

SERVIÇOS DE STREAMING E A POPULARIZAÇÃO DE DRAMAS ASIÁTICOS POR FÃS BRASILEIROS

Dennisy Silva de Figueiredo - UFPB - (dennisysfigueiredo@gmail.com), Hercilio de Medeiros Sousa - IESP - (hercilio@iesp.edu.br)

RESUMO

Para verificar as práticas midiáticas em âmbito global, foi realizada uma investigação sobre os principais meios utilizados pela audiência e sua relação/forma de consumo com séries ficcionais asiáticas com enfoque para a categoria de Dramas de Tv. Busca-se dessa maneira, ampliar os horizontes da investigação sobre a relevância de intermediar e acolher os fãs em um contexto de interpretação cultural. Dramas de TV é um termo utilizado para designar o formato de vídeo televisivo que abrange as ficções seriadas produzidas pelas indústrias televisivas do Leste e Sudeste Asiático. A origem dos dramas asiáticos encontra-se no Japão pós-guerra, acompanhando o surgimento da Tv japonesa em 1953. O termo utilizado “Drama de Tv”, de acordo com a Cultura do Oriente, refere-se ao formato da produção, que é subclassificada de acordo com o gênero. Atualmente, os dramas televisivos são dominantes no mercado de entretenimento de massa na maioria das regiões da Ásia, é tido como algo vital culturalmente e que vem sendo exportado para diversos lugares, incluindo o Brasil, através de aplicativos e sites, além dos fóruns criados pelos fãs, que realizam projetos de tradução, distribuição e promoção do Dramas.

Palavras-chave: Ficção seriada asiática. Cultura participativa. Consumo midiático. Dorama.

ABSTRACT

In order to verify global media practices, an investigation was carried out into the main media used by the audience and their relation / consumption form with Asian fictional series focusing on the TV Dramas category. In this way, the aim is to broaden the horizons of research on the relevance of intermediating and welcoming fans in a context of cultural interpretation. TV shows is a term used to designate the television video format that covers the serial fictions produced by the television industries of East and Southeast Asia. The origin of dramas As a result, the term "TV Drama", according to the Culture of the East, refers to the format of production, which is subclassified according to the gender. Today, television dramas dominate the mass entertainment market in most regions of Asia, it is seen as culturally vital and has been exported to many places, including Brazil, through applications and websites, as well as forums created by fans , who carry out projects for the translation, distribution and promotion of Dramas.

Keywords: Asian serial fiction. Participatory culture. Media consumption. Dorama.

1 INTRODUÇÃO

O processo de globalização de produtos midiáticos proporcionado pelas tecnologias atuais resultou na disseminação de diferentes culturas em locais e regiões distantes. A internet, considerado o principal meio de comunicação utilizado pela maioria da população mundial possibilita a visita, a distância, a diversos lugares, diversas pessoas, realidades sociedades e culturas, até mesmo de países distantes como os países que fazem parte da Ásia.

A onda coreana ou conhecida também como *Hallyu Wave* (termo cunhado pela mídia chinesa que significa “o fluxo da Coreia”) surgiu publicamente a partir do sucesso que duas produções sul-coreanas obtiveram: *Shiri* (1999) e o drama *Winter Sonata* (2002).¹ A Hallyu é formada por diversos elementos produzidos em países asiáticos, principalmente os de origem Sul-Coreana como músicas, séries e filmes. CARVALHO (2011) afirma:

Originalmente referindo-se apenas aos astros da música pop, atualmente o “hallyu” diz respeito a todo e qualquer produto cultural coreano (uma série de TV, um ator, um filme) que faz sucesso seja local, regional ou mundialmente. Hoje em dia, as séries de TV já ultrapassaram a música e correspondem ao produto cultural mais valorizado pela “nova onda” coreana. CARVALHO (2008, pág. 9)

A Cultura Coreana é considerada um fenômeno midiático contemporâneo com produtos que a mantém avançando pelo mundo. Os elementos, considerados produtos estão cada vez mais apreciados ao levarem em sua essência características da cultura. Podem ser citados como produtos os filmes, as músicas, os livros, os quadrinhos, os games, as comidas, os cosméticos, a moda, os produtos de tecnologia digital, e as telenovelas, conhecidas como dramas.

Através de diversas formas de distribuição, além das apresentações nas Tvs locais, as telenovelas são vendidas para exibição em outros países através de canais pagos, *fansubs* (serviço de legendagem realizado por fãs através de fóruns) e sites especializados em *streaming* de vídeos como o *YouTube* e especializados em séries e telenovelas como o *Viki* e o *DramaFever* que têm sistema de assinatura mensal/anual. O atual maior serviço de *streaming* pago do mundo, o *Netflix*, disponibiliza em seu catálogo títulos Sul-Coreanos desde o ano de 2016¹.

Em contraste com as séries que trabalham com várias temporadas sem número fixo, os dramas possuem só uma temporada, ao alcançarem grande popularidade, são realizados *remakes*, que são uma nova versão com personagens diferentes, ou as mesmas personagens com problemas ou situações semelhantes.

As telenovelas são chamadas de *K-dramas*, termo utilizado para identificar o país de origem, essa forma é utilizada por outros países asiáticos em suas produções, por exemplo, o *J-drama* para telenovelas Japonesas, *C-drama* para produções Chinesas, e a nomeação também é dada a outros segmentos, podemos utilizar como exemplo na música o *K-Pop*, que é bastante conhecida e disseminada mundialmente devido as promoções dos grupos pela internet e com a participação de grupos em programas televisivos dos Estados Unidos,

¹Disponível em: http://www.koreatimes.co.kr/www/news/tech/2016/01/133_194897.html. Acessado em 10 de fevereiro de 2017.

aumentando o número de shows em suas turnês de apresentações mundiais². Os *K-dramas* também são conhecidos como Dramas de Tv, Dramas Asiáticos ou Doramas, esse último termo tem origem na pronúncia do termo em inglês “drama” por nativos da Ásia e é utilizado também como uma nomeação bastante popular.

A diferenciação apresentada por esse produto da indústria cultural atrai grande público e através da Cibercultura consegue chegar a diversos lugares. Por serem caracterizadas com algumas diferenciações do modelo mundial de telenovelas e apresentarem a cultura coreana tanto tradicional como contemporânea, sendo um produto de comunicação intercultural, foi realizado um estudo a respeito das principais plataformas de distribuição, a forma de distribuição e as comunidades criadas a partir desses títulos, com o intuito de identificar características e questionar quais seriam os pontos que fazem esses produtos serem popularmente conhecidas e exportadas para todo o mundo.

2 DESENVOLVIMENTO

São diversas as possibilidades de se conhecer um novo mundo através das plataformas *YouTube*, *Viki*, *Dailymotion*, *Facebook*, fóruns, sites de fãs e blogs. No fim do decênio de 2000, os produtos culturais coreanos foram disseminados por todo o mundo. Esse produto, mantém envolvido aquele que se identificam ou desejam estar em determinada situação. No caso da onda *Hallyu*, os fãs que nunca tiveram a oportunidade de conhecer a Coreia do Sul acabam construindo a imagem que possuem do país apenas pelas suas experiências provenientes dos vídeos de K-pop, dos dramas e dos programas de variedades.

Inicialmente, para verificar quais são as principais práticas midiáticas entre os serviços utilizados para acessos as produções, foi realizada uma investigação sobre quais são os serviços de *streaming*, formas de acesso e a sua popularidade diante as comunidades consumidoras desse segmento. Sobre as séries ficcionais asiáticas com enfoque para a categoria de Dramas de Tv, buscamos ampliar os horizontes da investigação sobre a relevância da convergência de mídias, sobre as produções em série que estão em alta e o seu contexto de interpretação cultural enquanto produto.

Entre as várias opções de serviços de *streaming* de vídeo e áudio encontradas na internet, encontra-se em formato mundial poucas opções. Os principais serviços, que disponibilizam produções de origem asiáticas no formato seriado encontrados são: *Viki.com*, *Crunchyroll*, *Hulu*, *Netflix* e *DramaFever*. As plataformas são populares entre os consumidores da cultura asiática e de seus produtos audiovisuais, cada qual com segmentos múltiplos e atuações diferentes. Detalharemos a seguir brevemente cada serviço.

O *Viki* é uma plataforma, de *streaming* impulsionadas por fãs, que disponibiliza conteúdo gratuito, *Crunchyroll* é uma plataforma com distribuição de vídeos, que também mantém uma comunidade, *Hulu* é um serviço de distribuição de vídeos e de hospedagem de arquivos, *Netflix* é o maior serviço atual de assinaturas de *streaming* de vídeo que aumenta cada vez mais o número de títulos de séries com origem asiática e o *DramaFever* era uma plataforma dedicada apenas a transmissão de produções com origem asiáticas, que oferecia serviço de assinatura aos usuários.

O *Viki.com* também é um serviço de vídeo-streaming, movido através dos fãs de cinema, lançado em 2010 e se mantém com uma comunidade ativa de usuários. Sua sede se encontra em Cingapura, em seu catálogo que pode ser acessado sem a necessidade de cadastro, abrange filmes, vídeos de música e programas de TV de todo o mundo. Sua principal atuação é na distribuição de título com conteúdo da Ásia, o site também oferta conteúdo de todo o mundo.

² Disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/cultura/2019/02/10/interna_cultura.1029373/estados-unidos-se-rendem-ao-bts-o-fenomeno-musical-sul-coreano.shtml. Acesso em 27 de março de 2019.

Sua principal estratégia é a utilização dos usuários que integram a comunidade para apoiar projetos de tradução fornecendo legendas em mais de 150 línguas onde se disponibilizam de forma voluntária sob uma licença de *Creative commons* para popularizar o conteúdo e conseguir alcançar cada vez mais pessoas interessadas. Um dos pontos interessantes é que a comunidade de tradutores e público se mantém ativa pois são oferecidas as equipes que se propõem a traduzir e atualizar os canais de cada projeto, recebem contas *premium* por um determinado tempo.

Eles foram adquiridos pela empresa japonesa de comércio eletrônico e internet Rakuten em 2013 e agora contam com cerca de 35 milhões de usuários mensais ativos em todo o mundo. O Viki também tem parcerias com outros serviços de transmissão como *Netflix*, *Hulu* e *iTunes*. A conta gratuita da Viki permite aos usuários acessar alguns dos conteúdos da plataforma com anúncios. Novos episódios, bem como certas séries e filmes, são marcados apenas para assinantes pagos. No entanto, para visualizadores ocasionais ou pessoas que apenas procuram uma amostra, uma conta gratuita é a solução perfeita.



Figura 1 - Página inicial Viki.com

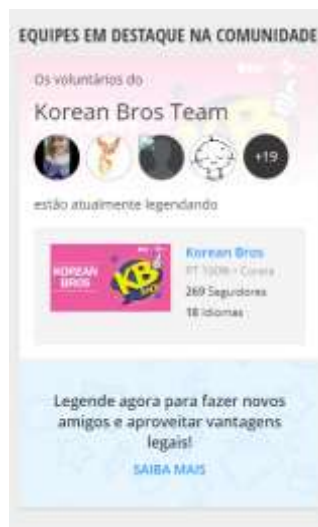


Figura 2 - Destaque na página inicial para Equipe de legendagem



Figura 3 - Destaque para os usuários com maior número de contribuição



Figura 4 - Países em destaque



Figura 5 - Frases motivadoras sobre a comunidade

O Crunchyroll, site criado em 2006, por um grupo de graduados da Universidade da Califórnia, Berkeley, mantém escritórios nas cidades de São Francisco e Tóquio. Atualmente, está disponível para 12 plataformas de distribuição como Android, Xbox 360, Playstation, iOS, Chromecast, etc. Segundo a empresa em seu site oficial³, é a maior plataforma do mundo para animê (animações de produzidas por estúdios japoneses) e mangá (história em quadrinhos no estilo japonês):

Crunchyroll é a maior plataforma do mundo para animê e mangá, com uma comunidade global de mais de 40 milhões de usuários registrados e mais de 1 milhão de assinantes. Fãs podem acessar o mais completo acervo de animes do mundo, incluindo "Naruto Shippuden," "Attack on Titan," e "Dragon Ball Super," eventos como o Crunchyroll Expo e o Anime Awards, e notícias através da Crunchyroll News e online store.

O serviço disponibiliza em seu catálogo, 35 títulos de dramas de diversas origens, o seu principal produtos são os animes e a os fóruns criados pelos próprios usuários para transmissão de notícias e discussões.

³ Disponível em: <https://www.crunchyroll.com/pt-br/about>. Acesso em 27 de março de 2019.



Figura 6 - Página inicial do site Crunchyroll



Figura 7 - Página da categoria Drama

A Hulu é uma empresa de entretenimento americana, lançada em 2007, que tem como seu principal sócio participante The Walt Disney Company, além das transmissões também oferece o serviço de hospedagem de arquivos. Hoje a empresa oferece aos novos usuários um teste de um mês gratuito e três modalidades de assinatura mensal com o valor de \$5.99 com anúncios, \$11.99 sem anúncios e \$44.99 com a inclusão da Live Tv.



Figura 8 - Página dedicada aos títulos de origem sul coreanos

A Netflix desde o início de 2016 oficialmente, começou a disponibilizar títulos do país e afirmou que apoiaria a onda se expandir pelo mundo:

No início desse ano, o co-fundador e presidente executivo da *Netflix*, anunciou oficialmente a estreia da rede no mercado coreano. Desde então, o número de produções coreanas no catálogo da *Netflix* vem se expandindo. Presente em mais de 130 países, *Netflix* chega agora ao mercado coreano e promete não só ampliar seu conteúdo como também ser um dos grandes aliados na propagação da Onda pelo mundo.⁴

O sistema *Netflix* é uma plataforma de filme *on-line*, que funciona como uma locadora virtual, a partir de uma assinatura básica, com valores populares; permitindo que os consumidores possam ter acesso a filmes e séries, no momento que gostarem, sem precisar sair de casa, ou esperar a programação das TVs. Hoje é o principal serviço, popular mundialmente e que mantém um crescimento constante através de diversas ações, como o investimento em produções próprias. Em seu catálogo, atualizado periodicamente, facilmente encontra-se os títulos asiáticos, contribuindo com a popularização da *Onda Hallyue* todas as suas características. Atualmente, são 173 títulos disponíveis na categoria Tv asiática. O *Netflix* transmite alguns títulos que estão em exibição nas Tvs asiáticas, atraindo assim os fãs para o serviço.



Figura 9 Página dedicada as séries de Tv asiáticas



Figura 10 Destaque para as séries produzidas pelo Netflix

⁴Disponível em: <http://brazilkorea.com.br/dramas-coreanos-no-netflix-parte-1/>. Acesso em 25 de março de 2019.

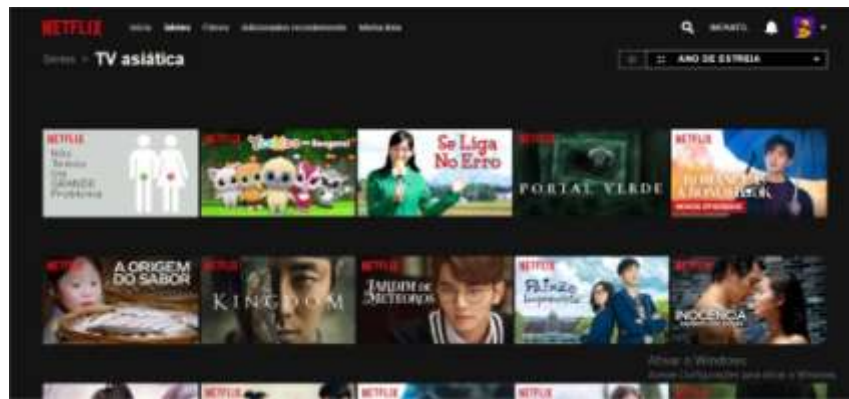


Figura 11 O catálogo apresenta mais de 50 títulos

O *DramaFever* foi lançado em 2009 por Seung Bak e Suk Park em Nova York – Estados Unidos, iniciando com apenas um drama disponível. Durante muito tempo, foi uma das principais plataformas de streaming de vídeos com origem asiática bastante popular no Brasil. Em sua plataforma havia mais de 15.000 episódios disponibilizados em 12 países⁵ que demonstraram a popularidade no crescimento de 440% na audiência anual do ano de 2018. Formado por uma equipe de 90 colaboradores e tradutores em todo o mundo, o *DramaFever* tinha sua sede na Avenida Madison, em Nova York. A empresa tinha acordos com Hulu e Netflix, que eram parceiros de distribuição, e em 2014, tornou-se uma subsidiária do SoftBank Internet e Media, Inc., uma companhia japonesa de investimentos na área de entretenimento e é considerada um dos maiores distribuidores internacionais de conteúdo televisivo por streaming após o Netflix⁶.

Com uma conta gratuita, os espectadores podiam assistir a maior parte do conteúdo na biblioteca da *DramaFever* com anúncios. Certos episódios, séries ou filmes poderiam ser listados como *Premium Only*, o que significava que só poderiam vê-los com uma assinatura paga. Os novos episódios geralmente eram reservados no lançamento para os usuários *Premium* primeiro, o que significa que as contas gratuitas não teriam acesso a eles até pelo menos uma semana após o ar, garantindo a prioridade e excelência na distribuição ao usuário pagante.



Figura 12 - Página inicial do DramaFever

⁵ Disponível em: <https://www.dramafever.com/pt/company/about.html>. Acesso em: 13 de março de 2018;

⁶ Disponível em: <https://beta.techcrunch.com/2014/10/14/softbank-snaps-up-korean-video-site-dramafever-to-increase-its-entertainment-focus/>. Acesso em: 13 de março de 2018.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A televisão é um meio de comunicação que vem passando por aperfeiçoamento ao longo da cultura das mídias, os meios se adaptam a cada época e a tv é um desses exemplos. As séries ficcionais se tornaram populares devido principalmente ao advento dos serviços de *streaming* que popularizaram através da internet. Através deste fenômeno produções de diversas origens podem ser acessadas facilmente, entre elas, as de origem sul-coreanas estão crescendo de forma significativa nessas plataformas, algumas contando com sites especializados na sua distribuição como o *DramaFever*, *Viki.com*, e disponibilizados em grandes sites como a plataforma *Netflix*.

A partir do tema ficções seriadas, levantamos questionamentos sobre o objeto de estudo que contribuirão para uma resposta rápida a comunidade científica, visto que o número de produções na língua portuguesa sobre o tema é mínimo comparada aos produzidos na língua inglesa, contribuir com o acompanhamento do fenômeno *Hallyu*.

Observando este crescimento, identificamos o elemento como parte da indústria cultural e da propagação de conteúdo sobre o país Coreia do Sul que faz parte de um fenômeno midiático identificado como *Onda Hallyu*. Realizar um estudo sobre um elemento que traz informações sobre os meios de comunicação, teorias de comunicação e fenômenos das mídias é imprescindível e relevante visto que os conteúdos sobre estão se alastrando pelos usuários desses serviços e consumidores de conteúdo. Trará benefícios para outras pesquisas, para produtores de conteúdo e para a melhoria de serviços e novas possibilidades de mercado.

Entender como as principais plataformas se comportam é reconhecer como os usuários e fãs que são a audiência desses serviços e produtos disponibilizados constroem suas relações. Os fãs se identificam com as plataformas, as utilizam como forma de entretenimento mas também como uma ponte para fazer relações entre pessoas com gostos em comum, contribuem para a existência e manutenção desses serviços, como no caso do *Viki.com*, onde os próprios usuários são responsáveis pela tradução do conteúdo. O fechamento da empresa e site *DramaFever* foi algo inesperado, mas que demonstra que vários serviços ofertando o mesmo tipo de produto com valores de assinaturas variadas, faz com que algum se destaque pela maior oferta de títulos e a melhor manutenção do serviço, como vem se destacando continuamente a *Netflix*. É uma indústria criativa que reduz seus custos através dessa relação, mas que garante a diversificação do conteúdo e atende a necessidade, as vezes urgentes dos fãs de terem acesso as produções.

REFERÊNCIAS

CARVALHO, Ludmila Moreira Macedo de. **Repensando o melodrama no contexto asiático: um estudo sobre a série televisiva sul-coreana Dae Jang Geum**. Contemporânea, Salvador, v. 6, n. 1, p.1-19, jun. 2008. Quadrimestral. Disponível em: <<https://portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/viewFile/3521/2575>>. Acesso em: 10 mar. 2018.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

SOARES, Isaac Newton *et al.* **Comportamento de consumo de filmes e séries após o surgimento do Netflix**. Intercom 2016. Disponível em: <http://www.portalintercom.org.br/anais/sul2016/expocom/EX50-1049-1.pdf>. Acesso em: 22 de novembro de 2016.

MOVEIRA, Ludmila Macedo de Carvalho. **Repensando o melodrama no contexto asiático: um estudo sobre a série televisiva sul-coreana Dae Jang Geum.** Revista Contemporânea 27-07-2009. Disponível em:
<http://www.univerciencia.org/index.php/browse/b/71?sortOrderId=&recordsPage=2>. Acesso em: 20 de novembro de 2016.