

Estereótipos e Generalizações nos Hábitos de Consumo dos Dramas de TV Coreano: uma análise fílmica da série Pousando no Amor¹

Beatriz Lima de OLIVEIRA ²

Maria da Glória Marques de Paula BARRETO ³

Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, SP

RESUMO

O consumo de dramas de TV asiáticos e suas representações culturais têm demonstrado grande potencial para democratizar a cultura asiática e ao mesmo tempo perpetuar estereótipos e generalizações através dos hábitos de consumo. Por meio da análise do drama coreano "Pousando no Amor" utilizando as teorias de Douglas e Ishewwod (2004), Morin (2014), Bourdieu (2015) e Fontenelle (2017), e empregando uma estrutura de análise fílmica de Vanoye (2012), esse artigo dissecou cenas para identificar elementos visuais e auditivos cruciais. Tal levantamento pretende oferecer insights sobre como as práticas de consumo apresentadas nas narrativas da série tendem a valorizar determinados estilos de vida e consumo em detrimento de outro, fortalecendo a lógica capitalista.

PALAVRAS-CHAVE

Comunicação e consumo; Dramas de TV asiáticos; Estilo de vida; Estereótipos.

¹ Trabalho apresentado no GP Estéticas, Políticas do Corpo e Interseccionalidades, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Consumo da ESPM (PPGCOM ESPM), São Paulo. Bolsista Capes Taxas. E-mail: boliveira.ciso@gmail.com

³ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Consumo da ESPM (PPGCOM ESPM), São Paulo. Bolsista Capes Taxas. E-mail: mdgpaula@gmail.com

Introdução

As produções audiovisuais coreanas têm ganhado repercussão mundial por meio das plataformas de streaming online. Na Netflix, por exemplo, mais da metade dos usuários cadastrados já consumiram algum tipo de conteúdo do país asiático, sendo que, no caso dos romances coreanos, 90% do seu público reside fora da Coreia (Nassif, 2023). No caso dos brasileiros, estamos em quinto lugar⁴ no consumo mundial de K-dramas⁵. Esse sucesso pode ter se dado por conta de que tais produções não apresentam um oriente exótico e distante da cultura ocidental como muitos acreditavam, mesmo tendo inspiração e contribuições fortes do confucionismo em sua trama. "O Oriente foi praticamente uma invenção europeia e, desde a antiguidade, um lugar de episódios românticos, seres exóticos, memórias e paisagens encantadas, experiências extraordinárias." (SAID, 2007, p. 24, tradução das autoras).

A ascensão global da cultura pop sul-coreana está profundamente enraizada na história moderna da Coreia, que após a Segunda Guerra Mundial o país foi ocupado temporariamente por soviéticos ao norte e estadunidenses ao sul. Devido as diferenças ideológicas de ambas as nações resultaram na formação de dois estados distintos: a Coreia do Norte, comunista e aliada da União Soviética, e Coreia do Sul, capitalista e aliada dos Estados Unidos. Entre 1950 e 1953, os dois países travaram uma guerra devastadora, resultando em uma zona desmilitarizada e uma presença contínua dos EUA na Coreia do Sul, que expôs o país à cultura popular americana. O conflito de interesses e a influência externa foi uma das responsáveis pela atual força da cultura sul-coreana no entretenimento mundial (Jonghoe, 2007).

Segundo Madureira, Monteiro e Urbano (2014), os doramas são séries ficcionais asiáticas que combinam influências culturais ocidentais e asiáticas, destacando a natureza híbrida das narrativas coreanas. Para Park (2006), os K-dramas, ou dramas de TV sul-coreanos, são populares na Ásia devido ao seu foco na vida familiar e nas relações sociais baseadas em valores confucionistas. Tais crenças vão além das práticas religiosas

⁴ Dados apresentados na reportagem “Brasil já é o quinto maior mercado no consumo mundial de ‘doramas’”. **O Tempo**, 2022. Disponível, <https://www.otempo.com.br/entretenimento/brasil-ja-e-o-quinto-maior-mercado-no-consumo-mundial-de-doramas-1.2754446>. Acesso em: 11 de junho de 2024.

⁵ K-dramas, ou dramas coreanos, são séries de televisão originárias da Coreia do Sul. Apesar de alguns se referirem a eles como “Doramas”, esse segundo termo é se refere às produções televisivas de toda a Ásia.

influenciando práticas culturais tais como o respeito aos mais velhos, à hierarquia e a importância da família (Martel, 2012).

Compreendendo que dramas de TV asiáticos tem demonstrado potencial para disseminar sua própria cultura, nos propomos entender: Como estas produções, a partir de suas narrativas midiáticas, acabam fomentando estereótipos e generalizações dos hábitos de consumo? Considerando a importância e a representação cultural dos K-dramas este estudo tem o objetivo de compreender as relações associativas entre o consumo de bens e as imagens de romance, sucesso, desenvolvimento, beleza e progresso por eles apresentadas. Ao explorar esses temas dentro do contexto dos padrões contemporâneos de consumo de mídia, este estudo pretende contribuir com uma compreensão mais clara de como os dramas de TV asiáticos apresentam tais percepções culturais em seu alcance é global. Para um recorte possível, escolhemos a série coreana “Pousando no amor” (título original: "Crash Landing on You") para realizar uma análise fílmica de Vanoye (2012) a fim de encontrar nas cenas selecionadas símbolos e significados implícitos que possibilitem interpretação da narrativa proposta.

Comunicação ficcional e real

As produções cinematográficas e televisivas, assim como qualquer outra forma de narrativa ficcional, transcendem a mera reprodução da realidade, adentrando o domínio da interpretação e da imaginação do espectador. Morin (2014) destaca que cinema não se restringe a uma representação artística da realidade uma vez que evoca emoções e impulsiona a imaginação humana, seria uma ilusão que constitui sua própria realidade. E embora irreal em sua essência, depende dos espectadores para existir, e que essa ilusão “se revela diante da subjetividade”, sem que a fantasia perturbe o olhar que se fixa na superfície do real (Morin, 2014).

Ou seja, o cinema possui o poder de nos conduzir a universos fictícios, nos permitindo experimentar emoções e eventos que talvez jamais encontraríamos no mundo real. O mesmo princípio podemos aplicar aos K-dramas, os quais nos transportam para uma realidade distinta da nossa, possibilitando-nos explorar e imaginar a cultura sul-coreana por meio de suas tramas. Embora se trate de uma representação ilusória da realidade, isso não reduz sua relevância ou impacto emocional. Ao contrário, é essa habilidade de criar ilusões que confere às narrativas audiovisuais potencial e apelo cativante. Por meio da manipulação de imagens, sons e enredos, é possível conceber

mundos alternativos ou paralelos que nos envolvem e nos levam a ponderar sobre aspectos fundamentais da experiência humana.

Neste sentido o cinema também comunica estilos de vida e cria “relações associativas” entre signos e objetos, tais simulações resultam em “perda do significado estável e numa estetização da realidade” que fascinam os espectadores para além dos sentidos (Featherstone, 1990, p.32). Segundo o autor, essa característica contemporânea de atribuir aspectos simbólicos as mercadorias têm sido amplamente utilizadas para “ênfatar diferenças de estilo de vida demarcando relações sociais” (idem, p.35). Nos filmes é possível verificar que os bens materiais como roupas, decoração de casas, bairros, apresentação das refeições, eletrodomésticos, jogos, carros, ambiente de trabalho entre outras caracterizações, servem para atribuir ou não, prestígio social aos personagens. No caso da série “Pousando no Amor” o consumo de mercadorias se relaciona ao progresso e desenvolvimento, demarcando relações e diferenciando Coreia do Sul e Coreia do Norte.

Tendo em vista que o consumo é uma das principais mercadorias do capitalismo e a sua materialidade tem potencial para sustentar e moldar a cultura (Fontanelle, 2017), o exercício de identificar o consumo presente nas imagens, marcas, símbolos e comportamentos nos filmes e séries, pode elucidar os princípios de organização social. Porque o consumir, no sentido mais amplo é “um gesto de comunicação, troca e repartição de sentido, um ritual que ativa valores diferenciais para estratégias de ação social a partir de classificações de bens e pessoas” (Rocha e Aucar, 2017, p. 34)

Análise fílmica de “Pousando no Amor”

A série de televisão sul-coreana "Pousando no Amor" concentra-se em torno da personagem Yoon Se-ri, uma empresária sul-coreana e herdeira de uma grande empresa de moda, que se envolve em um acidente de parapente, resultando em uma aterrissagem forçada no território norte-coreano. Lá, ela é resgatada por Ri Jeong-hyeok, um oficial do exército norte-coreano, que a auxilia em sua estadia temporária e na busca por uma estratégia para retornar ao seu país de origem.

Para analisar o K-drama "Pousando no Amor", utilizamos a metodologia de Análise Cinematográfica, descrita por Vanoye (2012), que visa desvendar as complexidades da linguagem cinematográfica através de uma análise estruturalista que examina elementos como mise-en-scène, edição, som e narrativa. Inicia-se pela

decomposição das cenas em unidades mínimas, visando identificar os componentes visuais e auditivos essenciais. Aplicaremos essa metodologia aos episódios um e dois da série coreana, estudando cenários, personagens, figurinos e o consumo apresentados no romance.

Nos dois primeiros episódios de "Pousando no Amor", somos apresentados aos mundos contrastantes da Coreia do Sul e da Coreia do Norte, oferecendo uma representação matizada de ambas as sociedades. A série começa com um vislumbre da vida glamorosa e acelerada de Yoon Se-ri. Através de seu estilo de vida abastado e carreira de sucesso na indústria da moda, vemos as ruas movimentadas de Seul, os arranha-céus modernos e a cultura vibrante da Coreia do Sul. Se-ri personifica o epítome da sociedade sul-coreana abastada e cosmopolita, exibindo sua prosperidade econômica e influência global. Por outro lado, conforme a aventura de parapente de Se-ri sai do controle, somos transportados para o mundo secreto e rigidamente controlado da Coreia do Norte. A representação da Coreia do Norte na série é marcada por seu contraste gritante com a energia agitada da Coreia do Sul. Vemos as paisagens remotas e acidentadas, a arquitetura austera e a presença pervasiva do controle militar. Apesar das dificuldades e escassez retratadas na Coreia do Norte, há também um senso de comunidade e resiliência entre seu povo, destacando o aspecto humano em meio ao pano de fundo político.

Nesses dois capítulos, há uma comparação visual sutil, porém frequente, entre o Norte e o Sul. Sempre há transições de cena que servem como comparações entre a vida nos dois países. Por exemplo, em uma cena de "Pousando no Amor", uma mulher no vilarejo norte-coreano pedala para gerar energia elétrica. A cena termina com um close dos pés pedalando e transita para a Coreia do Sul, onde uma mulher pedalando em uma academia, ressaltando que, no Norte, pedalar é uma necessidade, enquanto no Sul é lazer e esporte.

O forte contraste entre os cenários apresentados na Coreia do Sul e na Coreia do Norte em "Pousando no Amor" serve para destacar as vastas disparidades entre as duas sociedades. Na Coreia do Sul, especificamente em Seul, eles nos mostram uma vida urbana em uma cidade luxuosa, cercada por marcas de luxo e edifícios modernos. Isso contrasta com o lado norte-coreano da história, que se passa em uma vila simples com casas de madeira, onde o patriotismo é evidente com vários sinais indicando a presença do Estado.

Imagem 1: Cenários



Fonte: Captura de tela da abertura da Série

Em diversas cenas e diálogos verificamos o contraste do consumo de bens dos dois países, evidenciando a restrição e pouca tecnologia no norte e abundância e modernidade no sul. No norte o consumo de carne é citado como raro, os produtos de higiene como sabonete líquido e shampoo não estão disponíveis, há ausência de eletrodomésticos como geladeiras, panelas de arroz (considerada um item de contrabando) e briquetes de carvão ditos modernos no vilarejo norte-coreano é ofuscado pela menção do fogão a gás. A comparação culmina no segundo episódio, onde a personagem Se-ri sonha que está acordando em seu moderno apartamento em Seul. Em uma sequência de cenas ela descreve o conforto de sua cama, admira seu closet, faz carinho em sua banheira e abraça sua vela perfumada e conclui com a seguinte frase: “Eu sabia que não era verdade. Coreia do Norte? Foi tudo um pesadelo horrível”. Dando aos bens um valor imperativo de necessidade, onde sua ausência é o prenúncio do caos o retorno “a uma era mais primitiva” (Douglas e Isherwood, 2004, p.52).

Os figurinos em "Pousando no Amor" evidenciam uma discrepância significativa entre as duas Coreias. Na Coreia do Sul, a moda é um símbolo de status e modernidade, com mulheres frequentemente usando vestidos elegantes e acessórios de ouro, refletindo as últimas tendências e enfatizando a expressão individual. Os homens são comumente vistos em ternos elegantes, projetando uma imagem de profissionalismo e sucesso, ressaltando a importância da aparência e apresentação na sociedade sul-coreana.

Imagem 2: figurinos



Fonte: Captura de tela da abertura da Série

Em contraste, os figurinos na Coreia do Norte são marcados pela simplicidade e uniformidade. A maioria dos homens veste uniformes militares, destacando a influência do exército na sociedade norte-coreana e a ênfase na defesa nacional. As roupas das mulheres são modestas e utilitárias, muitas vezes feitas à mão devido à escassez de recursos, refletindo a uniformidade e a conformidade impostas pelo regime. A falta de variedade no vestuário sublinha as escolhas limitadas disponíveis para os cidadãos e a priorização da funcionalidade sobre a moda. Ao tratar as escolhas de vestuários das classes populares em contraste com as classes mais altas, Bourdieu (2015) cita que a substituição da funcionalidade do vestuário em favor aparência, é resultado de uma visão de mundo onde as roupas e a apresentação pessoal resultam em maior ou menor capital social. Um abandono do “ser”, em prol da “preocupação em parecer” (Bourdieu, 2015, p. 190).

Considerações finais

A série "Pousando no Amor" oferece não apenas entretenimento, mas também insights profundos sobre a divisão coreana e a representação cultural através do consumo de mercadorias. A série destaca as diferenças entre as sociedades da Coreia do Sul e do Norte, incentivando reflexões sobre fatores socioeconômicos, culturais e políticos que moldam identidades nacionais e percepções. Os contrastes visuais, como as movimentadas ruas de Seul e as paisagens austeras da Coreia do Norte, enfatizam essas diferenças do consumo enquanto humanizam personagens de ambos os lados, desafiando estereótipos e promovendo empatia.

Os figurinos são uma metáfora visual para as disparidades socioeconômicas: roupas estilosas na Coreia do Sul simbolizam opulência e expressão individual, enquanto uniformes e roupas modestas na Coreia do Norte refletem o controle do regime e a escassez de recursos. A série permite aos espectadores refletirem sobre o poder da mídia e do consumo na formação de percepções culturais e na promoção do entendimento

intercultural, explorando temas de amor, resiliência e reconciliação. A análise cuidadosa das representações pode fomentar uma compreensão da diversidade cultural e promover empatia e apreciação pela experiência humana.

REFERÊNCIAS

Brasil já é o quinto maior mercado no consumo mundial de ‘dramas’. **O Tempo**, 2022. Disponível, <https://www.otempo.com.br/entretenimento/brasil-ja-e-o-quinto-maior-mercado-no-consumo-mundial-de-doramas-1.2754446>. Acesso em: 11 de junho de 2024.

ALBUQUERQUE, Afonso de, and CORTEZ, Krystal. Cultura pop e política na nova ordem global: lições do Extremo-Oriente. Editora Edufba, 2015, pp.247-268. Available in: https://www.academia.edu/9152520/F%C3%A3s_Media%C3%A7%C3%A3o_e_Cultura_Midi%C3%A1tica_Dramas_Asi%C3%A1ticos_no_Brasil

BOURDIEU, P. **A Distinção: crítica social do julgamento**. Porto Alegre: Zouk, 2015.

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros E Simulações**. Relógios D’água, Lisboa, 1991.

CHUNG, Ah-young (2011). **K-drama: A New TV Genre with Global Appeal**. Korean Culture and Information Service - Ministry of Culture, Sports and Tourism.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. **O Mundo dos Bens**. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 2004.

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de Consumo e Pós-Modernismo**. São Paulo: Ed. Nobel, 1990.

FONTENELLE, Isleide Arruda. **Cultura do consumo – Fundamentos e formas contemporâneas**. São Paulo: FGV Editora, 2017.

GOLIOT-LÉTÉ, Anne E VANOYE, Francis. **Ensaio Sobre A Análise Fílmica**. Papirus Editora, São Paulo, 2012.

Hall, Stuart. O Espetáculo Do “Outro”. In: Hall, Stuart. **Cultura E Representação**. Rio De Janeiro: Apicuri E Puc-Rio, 2016.P.139-222.

JONGHOE, Y. Globalization, Nationalism and Regionalization: The case of Korean Popular Culture. **Development and Society**, v. 36, n. 2, p. 177-199, 2007.

MADUREIRA, Alessandra Vinco A. Calixto, MONTEIRO, Daniela de Souza Mazur and URBANO, Krystal Cortez Luz. “Fãs, Mediação E Cultura Midiática: dramas asiáticos no Brasil”. I Jornada Internacional GEMInIS: **Entretenimento Transmídia**, 2014. Available in: https://www.researchgate.net/profile/Afonso-Albuquerque2/publication/326558496_Cultura_Pop_e_Politica_na_Nova_Ordem_Global_Licoes_do_Extremo-Oriente/links/5b560c57a6fdcc8dae3fb966/Cultura-Pop-e-Politica-na-Nova-Ordem-Global-Licoes-do-Extremo-Oriente.pdf

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

NASSIF, Tamara. 60% das contas da Netflix já consumiram séries, filmes ou realities sul-coreanos, diz CEO. **Estadão**, 2023. Disponível em <https://www.estadao.com.br/cultura/televisao/60-das-contas-da-netflix-ja-consumiram-series-filmes-ou-realities-sul-coreanos-diz-ceo-nprec/>. Acesso em: 11 de junho de 2023.

MORIN, Edgar Morin. **O Cinema Ou O Homem Imaginário**. Ensaio De Antropologia Sociológica. É Realizações, São Paulo, 2014.

NYE JUNIOR, J. S. **Soft Power**. Foreign Policy, n. 80, p. 153-171, 1990.

PARK, J. “The Korean wave: Transnational cultural flows in Northeast Asia”. In: **ARMSTRONG**, et al. (Ed.). “Korea at the center: Dynamics of regionalism in Northeast Asia”. New York: M. E. Sharpe, 2006.

ROCHA, Everardo; AUCAR, Bruna. Bens e sensibilidades: consumo, ritual e classificação publicitária. Revista ALCEU, v.17, .34, p. 5 a 17, jan./jun.2017.

SAID, E. W. **Orientalismo: o Oriente como invenção do Ocidente**. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.