta militar do *Conselho Supremo para a Reconstrução Nacional*, da qual Park era presidente, até as eleições presidenciais realizadas em outubro de 1963. Apesar de várias irregularidades no processo eleitoral, Park se tornou o terceiro presidente da Coreia do Sul, iniciando o período que ficou conhecido como Terceira República.

A Terceira República foi marcada pela ditadura de Park Chung Hee, este que compartilhava o mesmo sentimento anti-comunista de Syngman Rhee mas que, ao contrário de seu antecessor, estava pronto para colocar em prática um plano de desenvolvimento econômico para a Coreia do Sul. Park acreditava que desenvolver a Coreia economicamente também ajudaria na segurança nacional do país, assunto em pauta desde o fim da guerra, e assim tornou esses dois pilares a base de seu governo (ROBINSON, 2007). O plano econômico que foi posto em prática era, na verdade, um plano idealizado pelo governo de Rhee mas que nunca havia saído do papel. Park colocou em ato, ainda em 1962, o primeiro *Plano Quinquenal*, que teve uma série de projetos econômicos voltados para a exportação.

A Coreia do Sul ainda dependia economicamente dos Estados Unidos e assim conseguiu capital através de empréstimos para dar início ao seu projeto de exportação. A ideia era utilizar uma mão-de-obra intensiva que fosse capaz de produzir excesso, assim contemplando o esperado para exportação mas também dando conta do mercado doméstico, visando reduzir a dependência da Coreia em importados (ROBINSON, 2007). Já ao início do primeiro Plano Quinquenal em 1962, passos importantes foram dados na Coreia do Sul, como uma zona de desenvolvimento industrial que foi estabelecida na cidade de Ulsan, que eventualmente serviria de base para a produção da Hyundai⁴⁴, e o fornecimento de energia elétrica constante em algumas áreas do país a partir de 1964, que alterou consideravelmente a vida da população e também permitiu que os jovens tivessem um contato maior com produtos

⁴⁴ Foi oficialmente fundada em 1967, após o fim do primeiro Plano Quinquenal e início do segundo.

culturais e materiais estrangeiros (HWANG, 2017). Essas primeiras produções da economia sul-coreana eram de materiais leves, como tecidos e outros materiais têxteis e também a produção de madeira.

Robinson (2007) aponta um fato importante nos planos de desenvolvimento da Coreia do Sul: o Estado assumiu o papel pelo planejamento das grandes indústrias, mas a iniciativa de criação e administração de várias delas dependia do empreendedorismo privado, que foi incentivado através de capital do Estado. Os *chaebols*⁴⁵, hoje grandes conglomerados industriais sul-coreanos administrados por uma pessoa ou família, cresceram com os Planos Quinquenais da Terceira República, através de incentivo estatal. A indústria pesada⁴⁶ com foco em exportação foi fortalecida sob o comando dos *chaebols*, mas ao mesmo tempo que contribuía para o desenvolvimento rápido da Coreia do Sul, também contribuiu para que a concentração de capital ficasse nas mãos de um número limitado de grupos:

Na década de 1960, o governo sul-coreano selecionou empresas com bom desempenho para uma produção orientada para a exportação, recompensando-as com empréstimos grandes e baratos, licenças fáceis, benefícios fiscais e orientação estatal. O resultado foi o crescimento surpreendente de muitas destas empresas em entidades semelhantes a “polvos” que passaram a dominar a economia sul-coreana. As famílias que controlavam os conglomerados passaram a ser seguidas como celebridades nacionais, embora nem sempre de forma lisonjeira⁴⁷, e os magnatas que iniciaram esses empreendimentos foram incluídos no panteão dos heróis nacionais⁴⁸ (HWANG, 2017, p. 199).

Enquanto os *chaebols* recebiam auxílio do Estado e acumulavam cada vez mais capital e poder, os trabalhadores enfrentavam longas jornadas de trabalho e baixa remuneração. O governo de Park suprimiu greves e promovia campanhas que incentivassem a simplicidade e o baixo consumo pessoal, encorajando o trabalho duro em prol do desenvolvimento da Nação. Os valores confucionistas enraizados nos sul-coreanos – como lealdade e dever à família e também respeito aos mais velhos – eram utilizados pelas companhias como uma ideologia no trabalho, como se empregado e patrão na verdade fossem

⁴⁵ 재벌. Pode ser entendido como “família rica” ou “camarilha financeira”. Muitos começaram como empreendedores durante o período colonial japonês, mas em escalas muito menores do que viria ser a sua participação na economia sul-coreana a partir da Terceira República. Alguns exemplos de *chaebols* são a já citada Hyundai, e também LG e Samsung.

⁴⁶ A mudança de foco de indústria leve para indústria pesada foi um dos projetos dos planos quinquenais durante o governo de Park, mas seria explorado com maior vigor a partir da Quarta República nos anos 1970.

⁴⁷ Hwang (2017) esclarece que *chaebol* é um termo um tanto pejorativo.

⁴⁸ “By the 1960s, the South Korean government selected well-performing companies for targeted export-oriented production, rewarding them with cheap and big loans, easy licenses, tax benefits, and state guidance. The result was the astonishing growth of many of these firms into the “octopus”-like entities that came to dominate the South Korean economy. The families that controlled the conglomerates came to be followed as national celebrities, though not always flatteringly, and the tycoons who began these enterprises won listing in the pantheon of national heroes.” Tradução própria.

unidos por laços familiares e não uma simples relação contratual. Isso possibilitou o Estado e principalmente os *chaebols* acesso à uma mão-de-obra educada e qualificada⁴⁹, encorajada a rejeitar o individualismo e pressionada a aceitar empregos com baixa remuneração⁵⁰ (ROBINSON, 2007).

Os planos quinquenais com foco em desenvolvimento econômico e os laços estabelecidos entre o Estado e os *chaebols* resultaram em uma década de grandes avanços para a Coreia. Hwang (2017) inclui também os Estados Unidos como parte dessa equação: além dos já citados empréstimos que possibilitaram que os primeiros projetos saíssem do papel, as diversas bases militares americanas na Coreia do Sul também aplicaram capital no país, e o soft power americano – moda, cinema, música pop e também os seus “ideais” – influenciou a Coreia consideravelmente, afetando a demanda cultural e material por produtos estadunidenses.

Mas este era um governo resultante de um golpe militar, e Park compartilhava a mesma pauta anticomunista que marcou o governo de Syngman Rhee nos anos 1950. O Estado reprimiu severamente qualquer atividade política dos estudantes universitários, com a justificativa de que estava combatendo o comunismo, e censurava diretamente a imprensa, direcionando o discurso para os planos de desenvolvimento econômico e a segurança nacional que eram a base do governo da Terceira República. Este período também marcou o início de relações diplomáticas básicas entre a Coreia do Sul e o Japão a partir de 1965⁵¹: o *Tratado sobre as Relações Básicas entre o Japão e a República da Coreia* compreendia subvenções que seriam oferecidas pelo Japão à Coreia como uma espécie de “reparação”. A juventude sul-coreana não viu de forma positiva essa aproximação entre os dois países e considerou essa relação uma traição ao povo coreano, gerando uma série de demonstrações estudantis, mas que não foram capazes de impedir que o acordo fosse assinado. A insatisfação dessa esfera da sociedade atingiu um novo pico em 1969, quando o cenário político se encaminhava para um possível terceiro mandato consecutivo de Park a partir de alterações constitucionais (CUMINGS, 2005; HWANG, 2017).

Nas eleições de 1971, Park Chung Hee foi eleito para o seu terceiro mandato, mas por pouco não perdeu a votação. Apesar de Park ter assumido o comando da Coreia a partir do *coup d'État* em 1961, seu governo não era uma ditadura no papel, por mais que na prática

⁴⁹ Durante o pós-guerra houve uma grande expansão na educação de massa na sociedade coreana.

⁵⁰ Apesar da questão salarial, Robinson (2007) aponta que estes empregos do novo cenário de desenvolvimento industrial econômico da Coreia do Sul eram considerados melhores que os empregos da “antiga economia”.

⁵¹ Park Chung Hee tinha uma certa afinidade com o Japão: durante a ocupação, foi cadete na Academia Militar Japonesa em Tóquio, onde teve contato com o militarismo presente no modo de governar dos japoneses (HWANG, 2017).

se assemelhasse: o partido de Park⁵² “gozava de uma grande maioria na Assembleia Nacional e podia legislar quase à vontade”, mas a oposição⁵³ ganhou força no fim dos anos 1960 e por muito pouco não destronou Park nas eleições de 1971 (ROBINSON, 2007, p. 135). No ano seguinte, Park liderou um segundo *coup d'État*, mas dessa vez dentro de um sistema de governo que foi estabelecido originalmente por *ele* e seus aliados⁵⁴, declarou lei marcial e proclamou a *Constituição Yussin*⁵⁵. Essa nova constituição removeu os limites do poder de Park, na prática o tornando um presidente vitalício, e tornou a sua ditadura legal no papel (BUZO, 2017; CUMINGS, 2005; ROBINSON, 2007). Este fato deu fim à Terceira República e deu início à Quarta⁵⁶, à qual Park liderou até o seu assassinato em 1979. A transição entre os dois períodos foi considerada como uma passagem do autoritarismo *leve* para um autoritarismo *pesado* (BUZO, 2017).

O investimento em indústria pesada, que já havia dado seus primeiros passos durante a Terceira República – como por exemplo a partir da Hyundai e da zona de desenvolvimento industrial em Ulsan –, foi um forte traço da Quarta República e aqui seria de fato otimizado. Se durante os anos 1960 a Coreia do Sul se encaminhou aos estágios iniciais de industrialização a partir da produção de têxteis, madeira e outros artigos leves, os anos 1970 pediam pela produção de ferro, aço, automóveis e a instituição da construção naval e eletrônica (BUZO, 2017).

Os *chaebols* seguiram na administração da indústria pesada que modifica cada vez mais a Coreia do Sul. A industrialização da Coreia fez com que muitas pessoas partissem de áreas rurais em busca de emprego nas novas cidades (ROBINSON, 2017), mas os salários seguiam baixos e as jornadas trabalhistas, longas. Após os avanços produtivos dos anos 1960 a partir da administração no mínimo polêmica de Park, os anos 1970 enriqueceram ainda mais uma parcela pequena da população, “(...) o fosso crescente entre o poder de consumo e o estilo de vida da classe média de colarinho branco e os baixos salários e as condições miseráveis de trabalho tornou-se mais óbvio e intolerável”⁵⁷ (ROBINSON, 2017, p. 138). Assim como o crescimento da Coreia do Sul seguia feroz, a oposição à ditadura de Park também atingiu novos níveis.

⁵² Partido Republicano Democrático.

⁵³ Inicialmente o Partido Democrata que depois formou uma nova aliança com a oposição previamente dividida, forma o Novo Partido Democrata (ROBINSON, 2007).

⁵⁴ Ironicamente, era como se Park Chung Hee estivesse substituindo ele por ele mesmo.

⁵⁵ Ou “Yushin”.

⁵⁶ Também referida como *Era de Yushin*.

⁵⁷ “(...) the growing gap between the consuming power and lifestyle of the white-collar middle class and the low wages and miserable conditions of labor became more obvious and intolerable.” Tradução própria.

Buzo (2017) explica que, apesar da censura, uma certa liberdade básica de informação ainda existia na Coreia do Sul, desde que o assunto não fosse o comunismo e o Norte. Uma parcela da sociedade entendia bem sobre seus direitos civis e humanos:

(...) embora o sistema Yushin tenha colocado obstáculos formidáveis no caminho de regresso à democracia, dentro das restrições de segurança interna e macroeconômicas do regime, as pessoas eram suficientemente livres nos seus movimentos, na escolha da profissão e na escolha da associação para liberar considerável energia econômica, social e política. O autoritarismo lançou assim as bases para a sua própria derrota⁵⁸ (BUZO, 2017, p. 180).

As massas estavam agitadas ao final da década de 1970. Além do autoritarismo do sistema Yushin, Park Chung Hee estava com uma mentalidade de cerco desde o seu autogolpe em 1972 mas principalmente após o assassinato da sua esposa Yuk Young Soo em 1974⁵⁹, gerando tensão política entre seus próprios parceiros. A crise petrolífera mundial na mesma década também somou ao cenário de deterioração que se formava. Protestos populares ficaram cada vez mais fortes. Em outubro de 1979, uma série de protestos e demonstrações em Busan e Masan a partir de estudantes universitários tomou as ruas, exigindo o fim da ditadura do presidente Park (este, por sua vez, decretou lei marcial nas duas regiões), reunindo milhares de pessoas e causando confrontos sérios entre os civis e a polícia. Nesse panorama tenso, Park foi assassinado em um jantar em 26 de Outubro de 1979 por Kim Jae Gyu, diretor da *Agência Central de Inteligência Coreana*⁶⁰, a KCIA, encerrando seu governo de 18 anos (HWANG, 2017).

Choi Kyu Ah foi eleito presidente temporário e o General Chun Doo Hwan foi apontado para investigar o assassinato de Park Chung Hee, mas Chun ao invés disso orquestrou um novo golpe em dezembro do mesmo ano e fez com que o poder do presidente Choi fosse apenas nominal. Isso gerou revolta entre trabalhadores e estudantes, que protestaram em maio de 1980 exigindo o estabelecimento de uma democracia e o fim do controle de Chun Doo Hwan. O general fortaleceu seu poder estendendo a lei marcial, antes em Busan e Masan, para todo o restante do país em 17 de maio. A resistência atingiu um

⁵⁸ “(...) while the Yushin system placed formidable obstacles in the path back to democracy, within the internal security and macro-economic constraints of the regime, people were sufficiently free in their movements, choice of occupation and choice of association to release considerable economic, social and political energy. Authoritarianism thus laid the foundations for its own demise.” Tradução própria.

⁵⁹ O assassinato de Yuk Young Soo foi, na verdade, uma tentativa de assassinato ao próprio Park, enquanto este fazia um discurso no Teatro Nacional de Seul. Mun Se Gwan, um simpatizante à Coreia do Norte, mirou a arma em Park mas acabou atingindo sua esposa.

⁶⁰ A agência foi estabelecida em 1961 após o golpe militar que encerrou a Segunda República. Ironicamente, a KCIA era base fundamental do governo de Park Chung Hee e Kim Jae Gyu era seu amigo íntimo.

clímax no dia seguinte com o *Massacre de Gwangju*⁶¹, que inicialmente havia começado como um comício liderado por universitários mas que foi recebido com uma resposta brutal das tropas militares, escalando para um conflito que envolveu uma quantidade significativa de civis e resultou em centenas de mortes⁶². Choi eventualmente pediu exoneração após pressão de Chun e seus aliados e uma nova constituição foi promulgada – menos rígida que Yushin mas não muito diferente –, dando fim à Quarta República. A Quinta República começou em 1981 tendo Chun Doo Hwan como presidente (BUZO, 2017; HWANG, 2017; SETH, 2024).

Figura 3 – Massacre de Gwangju



Fonte: The Economist, 2020.

Chun seguiu com planos econômicos muito parecidos com os de Park Chung Hee, e a Coreia seguiu avançando economicamente mesmo com a crise financeira global dos custos de combustível. O crescimento quase desenfreado do país seguiria pelas décadas de 1980 e 1990, em que a Coreia passa de um país subdesenvolvido, afetado pelas ocupações e pela Guerra da Coreia, para um país desenvolvido e uma das maiores economias da Ásia. Esse avanço econômico é por vezes chamado de *Milagre no Rio Han*⁶³, em referência ao rio que corre pela capital Seul, e é compreendido por uma série de fatores que tornaram possível a transformação da economia sul-coreana: a previamente citada injeção de capital americano através de empréstimos⁶⁴ e também a abertura do mercado americano aos produtos coreanos; a participação da Coreia do Sul na Guerra do Vietnã; a competição com o Norte, visto que o desenvolvimento bem-sucedido da Coreia capitalista era uma questão de nacionalismo e de

⁶¹ Chamado na Coreia do Sul como 5-18 (18 de Maio).

⁶² Estimam-se entre 200 a 600 mortes.

⁶³ A verdade é que não foi um “milagre”, e o uso do termo é um tanto condescendente. A economia industrializada da Coreia do Sul foi formada a partir de vários fatores que podem ser explicados logicamente e não um mero acaso.

⁶⁴ A assistência americana de 1946 a 1976 foi de 12.6 bilhões de acordo com Seth (2024).

legitimidade ao seu modo de governo; a administração dos *chaebols*; os valores confucionistas que foram reforçados como discurso no ambiente trabalhista, incentivando a disciplina na classe operária; e a supressão de movimentos trabalhistas por parte do governo militar (ROBINSON, 2007; SETH, 2024). Milagres por definição não têm explicação, e as mudanças na República da Coreia, boas ou ruins, tinham.

O avanço econômico do país também trouxe desigualdade, acentuada desde os planos quinquenais. E durante a Quinta República, a sociedade coreana já não era a mesma da época do golpe militar de Park em 1961: a atual sociedade civil tinha muito mais capital e educação do que há vinte anos atrás. Chun nunca atingiu prestígio e aceitação entre o povo sul-coreano: Gwangju foi uma mancha que não foi esquecida e o governo de Chun nunca assumiu responsabilidade pela forma que lidou com as manifestações, afirmando que o 18 de Maio havia sido uma trama comunista (e por isso, combatido daquela maneira). A maior parcela da sociedade não acreditou, e muitos coreanos ansiavam por ver uma nova forma de governo do país, longe do regime militar (SETH, 2024).

O ano de 1987 foi uma grande chave de virada na história da Coreia do Sul. A queda da ditadura de Ferdinand Marcos nas Filipinas em 1986 foi um evento que inspirou fortemente os sul-coreanos, e a morte de um estudante da Universidade Nacional de Seul enquanto era interrogado pela polícia em 1987 trouxe mais desgosto ao governo de Chun, resultando em novas manifestações. O cenário internacional estava atento à Coreia do Sul devido às Olimpíadas que seriam sediadas lá no ano seguinte, como uma estratégia do governo sul-coreano de exibir o país moderno e industrializado ao resto do mundo, mas as tensões políticas no país fizeram com que o Comitê Olímpico ameaçasse a realocação dos jogos. O caos político seguiu aumentando na primavera de 1987, e atingiu um pico em 26 de Junho, quando mais de cem mil civis protestaram nas ruas de Seul pela democracia. Algumas potências do ocidente eram favoráveis ao movimento democrático que se instaurou na Coreia do Sul, enfraquecendo ainda mais o governo de Chun. O governo cedeu às manifestações e uma nova constituição foi emitida, dessa vez com decreto de eleições presidenciais diretas, e também anunciou o fim da censura e a libertação de presos políticos. A Quinta República teve seu fim com a nova constituição e foi substituída pela Sexta República, que segue em ato até os dias atuais (SETH, 2024).

Figura 4 – Membros do time sul-coreano de arco e flecha nos Jogos Olímpicos de Seul.



Fonte: The Korea Herald, 2023.

Roh Tae Woo foi o primeiro presidente eleito democraticamente na Coreia do Sul, e a cidade de Seul sediou os Jogos Olímpicos de 1988, evento que mostrou o país de forma favorável ao resto do mundo, como uma nação moderna e industrializada. As restrições às viagens ao exterior foram suspensas e os sul-coreanos começaram a viajar, e a economia estava em alta. Mas Seth (2024, p. 455) aponta que o governo de Roh foi considerado um período de transição, já que este era aliado de Chun, e enquanto algumas mudanças importantes aconteceram – como a oposição ganhar a maioria da Assembleia Nacional e o judiciário contar com um novo Chefe de Justiça que não tinha relação com os oficiais do governo –, “(...) grande parte da estrutura governamental, incluindo os laços estreitos entre o partido no poder, a burocracia e os principais *chaebols*, permaneceu”⁶⁵. Manifestações seguiram durante o governo de Roh, que era considerado uma extensão do governo de Chun, e em 1993 um novo presidente foi eleito, Kim Young Sam, o primeiro civil em cargo presidencial depois de mais de trinta anos de ocupação militar.

O mandato de cinco anos de Kim Young Sam foi visto de forma mista. Embora tenha tentado combater a corrupção instaurada nos mandatos anteriores, principalmente dos dois últimos presidentes, Kim não modificou a *Lei de Segurança Nacional*, que seguia ampla o suficiente para taxar qualquer opositor como um inimigo do Estado, e seguiu tendo o poder de encerrar possíveis ameaças de protestos de estudantes e do trabalho organizado (SETH, 2024). O desenvolvimento econômico do país não estava necessariamente ruim durante sua gestão, mas avançava de forma bem mais lenta que nos períodos anteriores. Mas a economia entrou em colapso no último ano do seu governo com a *Crise Financeira Asiática de 1997*⁶⁶

⁶⁵ (...) much of the governing structure, including the close ties between the ruling party, the bureaucracy, and the major *chaeböls*, remained. Tradução própria.

⁶⁶ Também chamada de Crise do FMI.

que começou na Tailândia com a queda da moeda local e rapidamente se espalhou a outros países do continente:

(...) preocupados investidores estrangeiros nas economias em desenvolvimento de rápido crescimento da Ásia começaram a retirar o seu dinheiro. Em Outubro, o mercado de ações de Hong Kong entrou em colapso. Os preços das ações caíram acentuadamente em Seul e depois houve uma corrida ao won, que como resultado perdeu quase dois terços do seu valor. Ficando subitamente sem moedas estrangeiras, o governo da Coreia do Sul foi forçado, em Novembro, a pedir ajuda ao Fundo Monetário Internacional (FMI). Um pacote de emergência de 57 bilhões de dólares em empréstimos e apoios foi rapidamente elaborado, a maior medida deste tipo criada até então⁶⁷ (SETH, 2024, p. 514).

O próximo presidente foi eleito no meio desta crise financeira. Kim Dae Jung foi eleito em Dezembro de 1997 e este foi o primeiro passo para uma verdadeira democratização da Coreia do Sul, já que o presidente anterior, Kim Young Sam, tinha como aliados membros do regime militar (SETH, 2024). O comando do Estado agora passava para a oposição pela primeira vez na história do país. Kim Dae Jung trouxe como um dos pilares do seu mandato o desenvolvimento da indústria cultural, e a partir da sua gestão, a Coreia do Sul deu seus primeiros passos para se tornar um dos principais produtores e exportadores de cultura pop na Ásia.

⁶⁷ (...) worried foreign investors in Asia's fast-growing developing economies began to take their money out. In October, the Hong Kong stock market collapsed. Stock prices fell sharply in Seoul, and then there was a run on the won, which lost nearly two-thirds of its value as a result. Suddenly running out of foreign currency, the ROK government in November was forced to call upon the International Monetary Fund (IMF) for help. An emergency package of \$57 billion in loans and backup was quickly put together, the largest such measure ever created up to that time. Tradução própria.

3 OS DRAMAS COREANOS

A abertura dos mercados de mídia na década de 1990 expandiu o consumo cultural de países da Ásia. Os produtos americanos circulavam dentro destes mercados, mas foi a troca entre os países do eixo Leste e Sudeste do continente que se mostrou mais atrativa e consequentemente, próspera. A mídia americana tinha, sem dúvida, qualidade. Contudo, a assimilação de narrativas entre países de menor distância geográfica era feita com maior naturalidade. A partir do recente investimento e desenvolvimento da sua indústria criativa, a Coreia do Sul e seus produtos de mídia se realçaram pelo seu custo baixo – em paralelo aos preços altos do entretenimento do Japão e Hong Kong –, alta qualidade e, principalmente, familiaridade.

A Crise Financeira Asiática de 1997 veio a se tornar o cenário no qual o entretenimento coreano posicionou-se como a opção ideal no mercado. O governo coreano interpretou a indústria cultural como uma alternativa para a economia quando a indústria pesada, que foi incentivada como o futuro do país desde os anos 1960, chocou-se com a concorrência chinesa na década de 1990. Os produtos midiáticos sul-coreanos, que chegavam a custar cerca de $\frac{1}{4}$ do preço das produções do Japão e $\frac{1}{10}$ das produções de Hong Kong (SHIM, 2006; 2008), foram exportados para os países que, nas circunstâncias da crise, possuíam uma verba muito mais tímida para a compra de entretenimento.

O drama *What is Love All About* (1991 – 1992) foi uma dessas exportações. Transmitido em 1997 na maior rede de televisão da China, a CCTV⁶⁸, tornou-se um grande hit entre o público, sendo exibido novamente no ano seguinte por demanda popular (SHIM, 2008). Taiwan e Vietnã também se tornaram mercados consumidores das produções da Coreia na época, onde não apenas os dramas atraíam audiência, mas também atos musicais como o grupo H.O.T.⁶⁹, um dos precursores do pop coreano – ou *k-pop* –, que eventualmente seria conhecido globalmente a partir dos anos 2010 (SHIM, 2008).

O alto fluxo de consumo de produtos do país, especialmente na China, foi apelidado por jornalistas de Pequim ao final dos anos 1990 como Hallyu, ou Onda Coreana. Liderado pelos *k-dramas* e eventualmente seus outros produtos culturais, a Coreia do Sul se tornou uma grande exportadora de conteúdo midiático e fortaleceu assim o seu soft power e identidade nacional.

⁶⁸ China Central Television.

⁶⁹ Formado em 1996 pela SM Entertainment.

3.1 A Indústria Cultural e o Fator Jurassic Park

Durante as décadas de 1960 e 1980, durante o processo de industrialização da Coreia do Sul, a indústria cultural foi utilizada para validar o discurso ideológico da época e salientar o foco do governo no desenvolvimento econômico através das exportações. A produção cultural durante o governo de Park Chung Hee dava ênfase ao sacrifício do indivíduo em prol do bem estar da nação, ou seja, o coletivismo acima do individualismo, salientando a estratégia do governo militar em *inspirar* a sociedade a aceitar as longas jornadas de trabalho e a baixa remuneração durante a Terceira e Quarta República. A partir da *Lei de Segurança Nacional* e da Constituição de Yushin, o governo tinha autoridade legislativa de monitorar e censurar os produtos culturais da época e a KCIA – Agência Central de Inteligência Coreana – tinha agentes dentro das instituições educativas e empresas de comunicação para monitorar qualquer discurso anti-governo (KWON e KIM, 2013).

Durante a primeira década deste período, os dramas transmitidos na televisão continham um forte sentimento anticomunista e seguiam um código moral imposto pelo governo que censurava tramas que mostrassem divórcios ou relacionamentos fora do casamento, ou que destacassem a desigualdade social entre a população. O governo de Chun Doo Hwan a partir de 1981, que começou com um golpe de Estado assim como o governo de Park Chung Hee havia começado nos anos 1960, foi praticamente uma extensão em termos de opressão da mídia. Com a *Lei de Fundação da Imprensa* de 1980, o sistema nacional de radiodifusão se tornou um duopólio através da *Korean Broadcasting System* (KBS) e *Munhwa Broadcasting Corporation* (MBC)⁷⁰, que foram formadas a partir de uma fusão da “(...) maioria das pequenas indústrias privadas de mídia e operadoras regionais de radiodifusão”⁷¹ do país, garantindo assim uma transmissão cultural que “(...) colocasse o governo numa posição altamente favorável”⁷² (KWON e KIM, p. 520, 2013). O governo de Chun tinha, então, um controle praticamente total da transmissão televisiva da época (NAM, 2008).

No mandato de Chun, o entretenimento foi usado como uma distração para a população civil coreana, que desde os planos quinquenais de desenvolvimento econômico, iniciados no governo de Park Chung Hee, vivia uma realidade de trabalho duro e baixa remuneração, em meio a um regime autoritário que já compreendia duas décadas. Para que as pessoas não prestassem muita atenção nos problemas políticos, houve a redução de algumas

⁷⁰ Até hoje duas das principais redes de comunicação do país.

⁷¹ Most of the small private media industries and regional broadcasting operators (...). Tradução própria.

⁷² (...) cast the government in a highly favourable light. Tradução própria.

restrições de censura do governo anterior: a *Política dos 3 S – Sport, Screen, Sex*⁷³ – aumentou a quantidade de cenas sexuais e nudez permitidas nos filmes, bem como o número de cinemas adultos no país (enquanto filmes inspirados na democracia eram descartados pela censura); diversas ligas oficiais de esporte, como baseball e futebol, foram estabelecidas pelo governo; e um alto investimento em salas de exposições, estádio e teatros foi aplicado, junto à difusão da televisão à cores pelo território sul-coreano (KWON e KIM, 2013; NAM, 2008).

Mas a década de 1980 trazia consigo a herança dos vinte anos anteriores de desenvolvimento econômico industrial, quando a Coreia do Sul não apenas se fortaleceu economicamente, mas também viu o aumento da classe média de colarinho branco. Além disso, a pressão da população por democracia e liberdade de expressão atingiu seu ápice neste período, como discutido no capítulo anterior, mostrando que a sociedade coreana estava pronta para um novo capítulo político, mais moderno e condizente com as mudanças sociais que aconteciam a partir do avanço industrial do país. Os Jogos Olímpicos de 1988 colocaram os sul-coreanos em contato direto com influências internacionais de todos os tipos, e as restrições às viagens ao exterior foram canceladas, fazendo com que a população – de nível educacional mais alto que nas décadas anteriores, com maior poder de compra e mais globalizada – ansiasse por uma variedade maior de consumo cultural.

Kwon e Kim (2013, p. 522) elucidam que durante o governo de Roh Tae Woo, presidente que inaugurou as eleições democráticas no país após o regime militar, houve um relaxamento na censura da mídia e das indústrias culturais “(...) face à crescente procura de dramas televisivos, filmes e música que tratassem de temas políticos e sociais contemporâneos que anteriormente eram proibidos”⁷⁴. Mas Roh tinha relações com os militares que estavam no poder anteriormente, e seguiu com a lógica de promover conteúdo cultural mais *tradicional*.

Ao final dos anos 1980, por pressão dos Estados Unidos, o governo sul-coreano permitiu que empresas cinematográficas estrangeiras distribuíssem seus filmes no país – sem a necessidade de que seus produtos passassem primeiro por distribuidores locais. Em 1993, subsidiárias de importantes estúdios estavam estabelecidas na Coreia do Sul, como Twentieth Century Fox, Warner Brothers, Columbia Pictures e Walt Disney. A qualidade da produção cinematográfica destes estúdios era superior ao da produção local, resultando em um aumento no número de filmes importados no país e uma queda no consumo de produções nacionais. O

⁷³ Esportes, telas e sexo.

⁷⁴ (...) in the face of rising demands for television dramas, films and music dealing with contemporary political and social themes that were previously prohibited. Tradução própria.

governo já havia começado a interpretar a indústria cultural de forma positiva ao final da década anterior, encarando-a como um setor com potencial para o crescimento econômico, eletrônico e da tecnologia da informação, mas seria a partir dos anos 1990 que ela seria de fato explorada (KWON e KIM, 2013; SHIM, 2008).

A *Seoul Broadcasting System* (SBS) recebeu uma licença para começar a sua operação em 1990, a partir da promulgação da nova *Lei de Radiodifusão* no mesmo ano, tornando-se a primeira estação televisiva estabelecida desde a fusão das emissoras em 1980 que resultou no duopólio da KBS e MBC. Ainda no ano anterior, em 1989, a ideia de lançar a televisão à cabo na Coreia do Sul já estava sendo discutida, com o objetivo de entrar em ato oficialmente em 1995. A *Lei da Televisão à Cabo* foi aprovada em 1991, e em Agosto de 1993 o governo selecionou 20 candidatos para fornecerem programação televisiva em seus próprios canais. Em 1995, como previsto, a TV à cabo estava em ato no país e até novas estações regionais surgiram, fazendo com que a Coreia entrasse em uma nova era de transmissão de conteúdo midiático, mais vasta e competitiva. Neste cenário, a SBS, apesar de nova no mercado, se destacou e passou a bater de frente com a KBS e MBC⁷⁵, principalmente a partir de seus dramas televisivos (SHIM, 2008).

No mesmo ano, o Acordo Geral sobre Tarifas e Comércio (GATT)⁷⁶ criou a Organização Mundial do Comércio (OMC). Estabelecido em 1947, o GATT foi um acordo firmado para promover o comércio internacional e impulsionar o livre mercado, mas o setor de comunicação, mídia e cultura era considerado uma exceção, sendo então protegido da concorrência estrangeira. Durante a Ronda Uruguai iniciada em 1986, discussões sobre a necessidade de criar uma organização internacional para regular e supervisionar o comércio internacional começaram, evoluindo para o estabelecimento da OMC em 1995. A partir disso, os países membros foram obrigados a abrir seus mercados midiáticos e culturais ao comércio internacional, e a Coreia do Sul, que fazia parte do acordo, não foi exceção (SHIM, 2008).

O livre comércio de produções culturais estrangeiras beneficiou principalmente mercados potentes como o dos Estados Unidos, e isso não passou despercebido. O governo da Coreia do Sul já via potencial na indústria cultural, mas foi em 1994 que o *Conselho Consultivo Presidencial sobre Ciência e Tecnologia* sugeriu ao então presidente, Kim Young Sam, que o cinema e outras produções midiáticas deveriam ser realmente desenvolvidos. A proposta salientava a importância da indústria cultural na economia nacional e é nomeada por

⁷⁵ Shim (2008) explica que a SBS, mesmo cobrindo apenas Seul e seus arredores (e isso por si só já compreendia metade da população sul-coreana), forneceu seus programas à essas emissoras regionais estabelecidas na mesma época, assim ficando no mesmo nível que as gigantes KBS e MBC.

⁷⁶ General Agreement on Tariffs and Trade.

Shim (2008, p. 17) como *Fator Jurassic Park*, em referência ao filme hollywoodiano de 1993:

O que a proposta destacou foi o fato de a receita total do filme de Hollywood, Jurassic Park, ter ascendido às vendas externas de 1,5 milhões de carros Hyundai⁷⁷, e esta anedota “improvável” chegou às manchetes na manhã seguinte na Coreia. Foi uma “mudança de paradigma” para os coreanos que há muito acreditavam firmemente que as indústrias pesada e química, incluindo as indústrias automobilística, química, de construção e eletrônica, conduziram o seu país a um futuro mais próspero.⁷⁸

Hollywood foi utilizada como um exemplo, um modelo a ser seguido, a partir de suas estratégias de promoção e também de seus grandes conglomerados de mídia integrados verticalmente (SHIM, 2006). O mandato de Kim Young Sam (1993-1997) então contou com mudanças na legislação para ajudar a indústria cultural. Em 1995, a *Lei de Promoção Cinematográfica* substituiu a então *Lei Cinematográfica*, fazendo com que o governo proporcionasse incentivos fiscais à indústria do cinema, atraindo assim os principais *chaebols* da indústria pesada – como Samsung e Hyundai – a investirem no setor de mídia para a produção, distribuição e exportação de conteúdos culturais. Shim (2008) explica que essa junção foi uma sinergia entre hardware e software, já que essas empresas produziam dispositivos eletrônicos e agora uniam também a área do entretenimento. Essas grandes empresas comandadas por *chaebols* trabalhavam com a distribuição de filmes já ao final dos anos 1980, mas com a chegada de subsidiárias de estúdios como a Walt Disney e a Columbia Pictures no país no início dos anos 1990, os preços por direitos de distribuição subiram significativamente, tornando mais barato produzir localmente e distribuir seus próprios filmes (KWON e KIM, 2013).

Entretanto, a crise de 1997 fez com que muitos *chaebols* desistissem da área cultural como um campo de negócios. Apesar disso, a atuação desses conglomerados na indústria – apelidada de *a era chaebol da indústria cinematográfica coreana* – mudou consideravelmente o campo. Diversos festivais de cinema independentes e concursos cinematográficos foram realizados com capital *chaebol* na época e empresários com vasta experiência em marketing, planejamento e contabilidade atuaram na indústria e ajudaram a modernizá-la, inclusive permanecendo no meio cinematográfico mesmo quando estes conglomerados encerraram as suas operações. Alguns *chaebol* também se aventuraram na construção de cinemas multiplex

⁷⁷ Shim (2006, p. 32) explica que, na época, os carros Hyundai eram considerados “o orgulho da Coreia”.

⁷⁸ What the proposal highlighted was the fact that Hollywood movie Jurassic Park’s total revenue came up to the foreign sales of 1.5 million Hyundai cars, and this “unlikely” anecdote made the headlines the next morning in Korea. It was a “paradigm shift” for the Koreans who long had strongly believed that the heavy and chemical industries, including automobile, chemical, construction and electronics industries, would lead their country through to a more prosperous future. Tradução própria.

durante esta década e também no início dos anos 2000, proporcionando um ambiente em que os jovens podiam se encontrar e desfrutar do cinema. A indústria cinematográfica da Coreia agora tinha mais conhecimento sobre o negócio, fazia inclusive pesquisas de audiência, tinha maior domínio em publicidade e propaganda, e uma gama de profissionais formados em grandes universidades explorando o meio como nunca antes, além da mentalidade de “economia voltada para a exportação” que existia desde os anos 1960, que fez com que exportar os filmes coreanos para o exterior fosse visto como uma espécie de responsabilidade (SHIM, 2006; 2008).

Outra herança dessa era foi o longa-metragem *Shiri* (1999)⁷⁹, um thriller planejado e financiado pela Samsung, que se tornou um grande recorde de bilheteria no país naquele ano. O filme foi vendido para outros países asiáticos, como o Japão, onde recebeu boas críticas e atraiu mais de 1 milhão de japoneses ao cinema. De fato, no início da década de 2000, o Japão compreendia cerca de 70% das importações do conteúdo cinematográfico sul-coreano. A já citada *Lei de Promoção Cinematográfica*, em ato desde 1995, dava incentivos fiscais às produções audiovisuais, mas em 1999 foi revisada e agora facilitava o investimento de Capital de Risco para as produções de cinema. Além da Samsung, o blockbuster *Shiri* teve financiamento parcial de um investidor de capital de risco, e nos anos 2000 mais de 1/3 dos filmes produzidos na Coreia contaram com esse tipo de investimento. Enquanto as grandes empresas se retiraram do campo após a crise de 1997, cresceu o número de investidores de capital de risco no meio audiovisual (KWON e KIM, 2013; SHIM, 2008).

Contudo, a crise de 1997 não veio sem aviso. O foco em produção pesada, desenvolvido desde os anos 1960, fez a economia da Coreia do Sul crescer, mas também mostrou-se um dos motivos para o seu colapso em 1997. Alguns anos antes da crise que começou na Tailândia, a economia sul-coreana já enfrentava um declínio em relação às suas exportações, o âmago da sua indústria. Todo o desenvolvimento da indústria foi pensado em suprir as demandas locais, regulando seu mercado interno, e concentrar-se na exportação de seus produtos, com o governo dando o apoio necessário para as empresas *chaebol*. Com o fim das três décadas de regime militar dos governos Park e Chun, a pressão por aumentos salariais dos trabalhadores não se tratava mais de uma demanda, mas uma exigência que precisava ser resolvida imediatamente. Os trabalhadores, e a sociedade como um todo, agora em um governo “livre”⁸⁰, aqueceram o mercado interno com o aumento do consumo, porém em um

⁷⁹ Às vezes romanizado como *Swiri*. Em hangul, 쉬리.

⁸⁰ Talvez mais livre no papel do que na realidade, visto que com o fim da ditadura houve um período de transição.

cenário de forte concorrência com a China e seu setor industrial, que batendo de frente com as exportações da Coreia, fez o mercado da mesma enfraquecer. A Coreia do Sul aumentou sua dívida externa já em 1996, e no ano seguinte vários conglomerados *chaebol* colapsaram. Quando a Crise Financeira Asiática de 1997 atingiu (por assim dizer) a Coreia do Sul, muitos *chaebol* já estavam fortemente endividados. O empréstimo de 57 bilhões de dólares do FMI foi feito em novembro daquele ano como uma forma desesperada de impedir a ruína da economia do país. O governo do presidente Kim Dae Jung, que se iniciou em 1998, começou com uma inevitável reforma econômica (BUZO, 2017).

A questão *chaebol* precisava ser resolvida. As maiores empresas comandadas por *chaebol*, como por exemplo Daewoo, LG e Samsung, atuavam em diversos tipos de negócios diferentes, gerando competição interna. Estes *chaebol* que, até então, atuavam como “empresas-polvo”, foram incentivados a dedicarem-se a negócios principais, tornando seu negócio mais enxuto e menos variado. Também faltava transparência financeira e muitos resultados eram manipulados, resultando em mais empréstimos bancários liberados para negócios que, na verdade, não lucravam o esperado. O governo proibiu novos empréstimos por parte dos *chaebol* em relação às subsidiárias que não geravam o lucro esperado, e os principais conglomerados *chaebol* concordaram em fundir ou simplesmente encerrar tais empresas, além de adotarem uma maior transparência financeira. Restrições ao investimento estrangeiro foram removidas, permitindo que a participação destes aumentasse em cerca de quatro vezes no setor bancário comercial do país, e empresas estrangeiras podiam inclusive tomar o controle de empresas sul-coreanas. Houve um grande número de demissões⁸¹ durante as reestruturações do governo Kim após a grande Crise do FMI e cortes salariais (BUZO, 2017; SETH, 2024).

Kim Dae Jung se autodenominou o “Presidente da Cultura”. O governo Kim implementou uma série de políticas visando agregar mais valor às indústrias da informação, da cultura e da comunicação, inclusive promovendo financiamento, e também incentivou o crescimento mútuo entre essas indústrias com a indústria eletrônica, parceria que afetou positivamente a produção de produtos culturais como filmes e jogos digitais. Nessa época, o país passou por um largo processo de digitalização e o acesso à Internet, além de facilitado, também se tornou muito mais rápido, contribuindo para a promoção desses produtos culturais – agora com maior qualidade – em território online e, consequentemente, de forma global. A

⁸¹ Seth (p. 515, 2024) aponta que as taxas de suicídio aumentaram em 50%. Muitos trabalhadores demitidos preferiam dormir nas estações de metrô do que voltar para casa sem emprego, pois a vergonha era tremenda. Um milhão de mulheres se voltaram à prostituição em busca de renda.

Lei Básica para a Promoção da Indústria Cultural entrou em ato em 1999, aprovando um orçamento de quase 150 milhões de dólares, que resultou na criação de diversos festivais internacionais de cinema na Coreia que ajudaram a apresentar o cinema sul-coreano ao exterior (KWON e KIM, 2013; SHIM, 2006).

Mas uma das decisões mais ousadas e controversas do mandato de Kim foi o desbanimento da importação de produtos culturais do Japão. Considerando a história tensa entre os dois países, o banimento de produções japonesas não era sem justificativa. Durante a ocupação japonesa, a sociedade coreana foi forçada a assimilar a cultura nipônica, como a partir do ensinamento obrigatório de japonês nas escolas e a adoção de nomes japoneses. Depois da liberação em 1945, o que restou foi um forte ressentimento em relação à cultura japonesa e aos japoneses como um todo. Como mencionado no capítulo anterior, o *Tratado sobre as Relações Básicas entre o Japão e a República da Coreia* foi assinado em 1965 (no governo de Park Chung Hee), estabelecendo oficialmente a parceria diplomática entre os dois países, mas isso não alterou qualquer veto sobre os produtos culturais japoneses, que ainda eram vistos de forma negativa pela população sul-coreana. Mas assim como a cultura pop japonesa conquistava a atenção do resto da Ásia e também do Ocidente a partir do cinema de ficção científica, mangá, anime e vídeo games no século XX, os coreanos também se atraíram por esses produtos a partir das suas experiências de turismo no Japão, quando foram autorizados a viajar para o exterior ao final dos anos 1980 (JUNG, 2023; SHIM, 2008).

Apesar de polêmico, o desbanimento da importação de produtos culturais japoneses teve um papel de estímulo para o mercado criativo da Coreia. Este era um momento de maior incentivo à produção cultural no que dizia respeito à verbas e financiamento, havia um *know-how* herdado da atuação *chaebol* no mercado audiovisual e profissionais com maior liberdade criativa desde a democratização do país. O governo de Kim garantiu um nível mínimo de conteúdo local a ser exibido na televisão aberta e na televisão à cabo – 80% e 50% respectivamente – garantindo assim que a produção estrangeira não dominasse as telas do país e também incentivando a produção midiática da Coreia ainda mais, tornando-a mais competitiva. O mercado cultural da Coreia não foi o único a se abrir ao comércio exterior nos anos 1990, outros países da Ásia passaram pelo mesmo processo, e logo a nova produção audiovisual coreana invadiu os mercados vizinhos. Os dramas de televisão coreanos se destacaram principalmente, tendo como base um formato audiovisual já conhecido na região (originado no Japão), mas com uma qualidade notável devido ao investimento governamental e estatal. Além disso, os dramas coreanos tinham um custo de compra mais baixo,

tornando-os uma alternativa mais barata ao entretenimento japonês⁸². O medo da “invasão estrangeira” nos mercados midiáticos era um sentimento compartilhado por boa parte dos países da Ásia, mas o entretenimento coreano conseguiu, à sua maneira, dialogar com esses territórios de forma quase que familiar, algo que o entretenimento americano, com suas muitas diferenças culturais, não fazia com tanta maestria (KWON e KIM, 2013; SETH, 2024; SHIM, 2008).

O sucesso do drama coreano *What is Love All About*⁸³ (1991 – 1992) na China, entre 1997 e 1998, é considerado o começo da Onda Coreana, ou *Hallyu*, fenômeno em que os produtos culturais da Coreia do Sul desfrutam de grande sucesso no exterior (SHIM, 2008). Outros dramas coreanos exibidos na China e em países da região alcançaram enorme sucesso na época, aumentando o interesse estrangeiro pela Coreia do Sul. Estes produtos seriam eventualmente exportados para além do Oriente, expandindo para o consumo da música, cinema, moda e até gastronomia, transformando o país em um dos mais bem sucedidos produtores de cultura pop da atualidade.

Mas se a Onda Coreana começou a partir do sucesso de um drama coreano, é importante entender como esse produto veio a existir nos moldes aplicados pela Coreia do Sul em primeiro lugar. O que entendemos como *k-drama* atualmente é a versão sul-coreana de um formato que amadureceu primeiramente no Japão a partir da estruturação da televisão japonesa.

3.2 A origem do formato

Após a sua derrota na guerra em 1945, a primeira década do Japão teve foco na reconstrução do país. A presença americana em território japonês e a forte influência dos Estados Unidos – que enriqueceu consideravelmente a partir de sua participação nas duas guerras – fez o Japão desenvolver uma nova cultura de consumo em meados da década de 1950. É importante ressaltar que a indústria japonesa da época era uma indústria *desmilitarizada*⁸⁴, que voltou seus esforços para a produção de brinquedos e outros artigos duráveis (CLEMENTS e TAMAMURO, 2003). Schilling (1997) aponta que este período foi

⁸² Cerca de ¼ do preço das produções japonesas.

⁸³ *Sarangyi Mwogilrae* (사랑이 뭐길래).

⁸⁴ Obviamente não por escolha.

caracterizado pelos novos *Três Tesouros Sagrados*: a máquina de lavar, o refrigerador e a televisão⁸⁵.

A nova classe burguesa que se formava a partir do *boom* econômico do pós-guerra teve influência das produções hollywoodianas e do “Sonho Americano” e agora desejava consumir esse estilo de vida. As lavadoras de roupas fizeram sucesso ao final da década de 1950 e os refrigeradores tornaram-se atrativos na década de 1970, facilitando a vida de moças recém casadas. A transmissão televisiva começou oficialmente em 1953, para cerca de 866 televisores apenas, exibindo uma cena de uma famosa peça de teatro *kabuki*, mas o primeiro drama de fato foi exibido três dias depois: *Yamaji no Fue* (1953)⁸⁶ foi transmitido ao vivo e não pré-gravado, baseado em um conto popular sobre um músico e sua esposa. Mas o que mostrou-se mais interessante durante os primeiros anos da televisão japonesa foi o esporte. Partidas de sumô e outras lutas, que aconteciam em um único ambiente (como o tatame), mostraram-se ideais para a transmissão televisiva da época por demandarem pouca ou praticamente nenhuma movimentação de câmera (CLEMENTS e TAMAMURO, 2003; SCHILLING, 1997).

Os anos 1950, o berço da produção televisiva japonesa e consequentemente de seus dramas de TV, contaram com uma série de erros e acertos. A indústria contava com profissionais de outras áreas mais desenvolvidas, como o rádio, mas as produções eram em sua maioria experimentais, dado a natureza ainda embrionária da televisão no país. O primeiro drama de gênero histórico – *Hanshichi* (1953)⁸⁷, uma história de detetive samurai – e o primeiro do gênero familiar, ou *Home Drama*, – *Sunday Diary of My Home* (1953)⁸⁸, sobre a vida diária de uma família e as diferenças geracionais – foram transmitidos nesta década. Este período foi caracterizado pelas novas redes de TV: além da NHK⁸⁹, que por um tempo teve o monopólio da transmissão de rádio, a NTV⁹⁰ adentra a nova indústria visual e compete com seus próprios dramas televisivos (*Sunday Diary of My Home* foi um deles). A KRT, hoje conhecida como TBS⁹¹, também entra no mercado na mesma década (CLEMENTS e TAMAMURO, 2003).

⁸⁵ Uma alusão moderna aos Três Tesouros Sagrados, as regalias imperiais que representam as principais virtudes do Japão: a espada, o espelho e a joia (SCHILLING, 1997).

⁸⁶ 山路の笛 (1953).

⁸⁷ 半七捕物帳 (1953).

⁸⁸ わが家の日曜日記 (1953).

⁸⁹ Organização nacional de radiodifusão do Japão, ou *Japan Broadcasting Corporation* (日本放送協会).

⁹⁰ Nippon Television Network Organization ou simplesmente Nippon TV (日本テレビホールディングス株式会社).

⁹¹ Tokyo Broadcasting System (株式会社TBSホールディングス). Viria a produzir programas famosos como *Sasuke*, ou *Ninja Warrior*, que seriam o modelo para programas parecidos fora do Japão.

Já na metade da década, as vendas de televisões foram aumentando, devido à queda do preço, fazendo com que mais e mais famílias pudessem adquirir seu próprio aparelho. Porém, isso também aumentou a demanda por conteúdos audiovisuais, demanda esta que a indústria japonesa ainda não era capaz de suprir. A indústria de filmes era ferrenhamente contra a indústria televisiva⁹², a ponto de ostracizar profissionais que ousassem trabalhar em produtos para a TV, e por isso se recusou a fornecer conteúdo para fechar essa nova lacuna que havia se formado. A solução foi a importação de conteúdo estrangeiro, particularmente da indústria estadunidense, começando pela programação infantil, pelo seu preço de compra mais baixo, mas logo evoluindo para a compra de conteúdo live-action adulto:

Uma geração inteira cresceu vendo rostos caucasianos falando japonês *overdub* em suas salas de estar e muitas vezes preferia essas primeiras importações às ofertas de sua própria indústria de TV local. Os duros agentes de autoridade americanos, como as perseguições de carros da Patrulha Rodoviária e o Dragnet, focado em fatos, competiram nas programações contra Buffalo Bill, Annie Oakley e Hopalong Cassidy. Em 1958, o programa de maior audiência de qualquer tipo na televisão japonesa era o live-action estrelado por George Reeves, Adventures of Superman, na KRT, assistido por 74,2% de todos os aparelhos de TV no Japão (CLEMENTS e TAMAMURO, 2003, p. 10).⁹³

As estações japonesas tentaram fazer suas próprias versões das séries americanas – por exemplo, em resposta ao sucesso de Superman, o primeiro super-herói (live-action) japonês foi criado, *Moonlight Mask*⁹⁴, em 1958 –, transformando a produção televisiva nipônica da época em uma mistura de imitação e reação ao conteúdo estadunidense (CLEMENTS e TAMAMURO, 2003). A venda de televisores atingiu um novo pico ao final da década, a partir do casamento do príncipe Akihito e a plebeia Michiko Shoda em 1959, que fez milhares de japoneses correrem às lojas para comprarem sua primeira televisão para acompanhar o evento histórico a partir das telas em preto e branco (SCHILLING, 1997). Ironicamente, alguns meses depois os canais de televisão começaram com a transmissão à cores (CLEMENTS e TAMAMURO, 2003). Outro evento importante a impactar a indústria foram as Olimpíadas de Tóquio em 1964, a primeira edição do evento a ser sediada na Ásia,

⁹² De acordo com Clements e Tamamuro (2003, p. 13): “Os estúdios de cinema ressentiram-se do rápido crescimento e do fácil acesso à televisão e não apenas criticaram a televisão como um meio inferior, desprovido de conteúdo interessante ou verdadeiro espetáculo, mas também proibiram todas as estrelas sob contrato de estúdio de aparecerem em programas de televisão.”

⁹³ “An entire generation grew up watching Caucasian faces speaking overdubbed Japanese in their living rooms and often preferred these early imports over the offerings from their own local TV industry. Tough American law enforcers, such as the car chases of Highway Patrol and the fact-focused Dragnet, competed in the schedules against Buffalo Bill, Annie Oakley, and Hopalong Cassidy. By 1958, the highest rated show of any kind on Japanese television was the live-action Adventures of Superman starring George Reeves on KRT, watched by 74.2% of all TV sets in Japan.” Tradução própria.

⁹⁴ Gekko Kamen (月光仮面).

que serviram para mostrar o Japão como uma nação moderna, de forma semelhante ao que viria a acontecer na Coreia do Sul em 1988. Schilling (1997) implica que o evento fez a venda de televisores crescer consideravelmente e a moldar ainda mais o consumo de entretenimento dos japoneses no âmbito do lar, influenciando a produção televisiva permanentemente.

O início dos anos 1960 foi permeado pelo “faroeste americano”. Taiji Nagasawa, diretor do Departamento de Entretenimento da NHK, decidiu preparar a primeira versão japonesa de um drama de época (pois o conteúdo de faroeste americano era interpretado por ele e outros japoneses como um conteúdo do tipo histórico): em 1963, a NHK começa a exibição de *Life of a Flower* (1963)⁹⁵, seu primeiro *Taiga Drama*⁹⁶, um tipo de drama televisivo de gênero histórico (centrado em figuras importantes da história do Japão) exibido ao longo de 1 ano, uma vez por semana, com duração de 45 minutos à 1 hora. Nagasawa trouxe Keiji Sada, estrela da Shōchiku⁹⁷, no papel principal, “(...) quebrando efetivamente a proibição dos estúdios de estrelas de cinema aparecerem na TV. O resultado, *Life of a Flower*, elevou o status da TV e lançou as bases para o meio japonês moderno” (CLEMENTS e TAMAMURO, 2003)⁹⁸.

Contudo, foi o segundo *taiga dorama* da NHK que realmente conquistou uma grande audiência: *Ako Roshi* (1964)⁹⁹, baseado no livro de mesmo nome do escritor Jiro Osaragi, conta a história dos 47 Ronin¹⁰⁰ que buscavam vingança pela morte de seu mestre. Transmitido semanalmente, o drama conquistou uma média de audiência acima de 30%, com um dos principais episódios da novela atingindo a marca de 53% em novembro de 1964. Os *taiga doramas* foram pensados pela NHK como uma forma de atrair o público ao consumo televisivo em casa e “afastá-los” do cinema. As Olimpíadas de Tóquio também fez com que muitos trocassem suas TVs em preto e branco para o modelo mais moderno, às cores. A Hitachi já havia lançado seu primeiro modelo do tipo já em 1959, mas o preço elevado em comparação ao preto e branco resultou em poucas vendas. Os Jogos Olímpicos tornaram o produto mais atrativo em 1964 e as vendas se tornaram menos tímidas, até que uma década depois cerca de 90% das casas do Japão já haviam trocado suas telas para o modelo com cores (SCHILLING, 1997).

⁹⁵ Hana no Shogai (花の生涯).

⁹⁶ Ou *Taiga Dorama* (大河ドラマ), “Grande Corrente Dramática”, em alusão ao *roman-fleuve* da literatura francesa, literalmente *romance-rio*, e também ao seu formato de exibição extenso. A nomenclatura é da própria NHK e a tradição de um *taiga dorama* anual existe desde então.

⁹⁷ 松竹株式会社. Uma famosa empresa de produção e distribuição de filmes e *kabuki*.

⁹⁸ “(...) effectively breaking the studio ban on movie stars appearing on TV. The result, *Life of a Flower*, elevated TV’s status and laid the groundwork for the modern Japanese medium.” Tradução própria.

⁹⁹ 赤穂浪士 (1964).

¹⁰⁰ Samurais que não têm lordes ou mestres.

Na década de 1980, tudo era muito diferente no Japão. As crianças que cresceram assistindo as animações americanas e em seguida as obras de Osamu Tezuka, agora estavam com trinta anos, e os adultos que assistiam os *taiga doramas* da NHK e os primeiros *home doramas* chegaram na terceira idade. A bolha econômica dos anos 1980 agora permitia que houvesse mais de um aparelho televisivo por casa, dividindo o acesso ao entretenimento entre cômodos e membros familiares. Outra diferença foram as mulheres jovens acima dos 20 anos, agora inseridas no mercado de trabalho mas ainda morando na casa dos pais até o casamento, trabalhando em empregos *modernos* que também pagavam bem: os empregos *katakana*, em referência ao alfabeto japonês dedicado às palavras estrangeiras, como *dezainaa*¹⁰¹ (designer), eram os favoritos desse grupo, que agora podia viajar, comprar roupas de marcas famosas e, em suma, gastar com o próprio lazer (CLEMENTS e TAMAMURO, 2003; SCHILLING, 1997).

Esse novo público consumidor não tinha interesse em assistir aos mesmos programas que seus pais, gerando demanda para um novo formato de drama. A Fuji TV, em 1988, lançou o drama *I Want To Hug You!*¹⁰², que contava a história de duas amigas, Asako e Natsuko, a primeira uma *stylist* e a segunda uma dona de casa e amiga de infância que abandona o marido. O enredo não era como os *home dramas* que lidavam com problemas domésticos que as mães se identificavam, mas sobre os relacionamentos amorosos das jovens de 20 e poucos anos e também seus desafios no mercado de trabalho dominado por homens, refletindo a realidade de muitas jovens da época:

A série, no entanto, não estava apenas por dentro mas também era incansavelmente *trendy*, exibindo suas heroínas na última moda, decorando seu novo condomínio com os mais recentes estilos de interiores e enviando-as para os pontos badalados da orla de Tóquio em carros esportivos estilosos. As personagens, incluindo Asako, tinham trabalhos *katakana* incríveis. Nada de existência monótona, convencional e de servir chá como secretária para elas! (SCHILLING, 1997, p. 273).¹⁰³

I Want To Hug You! (1988) foi o primeiro de muitos *trendy dramas* que dominaram o final dos anos 1980 e início dos anos 1990. Esses dramas seguiam a fórmula de contar com protagonistas jovens e estilosos e seu estilo de vida urbano, muitas vezes contratando ídolos famosos sem qualquer experiência em atuação, e acompanhavam os assuntos que estavam em

¹⁰¹ デザイナー.

¹⁰² Dakishimetai! (抱きしめたい!)

¹⁰³ “The show, however, was not just in touch but relentlessly trendy, showing off its heroines in the latest fashion, decorating their new condo in the latest interior styles, and sending them off to Tokyo's waterfront hot spots in snazzy sports cars. The characters, including Asako, had groovy katakana jobs. No dull, conventional, tea-pouring, secretary's existence for them!” Tradução própria.

alta no momento, durando cerca de 12 episódios (SCHILLING, 1997). O cenário, o figurino e a trilha sonora eram pensados para refletir o que era a vida cosmopolita do jovem japonês ao final do século, uma espécie de “(...) metáfora visual para a modernidade capitalista-consumista” da época (HUAT e IWABUCHI, 2008, p. 2). Mas o *boom* econômico logo estourou e alguns *trendy dramas* tiveram péssima performance de audiência na época, até a chegada de *Tokyo Love Story*¹⁰⁴ (1991).

O drama (Figura 5) foi uma adaptação do mangá de mesmo nome da autora Saimon Fumi, que conta a história de três amigos de infância de uma cidade pequena que eventualmente se reencontram na moderna Tóquio quando adultos de 20 anos. A versão televisiva corta ou não enfatiza alguns aspectos mais adultos da história (como casos extraconjugais e gravidez), tornando a obra mais conservadora para a TV. *Tokyo Love Story* (1991) conta com triângulos amorosos e uma alta dose de melodrama, mas ao contrário de outros doramas de romance da época, aqui não houve exatamente um final feliz. Os protagonistas, Rika e Kanji, não terminam juntos. Talvez este final inesperado (para a época) seja um dos motivos do grande sucesso de *Tokyo Love Story* (1991), que obteve índices de audiência acima de 32%, e é até hoje considerado um dos grandes clássicos dos anos 1990, inspirando outras obras da época (CLEMENTS e TAMAMURO, 2003). A personagem Rika foi especialmente amada pelas jovens japonesas pela sua personalidade ativa e espírito livre, em meio a uma tradicional representação de personagens femininas passivas na mídia japonesa. Mesmo com um enredo definitivamente mais leve que o mangá original, *Tokyo Love Story* (1991) trouxe uma certa originalidade e modernidade muito bem recebida na época. A história foi resgatada a partir de um *remake* lançado em 2020, quase trinta anos depois.

Figura 5 – Os protagonistas de *Tokyo Love Story* (1991), Rika e Kanji, interpretados por Suzuki Honami e Oda Yuji, respectivamente

¹⁰⁴ 東京ラブストーリー (1991).



Fonte: IMDB.

A indústria japonesa experimentou com muitos gêneros diferentes na criação de suas narrativas seriadas, acompanhando a evolução de sua própria indústria televisiva embrionária, durante cinco décadas. Produtos foram criados em ordem a suprir as demandas que apareciam conforme a própria sociedade japonesa se transformava no século XX: conteúdo para as crianças que agora tinham acesso à televisão, conteúdos diurnos para as mulheres donas-de-casa, clássicos policiais e históricos à noite para os pais que chegavam do trabalho e dramas modernos para a juventude recém inserida no mercado e muito mais cosmopolita.

Podemos considerar o *trendy drama* como o principal e mais influente dentre os muitos tipos nascidos na televisão japonesa, pois além do sucesso localmente, também teve o um forte caráter transnacional. A partir das experiências na Segunda Guerra Mundial, da Guerra Fria e dos conflitos no continente, a Ásia tentava se encontrar em meio à industrialização e ao consumo gerado pelo capitalismo. O que era, afinal, ser moderno? Os *trendy dramas* japoneses ofereceram ao resto da região (em desenvolvimento) um vislumbre do que possivelmente era ser um asiático na modernidade capitalista do século XX.

É importante ressaltar que o mercado consumidor do Japão era forte o suficiente para bancar a produção de seus dramas televisivos, fazendo com que a busca por mercados para a exportação não fosse necessariamente uma preocupação (HUAT e IWABUCHI, 2008). Além disso, muitos países do continente tinham, de fato, uma história complicada com o Japão a partir de experiências de guerra e colonização: assim como a Coreia do Sul banuiu por anos a

circulação de produtos culturais japoneses, outras nações da região compartilhavam o mesmo desgosto por “coisas japonesas”. Mas produtos nipônicos eram consumidos na região mesmo assim, mesmo que de forma ilegal através da pirataria. *Tokyo Love Story* (1991) foi um deles, encontrando recepção positiva fora do Japão mesmo que isso sequer tenha sido a intenção de seus produtores.

Além de recuperar a economia do país após a derrota na guerra, o Japão também queria reconstruir sua identidade nacional a partir da representação cultural – objetivo que a Coreia do Sul também teve –, se reposicionando na Ásia enquanto tentava desatrelar sua imagem do Ocidente. Através de uma estratégia de hibridismo entre a influência ocidental (principalmente estadunidense), presente na ilha desde os esforços do imperialismo do século XIX, e do espírito japonês: o sucesso de Superman inspira a criação de *Moonlight Mask*; se existem as histórias de faroeste americano, existem as narrativas históricas do Japão; enredos de suspense e investigação através de personagens samurai; empregos modernos com nomes em inglês. É inegável a influência do Ocidente nas produções pop nipônicas do século XX, mas também é visível o esforço empregado para tentar “japonizar” essas narrativas de certa maneira. Nas primeiras décadas do pós-guerra havia um desejo intrínseco de enfatizar uma espécie de singularidade japonesa, desejo que se manifestou através de tecnologias vindas do Ocidente. Inicialmente, essa singularidade japonesa era ressaltada a partir de campanhas sobre suas artes tradicionais e sua cultura folk, mas foi a cultura pop que atraiu os outros países do Leste da Ásia, que apesar de suas muitas diferenças culturais, tentavam se encontrar na modernidade desse novo mundo (HUANG, 2011).

Os *trendy dramas* particularmente seriam uma grande inspiração para a produção televisiva sul-coreana. Assim como o Japão, a Coreia do Sul recém democratizada também queria se reposicionar. Mas enquanto o rico e moderno Japão se preocupou em mostrar seu “retorno” à Ásia após o seu relacionamento polêmico com o Ocidente, a Coreia se preocupou em elevar o seu status social e econômico no continente do qual ela nunca havia saído. Os produtos culturais da Coreia do Sul, liderados principalmente pelos *k-dramas*, seriam uma forma de fazer isso acontecer.

3.3 A Hallyu liderada pelos K-dramas

Os dramas de TV asiáticos, hoje um dado fixo na grade televisiva da maioria dos países do Leste e Sudeste da Ásia, foram desenvolvidos inicialmente no Japão a partir de formatos ficcionais do Ocidente e reinterpretados para a audiência japonesa seguindo as

mudanças econômicas e sociais do século XX. Assim como o Japão refletiu suas próprias características culturais nos modelos ocidentais de ficção televisiva, criando assim seu próprio produto, os outros países que também os adotaram imprimiram suas próprias especificidades nacionais. O termo *dorama*, que por vezes é usado como um termo guarda-chuva para englobar essas ficções asiáticas, melhor se encaixa no caso das produções japonesas, ou *j-dramas*, enquanto *k-dramas* e *c-dramas* representam a versão coreana e chinesa do formato, respectivamente. A circulação destes produtos na região mostrou-se uma forma bem sucedida não apenas de comercialização de um produto midiático mas principalmente da possibilidade de reformulação de uma identidade contemporânea em diferentes territórios. A Coreia do Sul identificou este potencial e qualificou suas produções dramáticas com este objetivo.

A versão coreana dos dramas de TV atingiria um alto grau de produção graças ao incentivo governamental para o fortalecimento da indústria cultural e do capital privado de empresas *chaebol* e investidores de risco. Além da qualidade, os produtos coreanos se mostraram uma forte alternativa ao entretenimento japonês em relação ao seu preço de compra: os programas do Japão se tornaram caros enquanto a Coreia oferecia “[...] o mesmo tipo de entretenimento a um preço mais baixo”¹⁰⁵ (CAGLE, 2008, p. 257). Mas o apelo não se esgotava apenas no fator econômico. A Coreia do Sul se utilizou de uma espécie de “patrimônio cultural compartilhado” baseado em valores confucionistas como a importância da família, o respeito aos mais velhos e outras tradições que podiam ser compreendidas por outros países do continente apesar das fronteiras geográficas, especialmente os do Extremo Oriente. Compartilhando esta mesma base, a Coreia do Sul aplicou suas especificidades culturais nas suas narrativas enquanto apresentava a nova, moderna e democrática sociedade sul-coreana na região (ALBUQUERQUE e CORTEZ, 2015; KIM, 2008; SUN, 2022; ZHAO, 2012).

O produto drama de TV não era uma novidade. China, Taiwan, Filipinas, Singapura e outros países do Extremo Oriente já estavam familiarizados com o formato. Mas quando a qualidade da produção sul-coreana foi se aperfeiçoando a partir do investimento na indústria cultural, as produções vindas da Coreia passaram a se destacar. O entretenimento não era apenas bom e barato por mero acaso: a Coreia do Sul teve a intenção clara de tornar o produto acessível economicamente e culturalmente já com o objetivo prévio de que seria exportado. Usando como base o que o Japão fez a partir dos *trendy dramas*, os dramas coreanos também contaram com uma união formidável de trilha sonora (promovendo, então, a música pop coreana), modernidade, um *casting* de atores de bela aparência e uma narrativa pensada para

¹⁰⁵ “[...] the same type of entertainment at a lower cost.” Tradução própria.

uma única temporada, em geral retratando uma grande história de amor. Trazendo também dicotomias muito claras como o bem e o mal, com vilões por vezes exagerados e também clichês como triângulos amorosos. As produções sul-coreanas têm, em geral, 12, 16 ou 25 episódios¹⁰⁶ de 45 minutos à 1 hora e são exibidas normalmente duas vezes por semana em dias seguidos. Apesar da clara presença do romance e do drama nas narrativas, o drama asiático é melhor entendido como um *formato* e não um gênero. Os melodramas e as comédias românticas definitivamente fazem muito sucesso entre o público, mas os gêneros podem transitar pelo suspense, terror, ação, fantasia, histórico e diversos outros.

Um dos primeiros mercados onde a produção coreana de dramas se popularizou foi a China. Com a abertura dos mercados culturais da Ásia, existia um medo de que produções ocidentais fossem dominar o mercado destes países, mas os *k-dramas* se mostraram uma opção segura pela já citada base confucionista presente em suas narrativas, que dialogava formidavelmente com a China e eventualmente com os outros países da região. Este formato de mídia tinha uma raiz ocidental, e a partir da globalização era impossível que Ocidente e Oriente não se tocassem de uma forma ou de outra, mas a estratégia de hibridização empregada nesses produtos culturais gerava uma “sensação de familiaridade e proximidade cultural, sendo apenas ocidentalizado o suficiente para mediar informações do Ocidente para a Ásia” (ALBUQUERQUE e CORTEZ, 2015, p. 260).

O drama *What is Love All About* (1991) exibido ao final dos anos 1990 na China é considerado o início da Onda Coreana, ou *Hallyu*, “[...] um forte apetite por atos pop coreanos”¹⁰⁷ (MALIANGKAY, 2008, p. 213). Também conhecido como *Korean Wave*, foi um termo cunhado por jornalistas de Pequim na década de 1990 para descrever o grande fluxo e popularidade dos produtos culturais sul-coreanos na China – filmes, programas de televisão, música pop, moda (KCIS, 2011), mas foi particularmente movimentado pelos *k-dramas*. Nesse período, com a Crise Financeira do FMI pairando sob os países do Leste e Sudeste, outros títulos sul-coreanos foram importados para suprir as programações locais que, na falta de conteúdo japonês, se encontravam agora vazias. A Coreia do Sul se tornou um grande *player* de exportação, partindo dos *k-dramas* mas logo evoluindo para a exportação de filmes, música, e outros programas de TV para essas regiões além da China.

Mas quando discutimos os *k-dramas* da Hallyu, é preciso falar sobre sua entrada no Japão. Se antes o Japão era o principal produtor do formato (que por ele foi desenvolvido nos

¹⁰⁶ A partir dos serviços de streaming, a duração do drama asiático tem se alterado por não se prender a uma grade de programação.

¹⁰⁷ “[...] a strong appetite for Korean pop acts.” Tradução própria.

moldes que conhecemos hoje), no início dos anos 2000 o país se tornaria um grande consumidor da Onda Coreana a partir de *Winter Sonata*¹⁰⁸ (2002) (Figura 2), um *k-drama* de 20 episódios estrelando Bae Yong-Joon, Choi Ji-Woo, Park Yong-Ha e Park Sol-Mi. Exibido na Coreia do Sul em 2002 pela KBS¹⁰⁹, chega em 2003 no Japão pela NHK¹¹⁰, e se torna uma verdadeira sensação nacional (KCIS, 2011; THE KOREA HERALD, 2008).

Figura 6 – Os protagonistas de *Winter Sonata* (2002), interpretados por Bae Yong-Joon e Choi Ji-Woo



Fonte: IMDB.

A fórmula de *Winter Sonata* (2002) se mostrou perfeita para a época: um casting de belos atores, lindos cenários da Coreia do Sul – particularmente a ilha Nami, ou Namiseom¹¹¹, em formato de meia-lua, localizada na Província de Gangwon¹¹² –, uma história de primeiro amor que se inicia na adolescência, um interesse amoroso secundário para a protagonista, uma rival, famílias que se opõem ao relacionamento principal, e um melodrama acentuado com clichês como amnésia, dupla-identidade e até morte falsa. O enredo gira em torno de dois adolescentes, Joon-sang e Yoo-jin, que se conhecem e se apaixonam após a transferência de Joon-sang para a cidade rural onde Yoo-jin vive. O romance dos dois é interrompido após Joon-sang sofrer um acidente de carro e contrair amnésia. A mãe de Joon-sang, que tem uma relação conturbada com o filho, o leva para os Estados Unidos para uma nova vida sob o nome de Min-hyung e diz aos professores e colegas de classe que ele faleceu. O casal se

¹⁰⁸ 겨울연가.

¹⁰⁹ Korean Broadcasting System.

¹¹⁰ Japan Broadcasting Corporation.

¹¹¹ 남이섬.

¹¹² 강원도.

reencontra dez anos depois quando Joon-sang, agora Min-hyung, volta para a Coreia do Sul, mas sem nenhuma memória de sua vida anterior e de Yoo-jin. O melodrama se estende já que, agora, ambos namoram outras pessoas.

O ator Bae Yong-Joon, que interpreta Joon-sang/Min-hyung, fez muito sucesso principalmente entre mulheres japonesas de meia-idade, e a ilha Nami, local de gravação da obra, se tornou um destino popular de turismo. O sucesso explosivo de *Winter Sonata* (2002) em território japonês foi interessante e inusitado considerando a relação turbulenta entre os dois países. Kang Chul-keun (2008), professor do *Institute of Hallyu Culture* da Universidade de Kyung-Hee de Seul aponta que o drama alimentou um interesse muito mais positivo e favorável sobre a Coreia que qualquer outro esforço prévio para melhorar as relações entre os dois países tinha conseguido até o momento. E o então primeiro-ministro do Japão, Junichiro Koizumi, notoriamente comentaria em 2004 sobre a popularidade do ator Bae Yong-Joon, protagonista da série: “Yon-sama¹¹³ é mais popular que eu”¹¹⁴ (BBC, 2004). A influência de *Winter Sonata* no Japão:

[...] foi sentida muito além do âmbito da cultura popular. Atingiu a sociedade, os negócios e até os corredores empoeirados da academia. As escolas de coreano no Japão desfrutaram de uma bonança graças a um aumento repentino de pessoas desejando aprender o idioma, enquanto as locações coreanas usadas no drama se beneficiaram de uma onda de turismo japonês. As vendas dispararam para produtos relacionados à cultura popular coreana, como livros, revistas, DVDs e acessórios, enquanto sites e blogs com o tema Hallyu começaram a brotar como cogumelos.¹¹⁵ (KCIS, 2011, p. 18)

Apesar do interesse de que a produção pop coreana fosse exportada e de uma recente popularidade na China pelos dramas coreanos ao final dos anos 1990, *Winter Sonata* (2002) não era garantido como um drama que faria sucesso no Japão. O diretor, Yoon Seok-ho, havia anteriormente dirigido o drama *Autumn In My Heart*¹¹⁶ (2000), o primeiro do que viria a ser conhecida como a tetralogia *Endless Love*, tendo as estações do ano como tema¹¹⁷. Apesar de boas *ratings* nacionalmente, *Autumn in My Heart* (2000) foi lançado no alto fluxo de *k-dramas* dramáticos do final da década de 1990 e início dos anos 2000, e passou

¹¹³ Apelido dado ao ator Bae Yong-Joon pelas suas fãs japonesas.

¹¹⁴ “Yon-sama is more popular than me.” Tradução nossa.

¹¹⁵ “[...] was felt far beyond the realm of popular culture. It reached into society, business, and even the dusty halls of academia. Korean language schools in Japan enjoyed a bonanza thanks to a sudden increase in people wishing to learn the language, while Korean locations used in the drama benefited from a rush of Japanese tourism. Sales soared for Korean popular culture-related products such as books, magazines, DVDs, and accessories, while Hallyu-themed websites and blogs began popping up like mushrooms.” Tradução própria.

¹¹⁶ 가을동화.

¹¹⁷ *Autumn in My Heart* (2000) como outono, *Winter Sonata* (2002) como inverno, *Summer Scent* (2003) como verão e *Spring Waltz* (2006) como primavera.

despercebido no Japão. *Winter Sonata* (2002) poderia ter transitado como mais um entre esses. Yoon Seok-ho disse que não esperava que o drama fosse fazer tanto sucesso no Japão já que a obra anterior não havia conseguido, mas algo em *Winter Sonata* (2002) tocou no imaginário das mulheres de meia-idade do Japão, talvez pela história de amor de puro, o cenário de paisagens cobertas de neve ou simplesmente a beleza do ator Bae Yong-Joon. O fato é que a Onda Coreana havia chegado ao Japão (THE KOREA HERALD, 2011).

A popularidade da *hallyu* não deixou de aumentar depois do sucesso de *Winter Sonata* (2002). O drama histórico *Jewel in the Palace*¹¹⁸ (2003) estrelando a atriz Lee Young-ae – que contava a história de uma cozinheira órfã que se torna a primeira médica mulher do rei Jungjong da dinastia Joseon – faz sucesso na China, Taiwan, Japão, Tailândia e outros países da Ásia, encontrando também espaço, ao longo dos anos, na América do Norte, Europa e Oriente Médio, sendo exportado eventualmente para mais de 87 países (KCIS, 2011). Muito diferente de seu antecessor, que possuía um enredo e cenários contemporâneos, *Jewel in the Palace* (Figura 3) parecia, de certa forma, muito mais *tradicionalmente* coreano: “[...] as representações deslumbrantes no drama da arquitetura tradicional, música, vestuário, comida e medicina deram aos fãs estrangeiros um sabor distinto da cultura e herança da Coreia.”¹¹⁹ (KCIS, 2011, p. 22). O sucesso de *Jewel in the Palace* (2003) mostrou o início de uma dimensão global do fenômeno da Onda Coreana, que havia firmado seus primeiros passos na China em 1997.

Figura 7 – *Jewel In The Palace* (2003)



Fonte: IMDB.

¹¹⁸ 대장금.

¹¹⁹ “[...] the drama’s dazzling depictions of traditional architecture, music, attire, food, and medicine gave foreign fans a distinctive taste of Korea’s culture and heritage.” Tradução própria.

Os produtos da *hallyu* se destacariam na Ásia por diversos fatores, seja através da já citada ascensão de astros como Bae Yong-Joon e das paisagens sedutoras de produções como *Jewel in the Palace*, à atos pop como o grupo H.O.T. – que estabeleceria uma fórmula para os grupos de *k-pop*¹²⁰ posteriores, depois de uma bem-sucedida carreira fora da Coreia do Sul, principalmente na China e Japão (LIE, 2014). Em relação aos *k-dramas* e ao cinema, como já elucidado, a Coreia do Sul se destacou entre seus países vizinhos com a qualidade da sua produção audiovisual, apoiada com capital privado de empresas multinacionais como a Samsung (JÚNIOR, 2008), além de mesclar a indústria da TV com a indústria da música, por exemplo, ao fazer *idols* de *k-pop* também atuarem em dramas ou cantarem parte da trilha sonora (ALBUQUERQUE e URBANO, 2015). Tal apoio, tanto privado quanto estatal, não foi por acaso:

Seu foco numa produção local bastante tímida, cede lugar a estratégias mais ambiciosas, tendo em vista a promoção e expansão do soft power do país nos mercados externos. De fato, o desenvolvimento da cultura pop, embora tenha se dado tardiamente nesse país, se apresentou não só como um meio de crescimento e recuperação econômica eficaz, mas também de promoção da marca “Coreia do Sul” junto ao cenário mundial. (ALBUQUERQUE e CORTEZ, 2015, p. 260).

Mas a popularidade do entretenimento sul-coreano não seria recebida como algo positivo em todos os sentidos. A China anunciou em 2006 que o número de dramas coreanos exibidos no território seria cortado pela metade, frustrações foram manifestadas no Japão em relação à *hallyu* e a constante reclamação sobre o período colonial japonês, e o governo de Taiwan cogitou até banir totalmente os dramas estrangeiros (MALIANGKAY, 2008). A KOFIC (Korean Film Council) viria a reportar em 2006 o declínio da onda coreana, relatando que os lucros no Japão estavam muito menores que no ano anterior, e discussões sobre o real potencial de sustentação dessa onda pop surgiriam no meio dos estudos acadêmicos, mas sem um real consenso sobre o futuro.

Podemos dizer que a onda se reergueu. O pop coreano seguiu forte na Ásia e chegou ao ocidente principalmente através de nomes como o grupo BTS. O filme *Parasita* (2019) se tornou o primeiro filme asiático a vencer o Oscar de Melhor Filme. E os dramas coreanos seguiram encontrando espaço, dessa vez a partir das plataformas de streaming.

¹²⁰ Korean pop.

3.4 Netflix

Atualmente conhecida como um dos principais serviços de streaming no Brasil, a Netflix surgiu nos Estados Unidos no final da década de 1990 como um serviço de entregas de DVD pelo correio, em um período em que o modelo de compras on-line ganhava força a partir de empresas como a Amazon (JENNER, 2018). Seu serviço de streaming foi inaugurado nos EUA em 2007 e três anos depois expandiu sua atuação no mercado internacional:

[...] a Netflix começou seu lançamento internacional, primeiro no Canadá em 2010, depois na América Latina em 2011, em partes da Europa em 2012 e 2013 e na Austrália, Nova Zelândia e Japão em 2015. Durante esse período, a Netflix evoluiu de um serviço nacional (fornecendo conteúdo de tela americano para o público americano) para um negócio global com maiores ambições. [...], a Netflix tornou-se uma empresa de mídia global – disponível em quase todos os lugares, com potencial em quase todos os principais mercados nacionais.¹²¹ (LOBATO, 2019, p. 2).

Conceituar o que é a Netflix e como ela deveria ser entendida ainda é algo em debate em diversos estudos. Lobato (2019) explica que a própria Netflix evoluiu e redefiniu a si mesma mais de uma vez durante seus mais de 20 anos de existência, e que diferentes estratégias de significação parecem transformá-la. O autor aponta particularmente para duas perspectivas analíticas que podem ser aplicadas no estudo da Netflix, ressaltando que a união delas permite um melhor entendimento do objeto considerando suas características no território da indústria das telas e da mídia digital.

A primeira perspectiva é a partir dos Estudos de Televisão, que Lobato (2019) aponta se preocupar em responder perguntas como “qual é o futuro da televisão?”. O autor elucida que alguns teóricos dividem esses estudos em fases a partir das evoluções tecnológicas, como TVI (apenas transmissão), TVII (à cabo) e TVIII (distribuição digital); cita principalmente o trabalho da estudiosa Amanda Lotz (2017) pela sua extensa pesquisa das transformações da televisão, que explica que a lógica da televisão foi pensada como um fluxo *linear* enquanto a lógica da televisão *distribuída pela internet* permite mudanças no *tempo*, *auto curadoria* e práticas mais parecidas com a era da mídia física; e menciona a perspectiva de Michael Wolff, que diz que a televisão absorveu a mídia digital (e não o contrário) e que a Netflix se

¹²¹ “[...] Netflix began its international rollout, first to Canada in 2010, then to Latin America in 2011, to parts of Europe in 2012 and 2013, and to Australia, New Zealand, and Japan in 2015. During this period, Netflix evolved from a national service (supplying American screen content to American audiences) into a globally focused business with greater ambitions. With the culmination of this process announced at CES, Netflix had become a global media company—available almost everywhere, with a potential foothold in almost all the major national markets.” Tradução própria.

aproxima muito mais da TV pois “não é gerada pelo usuário, não é social, não é pequena, não é gratuita”¹²² (WOLFF, 2015, p. 93). Outros estudos defendem que a única diferença entre a televisão e a Netflix é que uma funciona via cabo e a outra por banda-larga.

Lobato (2019) traz à questão se devemos ou não estudar a plataforma como televisão, pois a maioria dos usuários de serviços como a Netflix provavelmente pensam no seu conteúdo como um conteúdo de TV (feito profissionalmente, seguindo um script), ao mesmo tempo que possivelmente não assistem diretamente do televisor e talvez apenas em tablets ou smartphones. Ele adiciona que refletir sobre a Netflix a partir da pergunta direta de “ainda é TV?” nos encaminha para respostas como *sim* ou *não*, mostrando que há riscos em se pensar sobre ela por apenas uma perspectiva quando podemos fazer uma combinação menos reducionista:

[...] A Netflix ainda pode parecer uma TV para os telespectadores e depende desse prazer familiar para seu sucesso, mas sua lógica de distribuição é marcadamente diferente – tecnológica, econômica e estruturalmente. É muito cedo para dizer, é claro, mas deveríamos pelo menos cogitar a possibilidade de que a disponibilidade da distribuição do protocolo da Internet possa muito bem provar ser o parasita dentro do hospedeiro – o agente de mudança que acaba silenciosamente dominando o organismo de dentro para fora – enquanto ainda mantém suas características externas¹²³ (LOBATO, 2019, p. 34).

Uma estratégia talvez mais satisfatória seria incluir a segunda perspectiva analítica no entendimento da Netflix, os Estudos de Mídia, que posiciona o serviço como uma mídia digital, ou seja, um sistema de software que pode emular uma experiência televisiva. Lobato (2019) desenvolve que esse modo de pensar não se preocupa em entender a Netflix em relação a outros formatos como cinema e televisão, mas sim ao lado de plataformas como YouTube, Hulu, Amazon e até Facebook, por exemplo.

Contudo, é claro que a Netflix é fundamentalmente diferente de plataformas como Meta e Youtube, mostrando-se necessária uma conceitualização do termo. Poell, Nieborg e Van Dijck (2020, p. 4) definem *plataformas* como “[...] infraestruturas digitais (re)programáveis que facilitam e moldam interações personalizadas entre usuários finais e complementadores, organizadas por meio de coleta sistemática, processamento algorítmico, monetização e circulação de dados”. A partir dessa conceitualização, a plataforma funciona

¹²² It is not user generated, it is not social, it is not bite size, it is not free. Tradução própria.

¹²³ “[...] Netflix may still feel like TV to viewers, and it relies on this familiar pleasure for its success, but its distributional logic is markedly different — technologically, economically, and structurally. It is too early to tell, of course, but we should at least entertain the possibility that the affordance of internet protocol distribution may well prove to be the parasite inside the host — the agent of change that ends up quietly overtaking the organism from the inside out — while still retaining its outward features.” Tradução própria.

como um espaço de ação e de modificação. Os autores citam vários estudos e diferentes vertentes acadêmicas que empregaram sua forma de entender a plataforma como um *processo* – e não apenas um *espaço* –, a *plataformização*¹²⁴: como por exemplo (a) os estudos da área de software, que destacam a infraestrutura das plataformas como um espaço de coleta de dados que se expande a partir de conexões com outras empresas, aplicativos, anunciantes e produtores de conteúdo e (b) os estudos da área de negócios que enfatizam a perspectiva econômica, ou seja, a *plataformização* que gera *efeitos de rede*, quando um dos lados dessa rede cresce em valor a partir do crescimento do número de usuários com os quais ele pode interagir.

Em resposta à perspectiva dos estudos de negócios, Poell, Nieborg e Van Dijck (2020) também citam o (c) *imperialismo de plataforma* como conceituado por Dal Yong Jin (2013). O autor relembra o *imperialismo cultural* iniciado no século passado a partir do fluxo de mão-única de produções culturais de países ocidentais para países não-ocidentais, fortificado principalmente pela abertura do mercado cultural global no século XX. Os Estados Unidos se destacam neste processo pois desde cedo o governo americano ofereceu suporte para que a indústria cultural penetrasse em outros mercados e assim transportasse Hollywood, impelindo outros países, principalmente do eixo não-ocidental, a abrirem seus mercados culturais. Essa negociação cultural se mostrou particularmente benéfica para a indústria cultural americana que já era desenvolvida, incentivada e extremamente competitiva. Jin (2013, p. 150) aponta que esse imperialismo cultural do Ocidente para o Oriente se aplica ao atual mercado de mídia:

O Facebook aumentou rapidamente as suas receitas provenientes de publicidade em países estrangeiros, incluindo vários mercados emergentes, devido ao número crescente de utilizadores nesses mercados [...]. As empresas de jogos sediadas no Ocidente também obtiveram lucros nos mercados globais. [...] Estas novas corporações de meios de comunicação social, juntamente com as corporações das indústrias culturais, beneficiaram do capitalismo global pavimentado pelo nexo entre o governo dos EUA e as grandes transnacionais de meios de comunicação social.¹²⁵

Jin (2013) adiciona que desde os anos 90 e início dos anos 2000, o conceito de imperialismo foi remodelado a partir do rápido crescimento da tecnologia e da própria globalização, apontando que alguns teóricos contemporâneos inclusive argumentam que já

¹²⁴ Plataformisation.

¹²⁵ “Facebook has rapidly increased its revenue from advertising in foreign countries, including several emerging markets, due to the soaring number of users in those markets [...]. Western-based game corporations have also enjoyed profits from the global markets. [...] These new media corporations alongside cultural industries corporations have benefited from global capitalism paved by the nexus of the U.S. government and mega media TNCs”. Tradução própria.

não existe um imperialismo cultural: o autor cita que Straubhaar (1991) apontou que as culturas nacionais são capazes de se proteger e partilhar os seus próprios valores e que Tracy (1988) observou que países de Terceiro Mundo¹²⁶ reforçaram a sua indústria cultural para competir com a mídia americana e europeia¹²⁷. Jin (2013) também resgata David Morley (2006), que cita limitações do imperialismo cultural, como a glocalização e a influência da audiência local, e a própria complexidade do fluxo midiático a partir do século XXI. Morley (2006) não rejeita a presença do imperialismo cultural mas aponta que o processo é muito mais complexo no atual cenário de comunicação internacional. Dentro deste fluxo de comunicação, o imperialismo adquire uma nova forma da qual a mídia e a informação têm papel fundamental, beneficiando os Estados Unidos pelas suas tecnologias digitais avançadas e suas poderosas empresas de Tecnologia da Informação e Comunicação (FUCHS, 2010; JIN, 2013). Em meio a tantos argumentos de alguns autores que de certa maneira rejeitam o imperialismo cultural e outros que destacam sua complexidade, Jin (2013) aponta para um *imperialismo de plataforma* na atual configuração do fluxo global de informação.

As plataformas abalaram o poder e o domínio das tradicionais empresas de T.I. Jin (2013) elucida que gigantes como o Google acumularam cada vez mais capital e influência cultural, chegando a comprar empresas tradicionais de tecnologia: as plataformas, para além de sua forma computacional, também carregam valores culturais, tornando-se cruciais para o fluxo de informação da vida cotidiana das pessoas¹²⁸. Jin (2013) destaca que alguns teóricos defendem que os fluxos globais de cultura e tecnologia são assimétricos – para aqueles que concordam com a existência de um imperialismo cultural –, particularmente na troca de informação entre países desenvolvidos e países em desenvolvimento. Partindo, então, das plataformas como intermediários dos meios de comunicação digital e como atuais potências no circuito global de comunicação, o autor define que o *imperialismo de plataforma* consiste em uma relação assimétrica de interdependência entre o Ocidente (representado principalmente pelos Estados Unidos) e países em desenvolvimento. Empresas americanas como Google, Twitter e Meta, estão presentes no cotidiano de grande parte da população mundial, caracterizando um domínio tecnológico por parte dos Estados Unidos e resultando em um tipo de imperialismo em que “[...] a propriedade intelectual e os valores comerciais estão incorporados em plataformas e de formas que são mais significativas para a acumulação

¹²⁶ Nomenclatura escolhida pelo próprio Tracy (1988).

¹²⁷ Como a partir da produção televisiva.

¹²⁸ Que têm acesso a elas.

de capital e a expansão do poder”¹²⁹ (JIN, 2013, p. 154). Para o autor, o *imperialismo de plataforma* é uma continuação do poder e dominância americana.

A partir dos estudos da (a) infraestrutura das plataformas como um espaço de dataficação, (b) os efeitos de rede que as plataformas proporcionam no campo econômico e (c) o *imperialismo de plataforma* na economia política, Poell, Nieborg e Van Dijck (2020) adicionam (d) os estudos culturais como a quarta perspectiva, considerando a análise de como práticas e imaginações sociais se organizam e transformam as plataformas em diferentes construções sociotécnicas. Os autores explicam que essas quatro perspectivas, embora com diferentes focos, não se excluem e, ao contrário, se interligam no entendimento do processo de *plataformização*, que definem como “[...] a penetração de infraestruturas, processos econômicos e estruturas governamentais de plataformas em diferentes setores econômicos e esferas da vida” e uma “[...] reorganização de práticas e imaginações culturais [...]” a partir destas plataformas (POELL, NIEBORG e VAN DIJCK, 2020, p. 5).

Partindo da definição de plataforma, ou seja, um sistema on-line consistente de interações de usuários e conteúdos gerados por eles, percebe-se que a Netflix está distante dessa definição que melhor se enquadra em serviços como Facebook, Instagram e YouTube, pois ela “[...] não é aberta, social ou colaborativa”¹³⁰ (LOBATO, 2019, p. 36). Poell, Nieborg e Van Dijck não a consideram uma plataforma. Entretanto, o fato de ser uma plataforma que alimenta um algoritmo de recomendação, permite que a perspectiva da pesquisa de plataformas a partir dos Estudos Digitais contribua consideravelmente para uma leitura da Netflix, principalmente na atualidade, visto que a Netflix se inseriu na vida diária de muitas pessoas.

A partir disso, destaca-se também que Lobato (2019) resgata a perspectiva de Tarleton Gillespie (2010; 2017) sobre a *agência* das plataformas, que defende que esses serviços não são neutros, pois a partir de suas interfaces e seus algoritmos, de certa maneira afetam a construção das interações e o consumo dos usuários. Este ponto pode ser aplicado à Netflix pelo seu funcionamento a partir da lógica de algoritmo, que é capaz de moldar o consumo de um usuário a partir das recomendações. É claro que a escolha final de *assistir* ou *não assistir* ainda está nas mãos do espectador, mas como citado anteriormente, ao contrário da lógica linear da grade televisiva, é essencial para a Netflix incentivar um novo ciclo de *binge-watching*, e o algoritmo pode ser programado e reprogramado em várias direções. A

¹²⁹ “[...] intellectual property and commercial values are embedded in platforms and in ways that are more significant for capital accumulation and the expansion of power”. Tradução própria.

¹³⁰ “[...] is not open, social, or collaborative”. Tradução própria.

partir dessa perspectiva, uma plataforma que *apesar de não ser interativa no mesmo sentido que um serviço como o X*¹³¹, pode sim nortear mudanças culturais e de consumo a partir de sua configuração – como foi o caso da expressão já bem conhecida no nosso imaginário, “Netflix and chill” –, e isso está no centro da *plataformização*.

A expansão da Netflix a diferentes territórios a partir de 2011 e 2012, além de expandir seu negócio, também trouxe a necessidade de adaptar a sua produção audiovisual para conversar com as plateias locais, bem como a abertura de escritórios em alguns países-chave para a criação de uma comunicação de marketing para cada audiência, como parte da sua estratégia de caráter transnacional (JENNER, 2018). O licenciamento de conteúdo a partir de parcerias com empresas locais também se mostrou uma tentativa para melhorar a sua atuação nessas regiões fora dos Estados Unidos, como no caso da série norueguesa *Lilyhammer* (2012), a primeira co-produção da Netflix: após estreiar na televisão local, foi adquirida para transmissão exclusiva pela Netflix, que entra como co-produtora a partir da segunda temporada.

A primeira série totalmente produzida pela Netflix foi o drama político americano *House of Cards* (2013 – 2018). A partir da expansão do serviço a outras regiões, produções originais em língua não-inglesa começaram a ser produzidas pela plataforma, como a série alemã de ficção científica *Dark* (2017 – 2020).

Mas o serviço foi lançado internacionalmente primeiro na América do Norte, seguido da América Latina, partes da Europa e Oceania, regiões acostumadas com conteúdo em língua inglesa ou com consumo de conteúdo importado de forma geral. Sua atuação na Ásia só se iniciou de fato em 2015 a partir do Japão, que por sua vez se mostra um mercado de difícil acesso. Como previamente discutido, o Japão não ficou imune à produção televisiva estrangeira, pelo contrário, após a sua derrota na guerra a influência de produtos estadunidenses foi simplesmente inevitável. Mas esses produtos serviram como uma base para a invenção da forma japonesa de se pensar e criar conteúdo televisivo, resultando em mídias que foram abraçadas em outras partes do continente. A Netflix foi criticada no Japão à época de seu lançamento pelo seu catálogo de conteúdos ofertado, que tinha uma variedade muito baixa de produções nipônicas para um público que consome ferrenhamente sua produção doméstica. Cerca de 40% do catálogo eram licenciados japoneses e 60% eram produções estrangeiras, além de um grande déficit de opções de animação, uma das bases do conteúdo televisivo japonês, cultural e economicamente falando. Tal problema se deu pela

¹³¹ Antigo Twitter.

dificuldade encontrada de firmar parcerias com as principais redes de TV do país (LOBATO, 2019).

Mas uma parceria estabelecida com a Fuji TV trouxe as primeiras co-produções entre Netflix e Japão: o reality show *Terrace House: Boys & Girls in the City* (2015)¹³², parte da franquia *Terrace House* (2012 – 2020)¹³³, que segue a vida de seis participantes, três homens e três mulheres, que vivem na mesma casa enquanto tentam se conhecer, e o j-drama *Atelier* (2015)¹³⁴ (ARAUJO, 2016a; URBANO e ARAÚJO, 2017), sobre a jovem Mayuko Tokita, nascida e criada na região de Hokkaido no norte do Japão, que se muda para a movimentada Tóquio e começa a trabalhar na *Emotion*, uma marca de alta classe de design de lingerie, no caro e elitista distrito de Ginza. O drama acompanha a protagonista que tenta encontrar seu espaço no mundo da moda (e da cidade grande) e sua relação com a chefe e designer da *Emotion*, Mayumi Nanjo, personagem que se assemelha à editora da Vogue, Anna Wintour. O primeiro dorama co-produzido pela Netflix teve as características de um *trendy drama*.

Figura 8 – *Atelier* (2015), o primeiro drama co-produzido pela Netflix



Fonte: Netflix.

Lobato (2019, p. 128) aponta que garantir os direitos de licenciamento de produção local foi um desafio para a empresa em todos os países “[...] e isso se tornou um dos principais impulsionadores da decisão da Netflix de começar a produzir seu próprio conteúdo

¹³² テラスハウス ボーイズ&ガールズ イン・ザ・シティ (2015).

¹³³ テラスハウス (2012 – 2020).

¹³⁴ アンダーウェア.

em vez de licenciar de fornecedores não cooperativos”¹³⁵. Isso resultou em produções originais também dentro do Japão a partir de 2016. O j-drama de 10 episódios *Hibana: Spark* (2016)¹³⁶ foi o primeiro Original Netflix nipônico, baseado no livro *Spark* do autor Naoko Matayoshi. Segue a história do comediante de *stand-up* Tokunaga e sua jornada de aprendizagem com Kamiya, um famoso artista de *manzai*¹³⁷, um estilo tradicional de comédia japonesa.

A Netflix começa a atuar na Netflix em 2016, mas encontra um público já acostumado com opções de streaming de muita qualidade no país. A primeira tentativa em conteúdo original sul-coreano se deu a partir do filme *Okja* (2017)¹³⁸, do renomado diretor Bong Joon-ho. O filme conta com um elenco de atores ocidentais conhecidos mundialmente, como Paul Dano, Tilda Swinton e Jake Gyllenhaal, além do ator sul-coreano naturalizado americano, Steven Yeun, e mistura língua inglesa e língua coreana. Também conta com um casting sul-coreano poderoso nas mãos de Byun Hee-bong – ator renomado pela sua longa parceria com o diretor Bong Joon-ho –, Yoon Je-moon, Ahn Seo-hyun e Choi Woo-shik – que veio a participar de *Parasita* (2019) dois anos depois. A configuração do longa-metragem mostrou-se competente como um Original Netflix coreano a ser consumido globalmente, combinando duas línguas, um casting chamativo e criticando o capitalismo e a indústria de alimentos modificados, além de trazer uma marca eclética do cinema sul-coreano já apreciada internacionalmente a partir de nomes como o próprio Bong Joon-ho e Park Chan-wook.

Figura 9 – *Okja* (2017)



¹³⁵ “[...] and this became a key driver of Netflix’s decision to start producing its own content rather than licensing from uncooperative suppliers.” Tradução própria.

¹³⁶ 火花 (2016).

¹³⁷ 漫才.

¹³⁸ 옥자.

Fonte: IMDB.

Meimaridis, Mazur e Rios (2020) relatam que, após o sucesso do filme, além de licenciar *k-dramas* para o catálogo, a Netflix também comprou direitos exclusivos de exibição global de alguns dramas, começou a investir em produções e coproduções originais com atores sul-coreanos conhecidos pelos fãs da *Hallyu* e firmou parceria com um estúdio local já famoso na produção de dramas para criar títulos inéditos e também transmitir títulos anteriores de sucesso. Para os autores, a forma como a Netflix atua na Coreia do Sul está ligada à Onda Coreana:

Observa-se uma estratégia de se utilizar do sucesso da Onda Coreana para ir além da Coreia, na tentativa de chegar em países onde a Hallyu tem entrada mais facilitada do que a empresa estadunidense, especialmente nas nações do Leste e Sudeste Asiáticos. Assim, as produções sul-coreanas originais Netflix, facilmente dirigidas a esse público em razão de um histórico de importação de conteúdos televisivos da Coreia do Sul por esses países, se tornam veículos atrativos para a conquista de novos assinantes em novas partes do mundo. (MEIMARIDIS, MAZUR e RIOS, 2020, p.39).

No Brasil, o catálogo de dramas asiáticos era um tanto tímido no início da atuação da Netflix em 2011, espelhando o caráter de nicho que esses produtos carregavam no país. Urbano e Araújo (2017) apontam que a distribuição e o consumo de dramas estavam ligados à prática de *fansubbing*, ou seja, a legendagem não-oficial feita de fã para fã, que já havia se estabelecido previamente no meio das redes digitais do Brasil entre os fãs da cultura pop do Japão através dos animes e *tokusatsus*¹³⁹. As autoras explicam que estes dois últimos já haviam sido distribuídos pelas emissoras de TV daqui, mas o tratamento dado aos produtos não agradou aos fãs do entretenimento japonês, que tomaram as rédeas da legendagem e distribuição das obras em meio on-line. Os dramas asiáticos entram no mesmo fluxo de circulação e consumo digital, que eventualmente migra para a lógica de *streaming* (URBANO e ARAÚJO, 2017).

Neste contexto, as diferenças do streaming para o formato de televisão aberta precisam ser consideradas. Ao contrário de uma programação linear que acompanha o cotidiano, serviços como a Netflix não estão presos à mesma lógica. Enquanto a TV organiza o conteúdo em blocos de horário considerando a audiência, nos serviços de streaming os “[...] espectadores podem selecionar o consumo da televisão da mesma forma que selecionariam

¹³⁹ Séries live-action do Japão, com produções com foco em super-heróis, ação, monstros, pirotecnias e efeitos visuais.

um livro de uma biblioteca”¹⁴⁰ (LOTZ, 2017). A ausência de uma programação fixa como na TV tradicional faz com que as opções de consumo sejam sugeridas por uma lógica de algoritmo e, ao invés de seguir um fluxo de um *programa* para o *próximo* da grade, a Netflix tenta conduzir a audiência a *episódios em sequência*, na lógica de *binge-watching*¹⁴¹ ou “maratona”. O *binge-watching* é um processo centrado no usuário, que durante a sequência dos episódios entra em um processo denominado por Lisa Perks (2015) de *fluxo isolado*¹⁴². Esse processo só termina quando o espectador decide parar de assistir. Quando o processo é encerrado, não há programação a seguir, e o consumidor novamente se vê à frente de uma gama de opções da biblioteca da plataforma. O trabalho do algoritmo é fundamental para garantir o início de um novo fluxo, e isso é feito a partir das recomendações, descrições interessantes sobre cada episódio e *thumbnails*¹⁴³ atrativas. Essa tentativa de “pesca” ao usuário é chamada de *fluxo de entrada*¹⁴⁴ (PERKS, 2015; JENNER, 2018; CAMPOS PELLANDA, DE BARROS e BRITO, 2023).

Atualmente, a Netflix Brasil conta com mais de 100 *k-dramas* no catálogo, entre originais e licenciados, com novos títulos sendo adicionados e anunciados praticamente todos os meses, dos mais variados temas e gêneros, incluindo versões dubladas em português. A Netflix informou em 2021¹⁴⁵ que seu investimento em conteúdo sul-coreano, de 2015 a 2020, chegou a 700 milhões de dólares, e manifestou seu interesse em seguir por esse caminho com a abertura de dois novos estúdios próximos a Seul. Para 2023, a empresa prometeu ao menos trinta novos títulos originais, entre filmes e séries. Em 2024, mais títulos originais e co-produções chegaram ao catálogo e a tendência parece indicar que esse investimento não irá diminuir.

¹⁴⁰ “[...] viewers can select television viewing just as they might select a book from a library”. Tradução própria.

¹⁴¹ Segundo o Cambridge Dictionary, o ato de assistir vários episódios em sequência de uma mesma série ou programa.

¹⁴² Insulated flow. Tradução própria.

¹⁴³ Versões reduzidas de imagens, usadas para tornar mais fácil o processo de procura e reconhecimento. No caso da Netflix é utilizada uma cena do filme ou série.

¹⁴⁴ Entrance flow. Tradução própria.

¹⁴⁵ <https://about.netflix.com/en/news/expanding-our-presence-in-korea-netflix-production-facilities>. Acesso em 30 de Setembro de 2021.

4 SQUID GAME (2021) E A NETFLIX NA CRISTA DA ONDA COREANA

Lançado globalmente em 17 de Setembro de 2021, *Squid Game* (2021) – ou *Round 6* (2021), como foi batizado no Brasil – é um *k-drama* de 9 episódios criado, escrito e dirigido por Hwang Dong-hyuk para a Netflix. A obra é uma mistura de thriller, suspense, drama e horror e destaca as disparidades econômicas e sociais causadas pelo capitalismo. *Squid Game* (2021) se tornou o primeiro drama coreano a liderar o ranking global de séries da Netflix, que afirmou que a obra foi assistida por cerca de 142 milhões de famílias mundialmente nos primeiros 28 dias pós-lançamento (THE GUARDIAN, 2021), ultrapassando a série de língua-inglesa *Bridgerton* (2020), que detinha o recorde da plataforma com 82 milhões (THE VERGE, 2021).

O enredo acompanha um grupo de 456 pessoas que estão passando por grandes dificuldades financeiras e são convidadas a participar de um jogo em troca de um prêmio em dinheiro de 45.6 bilhões de wones, equivalente a cerca de 200 milhões de reais. Os participantes não sabem a priori que a competição na verdade é mortal: a cada jogo – seis diferentes ao todo –, os perdedores são assassinados e apenas um pode sair vivo da competição. Todos os jogos são baseados em brincadeiras infantis presentes no imaginário sul-coreano.

A história gira em torno do protagonista Seong Gi-hun, interpretado pelo ator Lee Jung-jae, mas dá destaque ao um casting extenso de personagens, que têm suas histórias pessoais reveladas ao longo dos episódios:

- **Seong Gi-hun** (interpretado por Lee Jung-jae): Protagonista e o último participante a entrar na competição, se tornando o número 456. Gi-hun é um homem de meia-idade que vive com a mãe idosa, esta que segue trabalhando apesar da idade avançada. Como todos os outros participantes, ele tem problemas financeiros e grandes dívidas. Gi-hun entra no jogo após descobrir que sua única filha vai se mudar para os Estados Unidos com a ex-esposa e seu novo marido.
- **Cho Sang-woo** (interpretado por Park Hae-soo): Amigo de infância de Gi-hun. Ambos cresceram no mesmo bairro mas, ao contrário de Gi-hun, Sang-woo era considerado um estudante prodígio por ter sido aceito na Universidade

Nacional de Seul, considerada a mais prestigiada da Coreia. Jogador número 218.

- **Kang Sae-byeok** (interpretada por Jung Ho-yeon): Sae-byeok fugiu da Coreia do Norte e agora vive na Coreia do Sul com seu irmão mais novo. O resto da família segue na província de Hamgyong do Norte e ela precisa de dinheiro para trazê-la ao Sul. Jogadora número 067.
- **Oh Il-nam** (interpretado por O Yeong-su): Um homem idoso que aparenta ter uma saúde frágil. Yeong-su é o jogador número 001, significando que ele foi o primeiro a entrar na competição. Yeong-su afirma ter um tumor cerebral e diz preferir participar do jogo à esperar pela sua morte por câncer. É o primeiro jogador que o protagonista Gi-hun conhece.

Figura 10 – Personagens de *Squid Game* (2021). Da esquerda para a direita e de cima para baixo: Gi-hun, Sang-woo, Sae-byeok e Il-nam.



Fonte: Netflix.

- **Ali Abdul** (interpretado por Anupam Tripathi): Ali migrou do Paquistão para a Coreia do Sul com a família. De natureza bondosa e por vezes ingênua, Ali é enganado pelo patrão, que retém seu salário. Ele entra no jogo para conseguir sustentar a sua família. É o jogador número 199.
- **Jang Deok-su** (interpretado por Heo Sung-Tae): Jogador número 101. Deok-su é um gângster que tem dívidas com seu chefe e o resto da gangue. Ele se mostra um homem sem escrúpulos nem caráter nos primeiros minutos de competição e tende a trapacear.
- **Hwang Jun-ho** (interpretado por Wi Ha-Joon): Um policial que está em busca do seu irmão que participou dos jogos anteriores e desde então está desaparecido. Jun-ho se disfarça como um dos guardas do jogo para descobrir mais sobre a organização e o paradeiro de seu irmão mais velho.
- **O Líder, ou *Front Man*** (interpretado por Lee Byung-hun): Um homem misterioso que esconde sua identidade e comanda o jogo.

Figura 11 – Personagens de *Squid Game* (2021). Da esquerda para a direita e de cima para baixo: Ali, Deok-su, Jun-ho e O Líder.



Fonte: Netflix.

A competição acontece em uma ilha aparentemente isolada. Os jogadores são vestidos com roupas de treino na cor verde, com seu número representativo estampado no lado esquerdo do peito. Os guardas que trabalham na ilha e monitoram os jogos usam um macacão rosa avermelhado e uma máscara cobrindo suas identidades. Cada máscara carrega um dos seguintes símbolos: um triângulo, um círculo ou um quadrado. Eles são comandados por um homem de vestimentas escuras e uma máscara preta. Tanto os guardas quanto o homem não possuem nomes: os guardas recebem uma numeração e o homem é simplesmente o *Front Man*, ou Líder.

O número de jogadores vai se reduzindo a cada jogo, conforme as eliminações acontecem. Em ordem, os seis jogos são:

- **Batatinha Frita, 1, 2, 3** – “*A flor Mugunghwa*¹⁴⁶ *floreceu*”¹⁴⁷ como é conhecido em coreano é o primeiro jogo da competição. O objetivo do jogo é cruzar a linha de chegada em até cinco minutos. Um robô gigante em forma de boneca é posicionado perto da linha de chegada. Os jogadores podem avançar apenas enquanto a boneca diz *Batatinha Frita, 1, 2, 3*¹⁴⁸. Quando a frase termina, a boneca vira a cabeça em direção aos participantes e todos devem permanecer imóveis até uma nova contagem. O jogo eliminou 255 participantes.
- **Colmeia de Açúcar** – Em coreano *Ppopgi*¹⁴⁹ ou *Dalgona*¹⁵⁰. Os participantes recebem um doce *dalgona* e uma agulha. Os doces são marcados com um dos quatro tipos de desenho: estrela, círculo, triângulo e guarda-chuva. O objetivo do jogo é separar o desenho do resto do doce utilizando a agulha, sem quebrar o formato. O jogo eliminou 79 participantes.
- **Cabo de Guerra**¹⁵¹ – Times com 10 participantes cada se enfrentam em uma disputa de cabo de guerra. O time perdedor de cada disputa é eliminado. O jogo eliminou 40 participantes.

¹⁴⁶ Em português, Lírio-da-síria ou Rosa de Saron. É a flor símbolo da Coreia do Sul.

¹⁴⁷ 무궁화 꽃이 피었습니다.

¹⁴⁸ Tradução escolhida em português.

¹⁴⁹ 뽑기.

¹⁵⁰ 달고나.

¹⁵¹ Juldaligi (줄다리기).

- **Bolinhas de Gude** – O objetivo é ganhar todas as bolinhas do oponente. As disputas são feitas em dupla e os dois participantes devem decidir como irão competir. Um jogador é eliminado entre os dois. O jogo eliminou 22 jogadores.
- **Ponte de Cristal** – O objetivo é atravessar a ponte de vidro sem cair e antes do limite de tempo de 16 minutos. Os participantes formam uma fila a partir de uma ordem pré-definida¹⁵². A ponte consiste em duplas de blocos de vidro onde um bloco é feito de vidro temperado que suporta o peso de até duas pessoas e o outro é feito de vidro normal, que se quebra ao pisar. O jogador deve pular nos blocos corretos para conseguir atravessar a ponte. O jogo eliminou 13 participantes.
- **Jogo da Lula** – O último jogo da disputa. A área do jogo é em formato de lula, feita com uma junção de formas geométricas. A disputa é dividida entre atacante e defensor. O atacante precisa chegar até o triângulo pequeno que representa a cabeça da lula e o defensor precisa impedir, empurrando-o para fora do campo ou o derrotando dentro do campo. O jogo tem 1 vencedor.

A natureza dos jogos coloca os participantes em situações de dilema moral. Alguns deles colocam a sobrevivência em primeiro lugar e estão dispostos a trair e até matar com as próprias mãos outros jogadores. Outros sofrem com a ideia de que jogadores serão eliminados e tentam formar alianças para se proteger.

Durante a progressão dos episódios, é revelado que a competição é uma espécie de espetáculo para uma elite rica, vinda de diversas partes do mundo, os “VIP”. Eles protegem sua identidade com máscaras douradas em formato de cabeça de animal e fazem apostas. Também é revelado que essa é a 33ª edição do *Squid Game*, que é realizado desde 1988.

Gi-hun se torna o vencedor da competição e volta ao mundo real, mas vive em culpa pela experiência e se recusa a usar o dinheiro. A história termina com Gi-hun decidindo destruir a organização e parar com os jogos.

¹⁵² Cada um escolheu uma jaqueta numerada de 1 a 16, antes de saberem o motivo.

4.1 Episódio I - Batatinha Frita, 1, 2, 3

Seguindo a base do trabalho de Manuela Penafria (2009), que defende que uma análise fílmica consiste em *decompor* o filme e a partir disso *interpretar* seus elementos, o enredo de *Squid Game* (2021) será descrito considerando início, meio e fim da série, mas uma descrição mais detalhada será aplicada particularmente ao primeiro episódio.

Como um segundo recurso para o entendimento deste drama coreano, a Análise de Conteúdo foi escolhida como mais um pilar de auxílio às questões que norteiam esse trabalho. Este tipo de análise concentra-se no tema da obra, sobre o que ela se trata e o que ela fala a respeito. Visto que propõe-se identificar e compreender como *Squid Game* (2021) se configura a partir da estrutura dos dramas coreanos como “comunicadores da cultura coreana” e como um produto que se apresenta como passível de *diálogo para além das suas fronteiras*, este tipo de análise se mostra fundamental. Não haverá decupagem das cenas no sentido de planos, enquadramento e ângulos de câmeras pois essas especificidades não são de interesse da proposta aqui estabelecida.

O episódio I foi escolhido a partir de um dos conceitos já citados: o processo de *fluxo de entrada* e *fluxo isolado* como definido por Lisa Perks (2015). Como sendo um produto original Netflix, ou seja, produzido com o intuito de lançamento e consumo *dentro de uma plataforma de streaming* especificamente, é de interesse que um produto como *Squid Game* (2021), assim como outras obras presentes no catálogo, mantenham o espectador no fluxo que permite um processo de *binge watching*. Esse processo é ainda mais estimulado a partir de lançamentos únicos e diretos, ou seja, séries que entram automaticamente completas no catálogo, como é de praxe para os Originais Netflix de ficção serializada¹⁵³, e que podem ser assistidos do início ao fim sem uma lógica de grade de horário. Seguindo esse raciocínio, entende-se aqui que o primeiro episódio é de extrema importância para instituir esse fluxo isolado e sua conservação.

O episódio I, intitulado *Batatinha Frita, 1, 2, 3*, instituiu pontos fundamentais ao restante da série. Vai apresentar ao espectador o universo do protagonista Gi-hun; o processo de recrutamento para a competição; a maioria dos *players* de maior relevância para a narrativa

¹⁵³ É claro que existem dramas asiáticos que são lançados na plataforma a partir de episódios semanais, e eles ainda assim levam a nomenclatura de “Original Netflix” pelo seu tipo de licenciamento. Há uma certa ambiguidade sobre o termo. Mas considera-se aqui como *Original Netflix* os dramas que são lançados a partir de uma exibição exclusiva da Netflix, ou seja, não são lançados previamente em canais de televisão. É o caso de originais como *Stranger Things*, *House of Cards*, *Bridgerton* e o próprio *Squid Game*.

(essencialmente o elenco principal); o “vilão”; e o primeiro jogo da série de 6, que estabelece o padrão e estilo do que se pode esperar dos próximos episódios.

A primeira parte do episódio apresenta a brincadeira *Jogo da Lula* e institui sua origem sul-coreana. O personagem Seong Gi-hun faz sua primeira aparição aqui, inicialmente como narrador, a partir de um flashback em preto e branco do jogo da sua infância: “Minha cidade chamava esse jogo de Jogo da Lula”. O jogo é apresentado a partir do seu formato e suas regras.

As crianças são divididas em dois grupos, o ataque e a defesa. A defesa joga dentro do traçado, que representa o corpo da lula, e pode correr livremente. Já o ataque joga do lado de fora pulando em um só pé. Se um atacante conseguir passar pela defesa e passar pela metade da lula, ele pode jogar com as duas pernas. Esse feito é chamado de *inspetor secreto*.

Depois disso, os atacantes se reúnem na entrada da lula, representada por um círculo, e entram para o ataque. Para vencer, eles precisam tocar um espaço pequeno em formato de triângulo na cabeça da lula com o pé, enquanto a defesa tenta impedir. A defesa vence se empurrar o ataque para fora do desenho da lula. Se isso acontecer, o atacante “morre”. Se o atacante conseguir com sucesso entrar no triângulo na cabeça da lula, ele “vive”. A narrativa de Gi-hun não tem um tom feliz, é sóbria. Esse tom pesado da fala se contrasta com a memória das crianças felizes durante o jogo. Pode-se entender que talvez o passado seja muito diferente do presente.

Figura 12 – As crianças jogando o Jogo da Lula



Fonte: Netflix, captura de tela.

Nos dias atuais, vemos que Gi-hun mora com a mãe idosa e não tem um emprego fixo. Ele recebe alguns trocados da mãe para comprar um presente de aniversário para a filha, ficando implícito que ela mora com a ex-esposa. Também descobrimos que ele rouba dinheiro da própria mãe para gastar em apostas de corrida de cavalo.

O dinheiro que Gi-hun secretamente saca da conta da mãe é usado para apostar no cavalo número 9, que perdeu. O vício em apostas fica indicado quando ele, mesmo tendo perdido a primeira corrida, aposta novamente em outro número. Dessa vez, ele acerta o vencedor e recebe 4 milhões de wones. Inicialmente, ele ia levar a filha para jantar frango frito, prato típico e barato da Coreia, mas após a vitória, liga para ela extasiado e diz que ela pode escolher um jantar mais caro e que vai ganhar um grande presente.

Mas antes de sair da casa de apostas, ele é perseguido por agiotas a quem deve dinheiro. Durante a perseguição ele perde o envelope com 4 milhões de wones. Gi-hun leva uma surra, e é forçado a assinar um contrato de renúncia à integridade física com os agiotas e recebe o prazo de um mês para pagar toda a dívida. Após perder todo o dinheiro que ganhou, tudo o que resta é uma nota de 10 mil wones. O presente de aniversário da filha acaba sendo de uma máquina de pegar pelúcias e uma porção de *tteokbokki*, uma comida de rua tradicional da Coreia do Sul – e mais barata que frango frito –, feita de bolinhos de arroz cozidos em molho picante. O presente veio em uma caixa preta com um laço rosa e no fim não se tratava de uma pelúcia, mas um isqueiro em formato de arma. Fica claro para o espectador que Gi-hun, além de tomar decisões erradas, também é um azarado.

Figura 13 – Seong Gin-hun



Fonte: Netflix, captura de tela.

Ao tentar voltar para casa, Gi-hun perde o metrô. Derrotado, ele senta para aguardar o próximo trem. Um homem alto e bem vestido, com terno, gravata e carregando uma mala preta, senta ao seu lado. O homem chama Gi-hun de “senhor” e pergunta se ele tem um minuto, ao que Gi-hun se afasta respondendo: “Não acredito em Jesus”. O homem, que a partir daqui será referido apenas como o Vendedor, tenta falar mas se silencia ao ter o isqueiro em formato de arma apontado para si. Gi-hun diz que vem de um lar budista e pede para ele ir embora.

O Vendedor pergunta se Gi-hun quer jogar um jogo. Ele abre a mala preta e revela dois quadrados formados a partir de dobraduras de papel, um da cor vermelha e outro da cor azul, e bolos de notas de 50 mil e 10 mil wones. Ele pergunta “o senhor já jogou *Ddakji*, não?” e diz que Gi-hun vai ganhar 100 mil wones cada vez que ganhar mas, se perder, Gi-hun deve pagar 100 mil wones a ele. Esse é o segundo jogo apresentado na série.

Ddakji consiste em dois jogadores tentando virar o envelope um do outro, de certa forma parecido com o jogo de virar as cartas com uma batida de mão ou os jogos de tazo dos anos 1990. O jogador arremessa seu *ddakji* com força em cima do *ddakji* do oponente na tentativa de virá-lo para cima.

Figura 14 – O Vendedor e o jogo de *Ddakji*

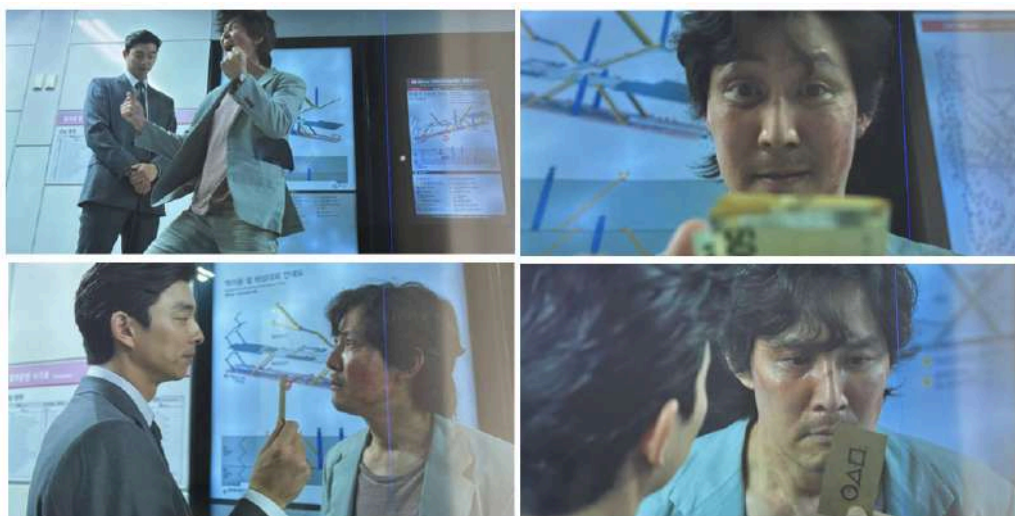


Fonte: Netflix, captura de tela.

Gi-hun perde a primeira rodada mas não tem dinheiro para pagar os 100 mil wones, então o Vendedor diz que ele pode pagar com o corpo e dá um tapa na cara dele. A partir

disso, Gi-hun pede para jogar mais uma vez. Ele perde tantas vezes que fica com o rosto vermelho, mas após muitas tentativas finalmente consegue virar o envelope do adversário. Ele ganha seus primeiros 100 mil wones e decide seguir jogando. Ao final, ele ganha uma quantia considerável de dinheiro. Após o final do ddakji, o Vendedor entrega o convite do que virá ser a competição. O convite tem as formas geométricas do jogo da lula apresentado no início da história (que também compõem o logo da série): um círculo, um triângulo e um quadrado.

Figura 15 – O convite para o jogo



Fonte: Netflix, captura de tela.

Gi-hun inicialmente não pensa muito a respeito do convite, mas ao voltar para casa descobre que a filha vai se mudar para os Estados Unidos com a mãe e o padrasto. A mãe de Gi-hun diz que se ele provar que tem dinheiro o suficiente, ele pode lutar pela guarda da filha. Ele decide ligar para o número no cartão.

Uma van busca Gi-hun no lugar marcado para o encontro. O motorista do carro é uma figura misteriosa vestida com um capuz rosa. O motorista pergunta “qual é a senha?” ao que Gi-hun responde “batatinha frita, 1, 2, 3”. Ele é autorizado a entrar no carro, onde outros participantes já estão, porém todos estão dormindo. Um gás branco é solto em cima dele, que apaga como os outros.

Ele acorda no que virá a ser a sala principal dos participantes: um local com paredes altas e uma grande quantidade de beliches, um por cima do outro, onde cada participante está dormindo. Todos estão vestidos da mesma maneira: um conjunto de jaqueta atlética e calças na cor verde, uma camiseta branca por baixo e um par de tênis brancos. Cada jaqueta tem um número que representa o jogador: Gi-hun é o número 456. Todos na sala são observados a

partir de uma quantidade de câmeras dispostas na sala, por guardas de vestimenta rosa avermelhada e máscaras com algum dos símbolos da competição. Eles observam tudo através de uma sala de controle com vários monitores. O homem de vestes escuras, o Líder, aparece na sala de transmissão.

Figura 16 – Os jogadores acordam na sala de convivência do jogo enquanto são monitorados por guardas e pelo Líder



Fonte: Netflix, captura de tela.

A partir daqui conhecemos outros jogadores relevantes: o idoso Oh Il-nam, número 001, a norte-coreana Kang Sae-byeok, número 067 e o gângster Jang Deok-su, número 101. Il-nam conta para Gi-hun que tem um tumor no cérebro. Deok-su agride Sae-byeok: os dois já se conheciam do lado de fora, estabelecendo uma relação prévia entre ambos os personagens. Gi-hun também a conhecia previamente: durante a perseguição dos agiotas no início do episódio, ele perde o envelope com 4 milhões de wones ao esbarrar nela.

Os guardas aparecem e a briga se encerra. Eles explicam que todos ali participarão de uma série de seis jogos e quem vencer receberá um prêmio em dinheiro. Os jogadores reagem com desconfiança, afinal todos foram dopados durante o transporte até lá, além de terem seus telefones confiscados. Outro personagem importante é introduzido: Cho Sang-woo, que mais tarde é reconhecido por Gi-hun como sendo seu amigo de infância e “orgulho do bairro”. Sang-woo tinha um cargo importante em uma empresa de investimentos, mas roubou dinheiro de seus clientes e perdeu tudo. Os guardas citam a ficha dos jogadores – nome, idade e dívidas – para ressaltar que todos ali têm algo em comum: todos estão vivendo no limite. A equipe do jogo deixa claro que eles estão ali por livre e espontânea vontade e dão

a eles uma última opção: “Desejam voltar às suas vidas miseráveis, perseguidos por credores? Ou vão aproveitar a última oportunidade que estamos oferecendo?”.

Os jogadores perguntam que tipos de jogos vão jogar e de quanto é o prêmio em dinheiro. Os jogos não são revelados para manter a neutralidade da competição. Um gigante cofre transparente em formato de porco sai do teto e o valor será revelado apenas ao final do primeiro jogo. Quem não quiser participar pode desistir a partir de agora. Os jogadores formam filas para assinar o termo de consentimento do jogo: 1. O jogador não pode parar de jogar; 2. Quem se recusar a jogar será eliminado; 3. A maioria decide se quer encerrar os jogos. Todos decidem assinar.

Figura 17 – As regras do jogo são explicadas e eles assinam o termo de consentimento



Fonte: Netflix, captura de tela.

Os participantes são encaminhados para o primeiro jogo. Entrando no local da competição, vêem se tratar de um lugar enorme, com paredes coloridas. Cada um é cadastrado a partir de um monitor e uma câmera. Na tela, a instrução “Por favor, olhe para a câmera”, um desenho de rosto redondo com um sorriso e a palavra *SORRIA* escrita em inglês e letras maiúsculas. Uma voz diz “smile!” e a foto é tirada, cadastrando cada um dos jogadores e seu respectivo número. As fotos aparecem na sala de controle de transmissão. A partir disso, os jogadores se encaminham através de inúmeras escadas presente na sala, formando quase um labirinto, e finalmente chegam no local do primeiro jogo.

O Líder, ainda desconhecido por todos os jogadores, se encaminha para um local de aparência totalmente oposta à sala colorida: um ambiente requintado de cores escuras, com

um lustre no teto e um sofá de couro. O Líder atende um telefone antigo e fala em inglês “Aqui é o Líder. Tudo pronto para o primeiro jogo. Podemos começar”¹⁵⁴.

Figura 18 – Cadastro dos jogadores



Fonte: Netflix, captura de tela.

O jogo acontece em uma área com chão de terra e é cercado por paredes de todos os lados. As paredes são estampadas com paisagens que ilustram um grande campo com vegetação verde e, apesar da artificialidade, dão uma sensação de fundo infinito, como no *Show de Truman*. Do lado oposto aos jogadores, há uma árvore sem folhas e com os galhos secos. Em frente à ela, uma boneca gigante com articulações, encarando os participantes. Ao lado da boneca, dois guardas. Não há pretensão em mostrar a boneca em uma forma humana realista. O primeiro jogo é *Batatinha frita, 1, 2, 3*.

Uma narração informa as regras e a boneca – um robô – se vira em direção à árvore e de costas para os competidores. Os jogadores podem avançar quando a boneca cantar *batatinha frita, 1, 2, 3* e se seu movimento for detectado depois, o jogador é, então, eliminado. Os participantes ficam confusos com a escolha do jogo, por se tratar de uma brincadeira boba da infância. Quem ultrapassar a linha de chegada antes do tempo de cinco minutos, vence.

O jogo começa e a primeira eliminação acontece: os olhos do robô detectam o movimento do jogador 324 e ele leva um tiro. Os outros jogadores não entendem

¹⁵⁴ *This is the Front Man speaking. Preparations for the first game are completed. We can begin now.* Foi utilizada a tradução como está na legenda.

imediatamente o que aconteceu, e voltam a avançar quando a boneca começar a cantar novamente. O jogador 250, que estava logo atrás do jogador eliminado, se aproxima e percebe que o participante, caído no chão, tosse sangue. Ele se assusta e corre na direção oposta, causando sua própria eliminação com um tiro no peito. Isso faz todos os outros entenderem que a eliminação significa a morte, e uma histeria em massa se estabelece quando todos começam a tentar fugir do campo. A cena é brutal: enquanto alguns jogadores ficam paralisados de medo, os que tentam fugir morrem praticamente em efeito dominó.

As fotos dos participantes, exibidas na sala de transmissão para os guardas que supervisionam o jogo, se apagam conforme as eliminações. Enquanto o Líder, na sua própria sala, sentado com uma postura relaxada, serve um whiskey de aparência cara e assiste às mortes por uma televisão, semelhante à forma que o espectador real da série também assiste.

Figura 19 – Batatinha Frita, 1, 2, 3.



Fonte: Netflix, captura de tela.

Uma voz reforça as regras do jogo novamente – se seu movimento for detectado depois, você é eliminado –, enquanto as pilhas de corpos dos jogadores mortos estão caídos frente às portas por onde todos passaram anteriormente. A boneca se vira e canta novamente, mas os jogadores que ainda estão vivos seguem paralisados, sem coragem de seguir. Apenas o jogador 001, o idoso Il-nam que Gi-hun conhece na sala de convivência, segue avançando,

com o rosto demonstrando excitação e divertimento. Seguindo o exemplo dele, os jogadores vivos voltam a avançar, mas Gi-hun segue imóvel, no chão. Sang-woo, amigo de infância dele, se aproxima e explica que a boneca tem um sensor de movimento nos olhos e que, se ele se esconder atrás de alguém, não será pego. Sang-woo também relembra que o tempo está correndo: restam apenas dois minutos. Outras eliminações acontecem conforme alguns conseguem avançar. O ritmo do canto da boneca também vai acelerando para dificultar o jogo.

O Líder, assistindo tudo em sua própria sala, usa um controle para ligar uma espécie de miniatura com bonequinhos de madeira representando uma banda e uma cantora se apresentando em um bar de jazz, ao som da música *Fly Me To The Moon* de Frank Sinatra, cantada com voz feminina. Enquanto a música romântica toca, o espectador vê os participantes correndo desesperados em câmera-lenta, bem como suas mortes de forma explícita. O sangue jorra em câmera lenta.

A música segue enquanto os primeiros jogadores conseguem atravessar a linha de chegada. No clímax da música, Gi-hun tropeça no braço de um dos corpos e quase cai ao fim da contagem da boneca. A música pausa nesse momento. Mas Gi-hun é segurado por outro participante, Ali Abdul, jogador 199, pela gola da jaqueta. A situação é angustiante. Quando a boneca vira novamente em direção à árvore, a música volta a tocar e os dois correm, atravessando a linha de chegada no limite do tempo. Os jogadores que restaram no campo são eliminados um a um.

Figura 20 – Ao som de *Fly Me To The Moon*, os jogadores tentam desesperadamente vencer o jogo.



Fonte: Netflix, captura de tela.

Os sobreviventes olham para cima enquanto o telhado, antes aberto revelando o céu verdadeiro, começa a se fechar sobre suas cabeças, revelando ao espectador que todos estão isolados em uma ilha. O episódio termina.

4.1.1 Elementos Sul-Coreanos: Os jogos da Coreia do passado

Destacam-se aqui alguns elementos culturais da Coreia do Sul presentes nesse *k-drama*, como é de se esperar do formato. O episódio *Batatinha Frita, 1, 2, 3*, começa imediatamente apresentando o **Jogo da Lula**, uma brincadeira infantil do imaginário sul-coreano. A narrativa explica em detalhes as regras do jogo e seu funcionamento, ao invés de simplesmente citá-la como algo que o espectador já deveria conhecer. Não se firma obrigatoriamente como familiar para quem assiste e não se intimida de talvez parecer “estrangeira”, ao mesmo tempo que dedica os primeiros minutos do primeiro episódio, a porta de entrada para toda a narrativa e para a primeira impressão do espectador, a um elemento tradicionalmente sul-coreano.

O jogo da lula já se estabelece como extremamente importante para a história não apenas pelo próprio nome da obra – que infelizmente não foi adotado na tradução brasileira, mas é dessa forma referido internacionalmente – mas também pela forma que é retratado: uma cena em preto e branco, uma narrativa que indica uma memória de infância, a vitória de

Gi-hun e seus amigos (mesmo que ele ainda não seja conhecido pelo espectador nesse momento) quase como se estivessem comemorando um gol importante na Copa do Mundo. Por mais que o jogo da lula não seja necessariamente familiar na perspectiva ocidental, a forma como esse elemento narrativo foi tratado pode gerar um certo grau de identificação.

Figura 21 - Jogo da lula



Fonte: Netflix, captura de tela.

O jogo de *ddakji* que é apresentado no mesmo episódio também possui essa natureza cultural. *Ddakji* não recebe o mesmo grau de detalhes explicativos quanto o jogo da lula, mas é justificável pelo seu grau de entendimento, por se tratar de um jogo muito mais simples. Ao contrário do jogo da lula, *ddakji* (que mantém esse nome na legenda em português), tem uma lógica parecida com brincadeiras encontradas no Brasil, como os já citados jogos de tazo, populares nos anos 1990 e início dos anos 2000. Quando *ddakji* entra na narrativa, Gi-hun já foi apresentado como um personagem que toma decisões precipitadas mas que, além da falta de juízo e de sorte, também nutre um amor sincero pela filha. De certa maneira é difícil não torcer por ele ou se identificar em algum grau com um personagem tão falho, e isso é importante em uma obra ambientada em um local geograficamente tão distante quando se trata de um consumo global.

Ddakji não é o único elemento apresentado nessa parte. O Vendedor, assim apelidado pois seu verdadeiro nome nunca é revelado, é interpretado pelo ator **Gong Yoo**, que faz uma participação especial no drama. A participação especial de um ator tão icônico da *hallyu* acaba sendo um ponto de destaque. Gong Yoo, além de protagonizar filmes icônicos como *Train to Busan*¹⁵⁵ (2016) – “Invasão Zumbi” no Brasil –, foi protagonista de *k-dramas* clássicos como *Coffee Prince*¹⁵⁶ (2007) e *Goblin* (2016), também referenciado como *Guardian: The Lonely and Great God*, este um dos *k-dramas* contemporâneos mais famosos entre os consumidores do formato dentro e fora da Ásia a partir de serviços de *streaming*. A participação de Gong Yoo funciona como um *easter egg*¹⁵⁷ para os fãs da cultura pop da Coreia e, quando se considera que *Squid Game* (2021) é um *k-drama* presente em uma plataforma global e distribuído dessa maneira, é como se a onda coreana fizesse uma referência a si mesma.

Figura 22 - O ator Gong Yoo como o *Vendedor*.



Fonte: Netflix, captura de tela.

O último jogo apresentado neste episódio é **Batatinha Frita, 1, 2, 3**, que também dá nome a ele. Narrativamente, esse jogo tem elevada importância principalmente por ser o primeiro apresentado na competição, estabelecendo o peso do que virá a ser a disputa para os participantes. Também muda consideravelmente o tom da série para o espectador: antes disso, compreende-se que a vida do protagonista Gi-hun não tomou um rumo favorável e que ele tem graves problemas financeiros, mas a personalidade do próprio traz um certo humor ao seu infortúnio. O caminho até o primeiro jogo é colorido e um tanto absurdo, representado pela estética colorida das paredes e a quantidade de escadas, além do cadastro dos jogadores, que

¹⁵⁵ *Train to Busan* (2016).

¹⁵⁶ 커피프린스 1호점.

¹⁵⁷ Uma expressão conhecida em relação aos produtos culturais como um elemento “surpresa” para o consumidor.

ressalta ainda mais a personalidade um tanto tola de Gi-hun. A primeira morte da competição, o jogador 324 que tem seu movimento detectado pela boneca, é um divisor de águas não apenas para os personagens mas também para o espectador.

Batatinha Frita, 1, 2, 3 também funciona como um forte elemento de destaque da cultura coreana. Infelizmente, a partir do processo de tradução para a distribuição global, o nome original não é mantido. Muito é perdido a partir disso, já que o espectador internacional não familiarizado com a língua coreana não verá uma tradução como “*A flor Mugunghwa floresceu*”. Mas o processo de glocalização aplicado na tradução desse jogo, como no caso de *Red Light, Green Light*, como traduzido em inglês e *Batatinha Frita 1, 2, 3* em português, ao menos funciona como um possível elemento de identificação entre a Coreia e outros países que possam ter um jogo similar. De toda forma, o jogo fomentou pesquisas interessantes no Brasil durante o lançamento da série: uma pesquisa do termo *Coreano* (idioma) no Google Trends considerando o ano de 2021 mostra o maior pico do período de doze meses a partir do lançamento da série.

Figura 23 – Captura de tela da pesquisa do termo Coreano (idioma) no Google Trends no período de 01/01/2021 a 31/12/2021, com destaque em vermelho.



Fonte: Google Trends¹⁵⁸

As pesquisas relacionadas à essa busca também são interessantes: ao menos quatro delas tem relação direta com o k-drama: **(1)** batatinha frita 123 em coreano, **(2)** round 6, **(3)** batatinha frita 123 e **(4)** batatinha frita 123 em coreano letra. Mesmo com a tradução muito diferente do nome original, houve um interesse de uma parte do público na versão coreana da música apresentada na série, que elevou a busca do idioma como um todo.

¹⁵⁸ Fonte:

<https://trends.google.com/trends/explore?date=2021-01-01%202021-12-31&geo=BR&q=%2Fm%2F02hwhyv>.

Figura 24 - Captura de tela das pesquisas relacionadas à pesquisa exposta na Figura 8.



The image is a screenshot of the Google Trends 'Pesquisas relacionadas' (Related searches) section. At the top, there is a header with the text 'Pesquisas relacionadas' followed by a question mark icon. To the right of this header is a dropdown menu currently set to 'Em ascensão' (Rising), and three icons: a download arrow, a compare icon (<>), and a share icon. Below the header is a list of five related searches, each with a rank number, the search term, and a description of the trend. Each item also has a vertical ellipsis icon to its right.

Ranque	Pesquisa	Tendência
1	batatinha frita 123 em coreano	Aumento repentino
2	round 6	Aumento repentino
3	batatinha frita 123	Aumento repentino
4	coreano online 2.0	Mais 4.650%
5	batatinha frita 123 em coreano letra	Mais 2.150%

Fonte: Google Trends¹⁵⁹.

4.1.2 Elementos Sul-Coreanos: Os indivíduos da Coreia moderna

Os três jogos supracitados aparecem em destaque no primeiro episódio, mas outros elementos de significação da Coreia do Sul também marcam presença. Um deles é a partir da personagem Kang Sae-byeok, que é uma desertora norte-coreana. Sua origem fica estabelecida a partir da briga entre a personagem e o gângster Jang Deok-su no mesmo episódio, que diz que ela o traiu (implicando que ela fazia parte da mesma gangue que ele) ao que ela responde que apenas foi embora após ter se cansado de ser explorada por ele¹⁶⁰. Com ironia, ele a chama de ativista em tom pejorativo e diz para ela “agitar uma bandeira da Coreia do Norte”. Neste episódio, a nacionalidade de Sae-byeok é apenas mencionada, mas ao decorrer da história o espectador descobre os detalhes de sua vida como desertora: Sae-byeok fugiu para a China com o irmão mais novo e a partir disso foi para a Coreia do Sul, e precisa de dinheiro para pagar um *corretor* – uma pessoa contratada para auxiliar na fuga dos norte-coreanos através das fronteiras chinesas – para trazer o resto da família. A vida como desertora na Coreia capitalista não é muito melhor. Sae-byeok, além de ter se envolvido com trabalho sujo a partir da gangue de Deok-su, também teve o dinheiro que juntou para

¹⁵⁹ Fonte:

<https://trends.google.com/trends/explore?date=2021-01-01%202021-12-31&geo=BR&q=%2Fm%2F02hwhyv>.

¹⁶⁰ É revelado em outro episódio que Deok-su roubava o dinheiro de seus subordinados e também de seu superior na organização.

resgatar a família roubado por um corretor e teve que deixar seu irmão mais novo morando provisoriamente em um orfanato. Seu modo de falar também é diferente do coreano usado pelos outros personagens, pois o dialeto de Seul tem algumas diferenças em relação ao dialeto adotado em Pyongyang, porém isso não é facilmente perceptível para os espectadores sem conhecimento da língua.

Outro personagem que retrata a dificuldade de pessoas refugiadas na Coreia é o paquistanês Ali Abdul. Sua participação é curta no primeiro episódio, seu maior destaque é ao final do primeiro jogo quando ele salva o protagonista Gi-hun de cair e ser eliminado, mas a cena dá indícios ao espectador de que Ali é um homem com caráter, pois salvou Gi-hun sem nem ao menos conhecê-lo. Assim como Sae-byeok, sua história também é revelada com a progressão da história. É revelado que Ali tem uma esposa e um filho bebê e que os três moram em condições precárias na Coreia do Sul. Também fica claro que Ali não imigrou para a Coreia legalmente, fazendo com que suas condições de trabalho também sejam arriscadas: ele vive às margens da sociedade sul-coreana e é explorado no trabalho.

O amigo de infância de Gi-hun, Sang-woo, também representa uma parte importante da cultura sul-coreana: ele é descrito como o *orgulho de Ssangmun-don*, o bairro onde cresceu com Gi-hun, pela sua inteligência e por ter sido admitido na Universidade Nacional de Seul, a mais prestigiada do país. Sua mãe tem uma pequena loja no bairro onde vende peixes e alimentos desidratados e deixa exposta uma foto de Sang-woo na graduação da universidade. As expectativas em relação a ele a partir de seu, a princípio, futuro promissor, eram tão altas que Sang-woo sente uma vergonha extrema pelo seu fracasso e se mostra incapaz de contar a verdade para sua mãe. Essas são questões muito tradicionais na cultura do país e de vizinhos do Extremo Oriente, que compartilham valores de raízes confucionistas como respeito aos mais velhos e a necessidade de trazer orgulho aos pais. Essa característica é tão enraizada na configuração do personagem que o bairro inteiro o conhece e o refere como um prodígio e um motivo de orgulho para a região. Ele também funciona como uma antítese ao personagem Gi-hun, que por sua vez ainda mora com a mãe e é razão de desgosto para ela e a vizinhança, mesmo que ambos os personagens tenham nascido e crescido em situações semelhantes. Gi-hun é um dos personagens que mais admira Sang-woo e que mais o exalta em determinados momentos da série. Gi-hun fica chocado ao encontrar Sang-woo entre os competidores do jogo durante a primeira rodada: *Ei, Sang-woo! É você, Sang-woo! O que aconteceu? Por que está aqui? Está endividado? O Sang-woo da Universidade Nacional de Seul, orgulho do bairro?*

Na verdade, a gama de personagens em *Squid Game* (2021) indica muitas consequências do desenvolvimento do país. É revelado na história que Gi-hun, atualmente retratado como um imprestável viciado em apostas, trabalhou por quase duas décadas na *Dragon Motors*, uma grande empresa de automóveis. Após graves problemas financeiros, a empresa faz uma demissão em massa e Gi-hun perde o emprego. Ele se junta à greve formada pelos outros trabalhadores e protesta, mas o movimento é contido com violência por parte da polícia e um dos colegas de Gi-hun é morto na sua frente. Essa história faz referência a um acontecimento real na Coreia do Sul de 2009, a greve trabalhista dos funcionários da *Ssangyong Motor*¹⁶¹. Os trabalhadores protestaram por 77 dias em frente à *Ssangyong Motor* contra o plano de reestruturação da empresa e foram severamente reprimidos pela polícia, resultando em várias prisões e pessoas feridas. O criador da série confirmou que a greve dos trabalhadores da *Ssangyong* foi o modelo para a história do passado do protagonista Gi-hun (JACOBIN, 2021).

Outra indicação à história do país é a lista de ganhadores do *Squid Game*, que é revelada a partir da investigação do policial Hwang Jun-ho, que é introduzido na série a partir do segundo episódio. Infiltrado na ilha, Jun-ho encontra um depósito com documentos e informações sobre o jogo e seus participantes, e descobre que a competição existe há 33 anos: a primeira edição do jogo aconteceu no fatídico ano de 1988, que marcou o início da democracia na Coreia do Sul e os Jogos Olímpicos de Seul, quando o país se posicionou ao cenário internacional como uma nação moderna, industrializada e democrática. Em 1988 o primeiro *Squid Game* elegia um vencedor entre os participantes desesperados que viviam no limite dessa nova Coreia.

É claro que não se espera e muito menos se afirma nesta pesquisa que o espectador comum identifique todos esses traços a partir do consumo da série. Mas são símbolos importantes em uma história que trata das dificuldades e da luta do cidadão moderno da Coreia do Sul e que identifica questões sociais presentes também no imaginário do Ocidente e do “cidadão do mundo”.

¹⁶¹ *Ssangyong* é escrito em Hanja com os caracteres 雙龍 e literalmente se traduz como Dragão Duplo. Hanja são os caracteres chineses usados para escrever a língua coreana, antes da criação do Hangul. Atualmente, são utilizados principalmente na escrita de nomes de companhias. A escolha do nome *Dragon Motors* para a empresa fictícia da série foi uma forma de referenciar isso.

4.1.3 Diálogos com o Ocidente

Além dos símbolos que *Squid Game* (2021) retrata sobre a própria identidade sul-coreana, que é um dado da própria estrutura do *k-drama* como produto midiático, a obra também desenvolve questões das quais o público internacional também consegue criar sentido. Por exemplo, a mistura de elementos “estrangeiros” na narrativa também dá uma sensação de globalização, como pode-se entender a partir de personagens como o paquistanês Ali Abdul e do *Front Man*, que se comunica em inglês com os VIP¹⁶², a elite rica (e claramente estrangeira) que assiste aos jogos e faz apostas envolvendo a vida dos participantes. O cadastro dos jogadores no primeiro episódio antes do jogo *Batatinha Frita*, 1, 2, 3 também tem essa natureza, a partir de um signo de reconhecimento universal como o “rostinho feliz” que aparece na tela, similar a um emoji, que dá a orientação de “sorria!” aos participantes durante as fotos. A orientação é, inclusive, dada em inglês.

A trilha sonora de *Fly Me To The Moon*, música original de Frank Sinatra, durante o clímax do jogo também tem essa natureza de mediação entre Ocidente e Oriente. A música é tocada a partir de uma caixa de som que tem formato de bar de jazz, formato no mínimo absurdo considerando o tom da obra nesse ponto da história e as cenas grotescas que acontecem em câmera lenta. Esses elementos que caracterizam a obra causam incômodo de uma forma facilmente compartilhada entre o público.

Esses elementos coexistem na narrativa de *Squid Game* (2021) com as brincadeiras tradicionais que as crianças sul-coreanas brincavam no passado, como é mostrado, por exemplo, a partir do flashback em preto e branco do jogo da lula no início da série. Gi-hun e seus amigos brincam no campo feito de terra, não pavimentado, vestindo roupas e sapatos encardidos, ao final da década de 1970 e início da década de 1980¹⁶³, período que sucedeu o desenvolvimento desenfreado do país a partir da ditadura de Park Chung-Hee e do enriquecimento das famílias *chaebol* aos custos dos direitos trabalhistas. Todas as brincadeiras que se tornam os jogos oficiais da competição tem origem antiga no país. Todos os participantes os conhecem¹⁶⁴ – desde o idoso Il-nam até os jogadores mais jovens. As brincadeiras, enquanto representam o passado dos personagens na antiga Coreia, tornam a aparecer no presente que é resultado do “milagre” no Rio Han.

¹⁶² As diferenças no sotaque de cada um dos VIP também aponta que cada um parece vir de um país diferente.

¹⁶³ A ficha de Gi-hun aparece entre os documentos do jogo e revela sua data de nascimento.

¹⁶⁴ Ao menos os de origem sul-coreana.

Não é surpresa que o público brasileiro seja capaz de identificar questões tratadas na série. O Brasil também foi alvo de colonização, também enfrentou um período ditatorial, também sofre com consequências de desenvolvimento e também da falta dele. Talvez nessa perspectiva, *Squid Game* (2021) não pareça tão *forasteiro*.

O Google revelou que *Squid Game* (2021) foi a série mais pesquisada no Brasil no ano de 2021 (como *Round 6*)¹⁶⁵, a partir do *Year in Trends*, relatório que é lançado anualmente com os principais resultados de busca da plataforma. No relatório global, *Squid Game* (2021) também ficou em primeiro lugar entre as séries mais pesquisadas¹⁶⁶. Ainda no ano de 2021, o maior pico de pesquisas no Brasil sobre a Coreia do Sul foi a partir do lançamento do *k-drama* na Netflix¹⁶⁷. O assunto *drama coreano* também tem seu principal destaque no mesmo período, tendo ainda como pesquisas relacionadas outros *k-dramas* presentes no catálogo da Netflix¹⁶⁸: *Vincenzo* (2021)¹⁶⁹, *Apesar de Tudo, Amor* (2021)¹⁷⁰, o próprio *Round 6* (2021), *Na Direção do Amor* (2020)¹⁷¹ e *Desgraça ao Seu Dispor* (2021)¹⁷².

Figura 25 – Da esquerda para a direita: *Vincenzo* (2021), *Apesar de Tudo, Amor* (2021), *Na Direção do Amor* (2020) e *Desgraça ao Seu Dispor* (2021).



Fonte: IMDB.

¹⁶⁵ Fonte: <https://trends.google.com/trends/yis/2021/BR/>.

¹⁶⁶ Fonte: <https://trends.google.com/trends/yis/2021/GLOBAL/>.

¹⁶⁷ Fonte: <https://trends.google.com/trends/explore?date=2021-01-01%202021-12-31&geo=BR&q=%2Fm%2F06qd3>.

¹⁶⁸ Fonte: <https://trends.google.com/trends/explore?q=%2Fm%2F0740gt&date=2021-01-01%202021-12-31&geo=BR>.

¹⁶⁹ 빈센조 (2021).

¹⁷⁰ 알고있지만, (2021). Referido fora da Coreia como *Nevertheless*, (2021).

¹⁷¹ 런 온 (2020) ou *Run On* (2020).

¹⁷² 어느 날 우리 집 현관으로 멸망이 들어왔다 (2021). Referido fora da Coreia como *Doom At Your Service* (2021). O único da lista que entrou na plataforma meses depois da sua exibição na TV coreana (licenciado).

Não se pode afirmar que o mesmo não teria acontecido se *Squid Game* (2021) tivesse sido lançado em uma plataforma diferente, como Amazon Prime ou Disney+. Mas é inegável que a Netflix é a grande referência em termos de streaming de séries e filmes no país. É fato que foi o consumo dentro dessa plataforma que colocou o drama coreano em destaque no cenário *mainstream* como nunca antes visto.

Destaca-se o potencial de alcance da Netflix como possível contribuinte para o sucesso de *Squid Game* (2021). Jin (2013) aponta para um *imperialismo de plataforma* na atual distribuição de plataformas de influência vindas do Ocidente, como Meta e Google. A Netflix tem grande atuação transnacional como pode ser observado pela atuação em cerca de 190 países ao redor do globo. Seu potente alcance global com certeza permite a vasta circulação de seu próprio conteúdo, como a partir de séries como *Stranger Things*. Mas a atuação da empresa em territórios fora dos Estados Unidos obrigou a Netflix a expandir o seu catálogo e modelo de produção e licenciamento pensando também nas plateias locais fora do eixo da América do Norte. *Squid Game* (2021) também faz parte desse modelo de atuação.

Considera-se que, ao mesmo tempo que a Netflix tem alcance e poder para dimensionar seus conteúdos, o mesmo se aplica para suas produções em outros idiomas. A estrutura de *Squid Game* (2021) particularmente se destaca entre outros títulos de *k-dramas* lançados anteriormente pelas já citadas temáticas e elementos que facilitam tanto sua *identificação* quanto sua *diferenciação* de outros conteúdos.

Uma obra como essa, lançada na estrutura transnacional da Netflix, faz um produto tão culturalmente importante como o drama coreano atingir proporções que antes não pareciam possíveis. Entendendo a *plataformização* como conceituada por Poell, Nieborg e Van Dijck (2020), considera-se que, mesmo que a Netflix não funcione exatamente como uma rede social que permite interações diretas entre usuários e criação de conteúdo, ela ainda é capaz de penetrar nas esferas sociais e principalmente influenciar novos padrões de consumo.

Após *Squid Game* (2021) se destacar e entrar no ranking de séries mais assistidas em diversos países, o aumento do consumo de dramas coreanos se seguiu nos meses seguintes. Tal fato pode ser visto a partir desse mesmo ranking de séries. O drama *My Name* (2021), lançado no mês seguinte à *Squid Game* (2021), também entrou para o ranking de séries mais assistidas no país e no mundo, bem como o drama *Hellbound* (2021), distribuído no Brasil como *Profecia do Inferno* (2021). A Netflix disponibiliza dados de ranking por país (e global) através de seu próprio site¹⁷³. Uma busca a partir dessa plataforma revela que dramas coreanos estiveram presentes no ranking semanal de séries (Brasil) em quase todos os meses

¹⁷³ <https://www.netflix.com/tudum/top10/brazil/tv>.

dos anos seguintes à *Squid Game* (2021). Destaca-se principalmente os *k-dramas* (a) *All Of Us Are Dead* (2022), principal título sul-coreano de 2022, que retrata uma narrativa de zumbi que começa com uma epidemia mortal em uma escola; (b) *Uma Advogada Extraordinária* (2022), outro título de sucesso de 2022, que acompanha a vida de uma advogada autista que começa a trabalhar em um importante escritório de advocacia e (c) *A Lição* (2022 – 2023), lançado em duas partes entre os meses de dezembro de 2022 e março de 2023, que compreende uma narrativa de melodrama e vingança, dando destaque à temas como bullying nas escolas. Para 2024, a segunda temporada de *Squid Game* (2021) está marcada para 26 de dezembro. A continuação da série foi confirmada depois do grande sucesso da primeira temporada. Os *k-dramas* *All Of Us Are Dead* (2022) e *Uma Advogada Extraordinária* (2022) também terão uma segunda temporada.

Figura 26 – Da esquerda para a direita: *All Of Us Are Dead* (2022), *Uma Advogada Extraordinária* (2022), *A Lição* (2022 – 2023) e *Squid Game 2* (2024).



Fonte: IMDB.

Esse fluxo de consumo não é apenas facilitado pela lógica de algoritmo da Netflix, mas também *encorajado*. Como Lobato (2019) e Gillespie (2010; 2017) apontam, as plataformas possuem certa agência. Afinal, o comportamento do usuário é constantemente datafocado. Uma plataforma de streaming que não se prende a uma grade tradicional televisiva busca encaminhar o espectador para novos títulos da biblioteca a partir desses dados de consumo, para o começo de um novo fluxo. Como um algoritmo pode ser programado e reprogramado constantemente, a possibilidade de agência sobre novos padrões de consumo é evidente. Esses padrões podem nortear possíveis novas mudanças culturais.

5 CONCLUSÃO

A troca de conteúdos culturais se intensificou a partir da abertura dos mercados de mídia ao final do século XX. A Coreia do Sul se beneficiou desse processo dentro da Ásia para a exportação da sua renovada indústria cultural, incentivada por estratégias governamentais. O desenvolvimento da indústria cinematográfica sul-coreana veio como um interesse político de fortalecimento econômico do país, mas também da promoção da Coreia do Sul como país moderno e industrializado.

Potências como os Estados Unidos também se beneficiaram dessa troca cultural, que por vezes elevou o poder do lado ocidental na arena global estabelecida a partir da globalização. O consumo das produções hollywoodianas e o estilo de vida americano foi no mínimo intenso desde que o país se firmou como uma grande potência mundial.

Mas além da abertura dos mercados de mídia ao final dos anos 1990, a disseminação da Internet ao redor do globo permitiu trocas para além de fronteiras geográficas de forma cada vez mais naturalizada. O novo fluxo cultural que se estabeleceu a partir disso, permitiu o consumo de dramas asiáticos em território brasileiro inicialmente através da pirataria e da prática de *fansubbing*, e depois migrou para a lógica de streaming a partir dos anos 2010.

As novas plataformas digitais penetraram na vida contemporânea e modificaram práticas e imaginações culturais. As plataformas de streaming de vídeo, representadas no presente trabalho pela Netflix, moldaram novos padrões de consumo audiovisual. Tais mudanças permitiram um contato facilitado com narrativas fora do eixo tradicional:

A internet continua a mudar a forma como as pessoas leem, pensam e trocam ideias, uma sacudida que se deu pelas redes sociais como blogs, Facebook e Twitter. Essa reformulação dramática mostra as novas formas das quais os produtos culturais são consumidos, compartilhados e lembrados. Combine isso com o rápido crescimento de serviços online de vídeo como YouTube, Hulu e Netflix e parece que o consumo de televisão tradicional está se tornando uma experiência social super carregada que está borrando os limites de tempo, geografia e linguagem.¹⁷⁴ (KCIS, 2011, p.38)

Na tradição de dialogar com seus vizinhos da região e ao mesmo tempo comunicar a si mesmo, os dramas coreanos alcançaram um novo patamar no que diz respeito a seu consumo e circulação internacionalmente. O lançamento do *k-drama* Squid Game (2021) na

¹⁷⁴ “The Internet continues to change the way people read, think, and exchange ideas, a shakeup that has been jolted by such social media as blogs, Facebook, and Twitter. This dramatic reshaping shows the new ways that cultural products are consumed, shared, and remembered. Combine this with the rapid growth of online video services like YouTube, Hulu, and Netflix, and it appears that the consumption of traditional television is turning into a supercharged social experience that is blurring the boundaries of time, geography, and language”. Tradução própria.

Netflix colocou em pauta em outras partes do globo um produto audiovisual que já era presente no imaginário das sociedades do Leste e Sudeste da Ásia. Uma manifestação cultural que fazia parte da busca *do que era ser moderno* nessas regiões.

Os temas e os símbolos trazidos em *Squid Game* (2021) se provaram grandes veículos na construção de sentido sobre a Coreia do Sul no Ocidente. Além das possíveis interpretações sobre seu país de origem, também houve conexão a partir do resgate de temas que transitam na região oposta do globo. O trâmite dessa obra em particular a partir da Netflix mostrou-se efetivo no movimento de consumo do conteúdo sul-coreano. E esse movimento segue.

Resgatando a perspectiva de Soares (2014), da qual a visão sobre cultura pop influenciou fortemente o nascimento deste trabalho, salienta-se como esses produtos de natureza mercantil são capazes de delinear as experiências do sujeito moderno na atual configuração global. Tal característica permite não apenas um compartilhamento cultural, mas um sentimento de comunidade. O consumo massivo da série parece indicar que, independente da origem, talvez buscamos sentido da mesma maneira.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS E DOCUMENTAIS

ALBUQUERQUE, Afonso de. CORTEZ, Krystal. Cultura pop e política na nova ordem global: lições do Extremo-Oriente. In: PEREIRA DE SÁ, S.; CARREIRO, R.; FERRARAZ, R. (Org.). **Cultura Pop**. 1ª Edição. Bahia: EDUFBA, 2015.

ARAÚJO, Mayara. **Dramas de televisão japoneses na internet brasileira: o caso de Atelier na Netflix**. II Jornada Internacional GEMInIS. Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 17 a 19 de maio de 2016.

BBC. **Japan's showbiz fans look to South Korea**. Disponível em <<http://news.bbc.co.uk/2/hi/asia-pacific/4092289.stm>>. Acesso em 01 de Junho de 2022.

BEASLEY, W. G. **The Rise of Modern Japan**: Political, Economic and Social Change since 1850. Nova Iorque: St. Martin's Press, 1995.

BUZO, Adrian. **The Making of Modern Korea**. Routledge, 2017.

CAGLE, Robert L. Bae Yong-joon: The image of Korea. In: THE KOREA HERALD (Org.). **Korean Wave - Insight into Korea Series Vol. 5**. Coreia: Jimoondang, 2008.

CAMPOS PELLANDA, E.; DE BARROS, T.; BRITO, J. **Quem está assistindo? Um experimento com o algoritmo da Netflix e resultados gráficos a partir de temáticas de gêneros de animes**. Mídia e Cotidiano, v. 17, n. 2, 19 maio 2023.

CHUNG, Young-Iob. **Korea Under Siege, 1876-1945**. Nova Iorque: Oxford University Press, 2006.

CLEMENTS, Jonathan; TAMAMURO, Motoko. **The Dorama Encyclopedia: A Guide do Japanese TV Drama since 1953**. California: Stone Bridge Press, 2003.

CUMINGS, Bruce. **Korea's Place in the Sun: A Modern History - Updated Edition**. New York: W. W. Norton & Company, 2005.

CUMINGS, Bruce. **The Korean War: A History**. New York: Modern Library, 2010.

DISSANAYAKE, Wimal. **Asian television dramas and Asian theories of communication**. Journal of Multicultural Discourses, 7:2, 191-196. 2012.

DUDDEN, Alexis. **Japan's Colonization of Korea: discourse and power**. Hawaii: University of Hawai'i Press, 2005.

DUUS, Peter. **The Abacus and the Sword: The Japanese Penetration of Korea, 1895-1910**. California: University of California Press, 1995.

FUCHS, Christian. **New Imperialism: Information and Media Imperialism**. In: Global Media and Communication 6(1): 33-60. 2010.

GILLESPIE, Tarleton. **The Politics of 'Platforms.'** In: New Media and Society 12 (3): 347–364, 2010.

GILLESPIE, Tarleton. Regulation of and by Platforms. In: BURGESS, J.; POELL, T.; MARWICK, A. (Org.). **Sage Handbook of Social Media**. Thousand Oaks: Sage, 2017.

GORDON, Andrew. **A Modern History of Japan From Tokugawa Times to the Present**. Nova Iorque: Oxford University Press, 2003.

HICKS, George. The "Comfort Woman". In: DUSS, P; MYERS, R. H.; PEATTIE, M. R. (Org.). **The Japanese Wartime Empire, 1931-1945**. Princeton: Princeton University Press, 1996.

HUANG, Shuling. **Nation-branding and transnational consumption: Japan-mania and the Korean Wave in Taiwan**. Media Culture Society, 33: 3, 3-18. 2011.

HUAT, Chua Beng; IWABUCHI, Koichi. **East Asian Pop Culture: Analyzing the Korean Wave**. Hong Kong University Press. Hong Kong, 2008.

HWANG, Kyung Moon. **A History of Korea: An Episodic Narrative**. 2ª Edição. Londres: Palgrave, 2017.

JACOBIN. **Squid Game's Strike Flashbacks Were Modeled on Our Real-Life Factory Occupation**. Disponível em: <https://jacobin.com/2021/11/squid-game-ssangyong-dragon-motor-strike-south-korea>. Acesso 15 de Novembro de 2024.

JANSEN, Marius B. **The Making of Modern Japan**. Cambridge: Harvard University Press, 2002.

JENNER, Mareike. **Netflix and the Re-invention of Television**. Cambridge: Palgrave Macmillan, 2018

JEWEL IN THE PALACE [série]. Direção: Lee Byung-hoon. Roteiro: Kim Young-hyun. Coreia do Sul: MBC, 2003.

JIN, D. Y. **The construction of platform imperialism in the globalization era**. In: tripleC: Communication, Capitalism & Critique. Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society, 11(1), 145–172. Disponível em: <https://doi.org/10.31269/triplec.v11i1.458>. Acesso em 24 de Setembro de 2024.

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

JUNG, Min Kyung. **In 1998, Korea lifts ban on Japanese pop culture**. Disponível em: <https://www.koreaherald.com/view.php?ud=20230903000250>. Acesso em 30 de Março de 2024.

KIM, Youna. The Media and the Asian Transformations. In: KIM, Y. (Ed.). **Media Consumption and Everyday Life in Asia**. New York: Routledge, 2008.

KWON, Seung-Ho; KIM, Joseph. **From censorship to active support: The Korean state and Korea's cultural industries**. The Economic and Labour Review, volume 24: 4, 517-532. 2013.

KCIS - KOREAN CULTURE AND INFORMATION SERVICE (2011). **K-Drama - A New TV Genre with Global Appeal**. Ministry of Culture, Sports and Tourism

LEE, Jongsoo. **The Partition of Korea After World War II: A Global History**. New York: Palgrave Macmillan, 2006.

LOBATO, Ramon. **Netflix Nations - The Geography of Digital Distributions**. New York: New York University Press, 2019.

LOTZ, Amanda D. **Theorizing the Nonlinear Distinction of Internet-Distributed Television**. Michigan: Maize Books, 2017. Documento eletrônico. Disponível em: <https://quod.lib.umich.edu/m/maize/mpub9699689/1:4/--portals-a-treatise-on-internet-distributed-television?rgn=div1;view=fulltext>. Acesso em: 21 jun 2023.

LOWE, Norman. **História do Mundo Contemporâneo**. 4ª Edição. Porto Alegre: Penso, 2011.

MADUREIRA, A. V. A. C.; MONTEIRO, D. S. M.; URBANO, K. C. L. **FÃS, MEDIAÇÃO E CULTURA MIDIÁTICA: dramas asiáticos no Brasil**. “Produção de Fãs e Cultura Participativa”, I Jornada Internacional GEMInIS. Universidade Federal de São Carlos.

MALIANGKAY, Roald. Korean pop culture's growing challeges. In: THE KOREA HERALD (Org.). **Korean Wave - Insight into Korea Series Vol. 5**. Coreia: Jimoondang, 2008.

MALKASIAN, Carter. **The Korean War** (Essential Histories). Oxford: Osprey Publishing, 2001.

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

Morley, David. Globalization and Cultural Imperialism Reconsidered: Old Questions in New Guises. In: James Curran e David Morley (ORG.). **Media and Cultural Theory**, 30-43. New York, 2006.

NAM, Siho. **The politics of ‘compressed development’ in new media**: a history of Korean cable television, 1992-2005. *Media Culture and Society*, volume 30: 641, 641-661. 2008.

NETFLIX. **Expanding Our Presence in Korea: Netflix Welcomes the New Year With Two New Production Facilities**. Disponível em <<https://about.netflix.com/en/news/expanding-our-presence-in-korea-netflix-production-facilities>>. Acesso em 01 de Junho de 2022.

NETFLIX. **Como funciona o sistema de recomendações da Netflix**. [S.l], [20-?]. Disponível em: <https://help.netflix.com/pt/node/100639>. Acesso em: 21 jun 2022.

NETFLIX. **Selecting the best artwork for videos through A/B testing**. [S.l], Netflix Technology Blog, 2016. Disponível em: <<https://netflixtechblog.com/selecting-the-best-artwork-for-videos-through-a-b-testing-f6155c4595f6>>. Acesso em: 21 jun 2022.

NEWS1. "내선일체 포스터 갈아서 진짜 불쾌"...노골적 일본풍 주점 논란. Disponível em <<https://www.news1.kr/society/general-society/5184958>>. Acesso em 15 de Novembro de 2024.

PENAFRIA, Manuela. **Análise de Filmes - conceitos e metodologia(s)**. VI Congresso SOPCOM, Abril de 2009.

PERKS, Lisa Glebatis. **Media Marathoning**: Immersions in Morality. Estados Unidos: Lexington Books, 2015.

POELL, T; NIEBORG, D.; VAN DIJCK, J. **Plataformização**. In: Revista Fronteiras – Estudos Midiáticos, 22(1):2-10 janeiro/abril 2020. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2020.221.01>. Acesso em: 26/08/23.

ROBINSON, Michael Edson. **Korea's Twentieth-Century Odyssey: A Short History**. Hawaii: University of Hawaii Press, 2007.

RYOO, Woongjae. **Globalization, or the logic of cultural hybridization: the case of the Korean Wave**. Asian Journal of Communication, volume 19: 2, 137-151. 2009.

SCHILLING, Mark. **The Encyclopedia of Japanese Pop Culture**. 1ª Edição. New York: Weatherhill, Inc, 1997.

SETH, Michael J. **A History of Korea: From Antiquity to the Present**. 4ª Edição. Rowman & Littlefield Publishers, 2024.

SHIM, Doobo. **The growth of Korean Cultural Industries and The Korean Wave**. In: East Asian Pop Culture: Analysing the Korean Wave, v. 1, 15-32, 2008.

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

SOARES, Thiago. **Abordagens Teóricas para Estudos Sobre Cultura Pop**. LOGOS 41 - Dossiê: Cidades, Cultura e Tecnologias Digitais. Faculdade de Comunicação Social UERJ. 2014.

SQUID GAME [série]. Direção: Hwang Dong-hyuk. Roteiro: Hwang Dong-hyuk. Coreia do Sul: Siren Pictures In., 2021.

STRAUBHAAR, Joseph. **Beyond Media Imperialism: Asymmetrical Independence and Cultural Proximity**. In: Critical Studies in Mass Communication 8 (1): 39–70. 1991.

SUN, Meicheng. **From H.O.T. to GOT7: Mapping K-pop's fandom, media, and performances in China**. Nanyang Technological University, 2022.

THE ATLANTIC. **How Netflix Reverse-Engineered Hollywood**. Disponível em <<https://www.theatlantic.com/technology/archive/2014/01/how-netflix-reverse-engineered-hollywood/282679/>>. Acesso em 18 de Junho de 2022.

THE ECONOMIST. **South Korea debates a massacre of 40 years ago.** Disponível em <<https://www.economist.com/asia/2020/06/04/south-korea-debates-a-massacre-of-40-years-a-go>>. Acesso em 15 de Novembro de 2024.

THE GUARDIAN. **142m households watched Squid Game, Netflix says as it adds 4.4m subscribers.** Disponível em <<https://www.theguardian.com/media/2021/oct/19/netflix-quarterly-results-subscribers-squid-game>>. Acesso em 18 de Junho de 2022.

THE KOREA HERALD. **In 1988, world comes for Olympics to Seoul, sees it has grown by leaps and bounds.** Disponível em <<https://www.koreaherald.com/view.php?ud=20230615000441>>. Acesso em 01 de Novembro de 2024.

THE KOREA HERALD. **Remembering "Winter Sonata", the start of hallyu.** Disponível em <<http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20111230000497>>. Acesso em 01 de Junho de 2022.

THE VERGE. **Netflix calls Squid Game its 'biggest ever series at launch'.** Disponível em <<https://www.theverge.com/2021/10/12/22723452/netflix-squid-game-biggest-ever-show-at-launch>>. Acesso em 18 de Junho de 2022.

TOKYO LOVE STORY [série]. Direção: Kozo Nagayama. Roteiro: Yuji Sakamoto. Japão: Fuji TV, 1991.

TRACY, Michael. **Popular Culture and the Economics of Global Television.** In: Intermedia 16: 9-25. 1988.

URBANO, K. ARAÚJO, M. 2017. **Os novos modelos de distribuição e consumo de conteúdo audiovisual asiático nas redes digitais: o caso dos dramas de TV na Netflix BR.** In: Simpósio ABCiber, X, São Paulo, 2017. Anais do X Simpósio ABCiber, São Paulo, SP, 1:2586-2603.

WADA, Haruki. **The Korean War** - An International History. Maryland: Rowman & Littlefield, 2014.

WINTER SONATA [série]. Direção: Yoon Seok-ho. Roteiro: Kim Eun-hee, Yoon Eun-kyung e Oh Soo-yeon. Coreia do Sul: Pan Entertainment, 2002.

WOLFF, Michael. **Television Is the New Television**. New York: Penguin, 2015.

YANG, Jonghoe. **Globalization, nationalism, and regionalization**: the case of Korean popular culture. *Development and Society*, 36: 2, 177-199. 2007.

ZHAO, Yuezhi. Understanding China's Media System in a World Historical Context. In: HALLIN, D. C.; MANCINI, P. **Comparing Media Systems Beyond the Western World**. Cambridge: Cambridge University Press, 2012.



Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul
Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação
Av. Ipiranga, 6681 – Prédio 1 – Térreo
Porto Alegre – RS – Brasil
Fone: (51) 3320-3513
E-mail: propesq@pucrs.br
Site: www.pucrs.br