

Representação da Beleza Feminina Sul-coreana: Uma Análise do *K-drama True Beauty*¹

Larissa Araújo AGUIAR²
Andrea Pinheiro Paiva CAVALCANTE³
Universidade Federal do Ceará - UFC

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo principal analisar a representação da beleza feminina sul-coreana no *k-drama True Beauty* (2021). A partir da triagem dos 16 episódios do drama, utilizou-se a análise temática (Ayres, 2008), evidenciando-se a incidência de – *bullying*, desamparo familiar e culto à beleza – os quais se conectam ao padrão de beleza exibido na produção. Assim, foi possível apontar como a protagonista *Lim Ju-kyung* molda sua aparência como uma forma de aceitação social.

PALAVRAS-CHAVE: beleza feminina; k-beauty; hallyu; True Beauty; k-dramas.

INTRODUÇÃO

Com o advento da internet e a facilidade de acesso à informação, este cenário proporcionou uma maior disseminação dos produtos culturais sul-coreanos globalmente, principalmente devido à interação entre fãs (Mazur, 2021). Além disso, segundo Figueiredo e Souza (2019, *apud* Santos, 2022, p. 19), “a cultura coreana é um fenômeno midiático contemporâneo, com produtos que avançam pelo mundo levando a essência das características culturais coreanas”. Com isso, esse fenômeno é conhecido como *Hallyu* ou Onda Coreana, em que há a circulação de produtos culturais sul-coreanos, como *k-dramas*, *k-pop* e *k-beauty*.

Partindo desse pressuposto, tendo em vista a popularidade dos *k-dramas* no mundo, os quais veiculam características da sua cultura, este trabalho tem como foco a beleza feminina sul-coreana, sendo a Coreia do Sul um país que busca constantemente a beleza ideal (Silveira, 2019). Dentre as produções audiovisuais que transmitem esta temática, e que estão disponíveis na Netflix, são: *Oh my venus* (2015), *She was Pretty*

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Ficção Televisiva Seriada, evento integrante da programação do 25º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 26 a 28 de junho de 2025.

² Bacharel em Sistemas e Mídias Digitais da UFC, email: larissaraujo201@gmail.com.

³ Professora do Curso de Sistemas e Mídias Digitais da UFC, email: andrea@virtual.ufc.br.

(2015), *Beauty Inside* (2018), *My ID is Gangnam Beauty* (2018), *True Beauty* (2021) – objeto de estudo desta pesquisa⁴ – entre outras.

Observa-se que desde a Antiguidade da Coreia, há uma internalização do padrão de beleza feminina ideal, com o uso de maquiagens, cuidados com a pele e o culto ao embranquecimento (Santos, 2023). Posteriormente, tais práticas seguem-se na contemporaneidade, e são influenciadas pela mídia que estimula a busca pela beleza ideal, incentivando o consumo de cosméticos e a realização de procedimentos estéticos. No entanto, essa busca pode levar as pessoas a terem distúrbios alimentares e/ou psicológicos (Amaral, 2019). Com isso, faz-se importante entender como a beleza feminina é representada no *k-drama True Beauty* (2021).

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Nos últimos anos, a indústria televisiva da Coreia do Sul tem se desenvolvido rapidamente, com cerca de US\$13,2 bilhões arrecadados com as exportações em 2022⁵. Isso deve-se, principalmente, ao fenômeno da *Hallyu* ou Onda Coreana, em que há a popularidade e circulação dos produtos culturais sul-coreanos (Leal, 2023). Além disso, o termo *Hallyu* foi estabelecido pela imprensa chinesa, em 1997, após o sucesso do *k-drama What is Love* no país (Kim, 2019 *apud* Rosa, 2019). Neste período, em meio a Crise Econômica da Ásia, a Coreia do Sul exportou seus *k-dramas* a preços baixos para países do Leste Asiático (Mazur, 2021).

Mais à frente, a Coreia do Sul começou a exportar suas produções audiovisuais para outros países além da Ásia, incluindo o Brasil. No entanto, o número de *k-dramas* veiculados pelas emissoras brasileiras era escasso, e devido à isso foi importante a prática dos fãs através dos *fansubs* que legendavam tais produções e assim facilitava o acesso aos *k-dramas* na internet (Araujo; Urbano, 2017). Além disso, os *streamings* também contribuíram para a disseminação dos dramas sul-coreanos, com a oferta dessas produções em seu catálogo, além de parcerias com emissoras da Coreia do Sul.

Assim, os *k-dramas* foram ganhando espaço ao redor do mundo, sendo consumidos avidamente por seus fãs. Tais produções audiovisuais englobam diversos

⁴ Esta pesquisa é resultado do Trabalho de Conclusão de Curso apresentado para obter o grau de bacharel em Sistemas e Mídias Digitais.

⁵ Disponível em:

<https://telaviva.com.br/28/10/2024/coreia-do-sul-ve-industria-de-conteudo-como-principal-fator-que-influencia-positivamente-a-imagem-do-pais/>.

aspectos da cultura sul-coreana, dentre eles a beleza feminina, e *True Beauty* (2021) se destaca como um dos *k-dramas* que abordam esta temática, escolhido como objeto de estudo desta pesquisa.

Desde as primeiras dinastias da Coreia, há uma valorização da beleza pela sociedade coreana, “os cosméticos não só tornavam o exterior bonito e sobretudo saudável, mas também o interior” (Chung, 2023 *apud* Santos, 2023, p. 42). Com isso, os indivíduos utilizavam cosméticos e enalteciam a pele branca, a qual era associada à nobreza, devido à baixa exposição ao sol (Amaral, 2019). Neste período, também há vestígios do uso da maquiagem, majoritariamente em tons avermelhados e rosados, no entanto a intensidade da coloração variava de acordo com cada dinastia da Coreia.

Percebe-se que o culto à beleza na Coreia do Sul emerge desde a Antiguidade. Na contemporaneidade, observa-se que há uma pressão estética na sociedade sul-coreana, desde crianças são ensinadas a valorizar a beleza, o que inclui: cuidados com a pele, culto ao embranquecimento, magreza e normalização de cirurgias plásticas. Tais “cuidados” são associados ao reconhecimento social de acordo com a aparência do indivíduo. No entanto, para alcançar o ideal de beleza, as pessoas desafiam os próprios limites do corpo, e podem ter problemas de saúde.

A mídia é um dos principais influenciadores do padrão de beleza ideal, contribuindo para a internalização do ideal de beleza, além do imediatismo desta imagem corporal (Amaral, 2019). Trazendo para o contexto sul-coreano, observa-se o uso de celebridades para divulgação dos produtos de beleza, como forma de salientar o padrão ideal através de atores e *idols* de *k-pop* (Amaral, 2019). Tais celebridades se submetem a dietas rigorosas, como o caso da cantora IU, que perdeu 5kg em 5 dias.

Além disso, o ideal de beleza sul-coreano também é apresentado nos *k-dramas*. Partindo desse pressuposto, mostra-se que a escolha do elenco de tais produções, englobam atores e atrizes que se enquadram no padrão de beleza ideal. Também são veiculados os comportamentos esperados da conduta da mulher, como ser uma boa esposa, ter filhos e se dedicar ao lar (Stefenon *et al.*, 2020, p. 9).

Com isso, a mídia promove a insatisfação corporal frente ao padrão de beleza ideal, o que estimula o consumismo. Esse cenário leva os indivíduos a consumirem cosméticos e maquiagens, e até mesmo a realizarem modificações corporais, como cirurgias plásticas. Além disso, com a ascensão da *Hallyu*, os produtos de *k-beauty*

chegam a várias partes do mundo, a indústria estética tornou-se um mercado lucrativo para o país, sendo avaliada em US\$91,99 bilhões em 2022⁶, em contraste com a insatisfação corporal.

METODOLOGIA

O presente trabalho se caracteriza como uma pesquisa qualitativa, devido ao teor interpretativo, em que realizou-se um levantamento bibliográfico sobre a história das produções audiovisuais da Coreia do Sul, assim como o contexto histórico da beleza feminina sul-coreana. Diante disso, optou-se pelo estudo de caso (Pereira *et al.*, 2018) como metodologia, ampliando o entendimento do fenômeno investigado.

Na coleta de dados, foram assistidos todos os episódios do *k-drama True Beauty* (2021) na Netflix, o qual possui 16 episódios com duração média de 1 hora e 25 minutos. A partir disso, utilizou-se a análise temática (Ayres, 2008) para organizar os dados coletados, e identificou-se a incidência das seguintes temáticas relacionadas ao padrão de beleza exibido no drama: *bullying*, desamparo familiar e culto à beleza.

Assim, após esta triagem, observou-se detalhadamente os elementos da linguagem audiovisual, destacando os diálogos dos personagens e a fotografia, discutiu-se como tais temáticas se conectam à beleza feminina, tendo em vista os conceitos levantados na pesquisa bibliográfica.

RESULTADOS

Na análise do *k-drama True Beauty* (2021), mostrou-se uma dicotomia entre a beleza idealizada e a beleza natural. Na beleza idealizada, a protagonista *Lim Ju-kyung*, utiliza maquiagem para esconder as imperfeições da sua pele, e manifesta o anseio em fazer cirurgias plásticas, mesmo sendo uma adolescente. Nesse contexto, observa-se que a busca pelo padrão ideal impulsiona o consumo de produtos de beleza, desde maquiagens à produtos de *skincare*, os quais são exibidos ao longo da trama. Além disso, o enquadramento no padrão estético promove boas relações sociais na escola.

Por outro lado, na beleza natural, desde criança, *Lim Ju-kyung* era mal vista devido à sua aparência no ambiente familiar quanto escolar, o que impactou negativamente na forma como ela se via. No entanto, mesmo ao buscar a “beleza

⁶ Disponível em: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/k-beauty-products-market-report>.

natural”, ela é influenciada a usar cosméticos para manter uma boa aparência com a pele natural, pode-se fazer uma relação com a estética *clean girl*. Por fim, ao se aceitar, *Lim Ju-kyung* começa a ir à escola sem maquiagem, com seu rosto natural mesmo com as imperfeições, e a sua pele maquiada deixa de ser uma imposição estética.

Ao fim da análise, observou-se que os inúmeros conflitos enfrentados por *Lim Ju-kyung* devido à sua aparência, como o *bullying*, os comentários negativos dos familiares e alunos, os traumas psicológicos e a perseguição por causa de seu relacionamento amoroso. Tais acontecimentos levaram a protagonista a acreditar que encaixar-se no padrão de beleza ideal era sinônimo de aceitação social, recorrendo ao uso da maquiagem. Porém, esta crença é rompida ao final da trama, em que *Lim Ju-kyung* apresenta-se na escola com seu rosto natural, mantendo suas amizades e revelando abertamente seu relacionamento. Por fim, sua família passou a tratá-la bem.

REFERÊNCIAS

AMARAL, Rafaela Prado do. **Kpop: Padrão de beleza, mídia e suas implicações no cotidiano dos grupos femininos na Coreia do Sul**. Fortaleza, 2019. Disponível em: <https://repositorio.ufc.br/handle/riufc/51720>. Acesso em: 04 jan. 2025.

ARAUJO, Mayara; URBANO, Krystal. **Os novos modelos de distribuição e consumo de conteúdo audiovisual asiático nas redes digitais: O caso dos dramas de TV na Netflix BR**. In: X Simpósio Nacional da ABCiber, 10., 2017, São Paulo. Disponível em: <https://www.abciber.org.br/anais-abciber-2017.pdf>. Acesso em: 29 out. 2024.

AYRES, L. **Thematic coding and analysis**. In: GIVEN, L. M. The SAGE Encyclopedia of Qualitative Research Methods. Thousand Oaks: SAGE Publications Inc., 2008. p. 867-868. Acesso em: 20 fev. 2025.

LEAL, Lise Raquel S. de A. **O expoente audiovisual da Coreia do Sul: os k-dramas e a reestruturação das narrativas**. Natal, 2023. Disponível em: <https://repositorio.ufm.br/handle/123456789/53326>. Acesso em: 15 out. 2024.

MAZUR, Daniela. **A Indústria Televisiva Sul-Coreana no Contexto Global**. Ação Midiática – Estudos em Comunicação, Sociedade e Cultura., [S. l.], v. 22, n. 1, p. 172–191, 2021. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/acaomidiatica/article/view/73021>. Acesso em: 13 out. 2024.

PEREIRA, A. S.; SHITSUKA, D. M.; PARREIRA, F. J.; SHITSUKA, R. **Metodologia da pesquisa científica**. Santa Maria, 2018. Disponível em:

https://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/15824/Lic_Computacao_Metodologia-Pesquisa-Cientifica.pdf. Acesso em: 11 ago. 2024.

ROSA, Daniela F. C. da. **O que os K-Dramas querem?**. Porto Alegre, 2019. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10183/206626>. Acesso em: 25 out. 2024.

SANTOS, Lorena Ferreira dos. **Onda Hallyu: análise da imagem social do secretariado executivo transmitida nos dramas sul coreanos**. São Cristóvão, 2022. Disponível em: https://ri.ufs.br/bitstream/riufs/17778/2/LORENA_FERREIRA_DOS_SANTOS.pdf. Acesso em: 29 jul. 2024.

SANTOS, Célia Mariana S. L. **Beleza, cosmética e comunicação visual direcionada para jovens consumidoras sul-coreanas: o caso da marca Étude House**. Lisboa, 2023. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10400.14/43691>. Acesso em: 02 jan. 2025.

SILVEIRA, Camila Mattos da. **Ditadura da beleza sul coreana: a indústria do k-pop e a sua presença na constituição da identidade dos indivíduos sul-coreanos**. São Paulo, 2019. Disponível em: <https://repositorio.pucsp.br/handle/handle/28685>. Acesso em: 29 jul. 2024.

STEFENON, Eduarda; ABREU, Júlia Ozorio de; OLIVEIRA, Felipe Moura de. **O dorama como texto da cultura: A mulher nas séries sul-coreanas mais vistas entre janeiro e junho de 2020**. Porto Alegre, 2020. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2020/resumos/R15-0201-1.pdf>. Acesso em: 29 jul. 2024.

TRUE BEAUTY. Produção: Kim Sang-Hyeob. Coreia do Sul: Total Variety Network, 2020-2021. Disponível em: <https://www.netflix.com/title/81410834>. Acesso em: 11 ago. 2024