

Maria Carmem Souza
Lynn Alves
Organizadoras

NARRATIVAS SERIADAS

FICÇÕES TELEVISIVAS, GAMES E TRANSMÍDIA



2021, Autores.
Direitos dessa edição cedidos à Edufba.
Feito o Depósito Legal.

Grafia atualizada conforme o Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa
de 1990, em vigor no Brasil desde 2009.

Capa e Projeto Gráfico
Rodrigo Oyarzábal Schlabitx

Revisão
Camila D'Apolônio

Normalização
Emmanoella Ferreira

Sistema de Bibliotecas – SIBI/UFBA

Narrativas seriadas : ficções televisivas, games e trasmídia / Maria Carmem Souza,
Lynn Alves, organizadoras. - Salvador, 2021.
245 p.

Textos selecionados do I Seminário de Narrativas Seriadas em Games, Televisão e
Trasmídia (SERIAIS), realizado nos dias 3 e 4 de julho de 2019 na Faculdade de Comunicação
(Facom) da UFBA.

Textos em inglês e português.

Contém biografia.

ISBN: 978-65-5630-113-6

1. Comunicação em massa. 2. Comunicação e cultura. 3. Televisão. 4. Jogos eletrônicos.
5. Ficção brasileira I. Souza, Maria Carmem. II. Alves, Lynn.

CDD – 302.23

Elaborada por Jamilli Quaresma / CRB-5: BA-001608/O

Editora afiliada à



Editora da UFBA

Rua Barão de Jeremoabo, s/n - *Campus* de Ondina
40170-115 - Salvador - Bahia

Tel.: +55 71 3283-6164

www.edufba.ufba.br / edufba@ufba.br

SUMÁRIO

Apresentação

MARIA CARMEM JACOB DE SOUZA E LYNN ALVES

11

Parte I

Transmídia e Narrativas Seriadadas perspectivas teóricas e metodológicas

Transmedia, Episodics, and Pluriverse

CRISTY DENA

21

Perspectivas sobre serialização e ludemas em jogos digitais

CRISTIANO MAX PEREIRA PINHEIRO

45

Diante do quebra-cabeças

reflexões sobre a serialidade narrativa, uma cultura
das séries e a serialização do consumo

PEDRO PEIXOTO CURTI

63

Parte II

**Entre séries e *games*:
análise de produtos e mercados**

Da unidade fílmica para a serialidade televisiva

um estudo da primeira temporada da série *Fargo*

LUDMILA MOREIRA MACEDO DE CARVALHO

89

**Estratégias narrativas para a construção
da diversidade no mundo ficcional de
*Orange is the new black***

BÁRBARA CAMIRIM

111

Neblina, sombras e *milkshakes*

a série *Riverdale* e a narrativa policial *hard boiled* para jovens

LUCAS RAVAZZANO

127

Minecraft story mode

uma análise transmidiática da ficção interativa da Netflix

LYNN ALVES

147

Hana Yori Dango e o Mercado Televisivo
Transnacional do Leste da Ásia

DANIELA MAZUR

173

Audiovisual *made in* Bahia

Notas sobre processos de financiamento, produção e
circulação de obras seriadas financiadas pelo FSA

ANDRÉ RICARDO ARAUJO VIRGENS

195

**Processos criativos na animação
seriada infantil brasileira**

o caso de internacionalização de 'Cupcake & Dino'

NATACHA STEFANINI CANESSO

221

Sobre os autores

241

HANA YORI DANGO E O MERCADO TELEVISIVO TRANSNACIONAL DO LESTE DA ÁSIA

DANIELA MAZUR

Introdução

O mercado televisivo global de hoje denota complexidades e nichos regionais que apresentam novos agentes de produção midiática, importantes nesse momento de mudanças no contexto geral. A atual ordem global não é a mesma que antes alimentava a ideia “do Ocidente para o resto” (HALL, 1992), de um fluxo único de influências culturais do Estados Unidos e Reino Unido para os outros países do mundo. A forte presença de Hollywood e

da televisão estadunidense no mercado global, assim como o impacto histórico da British Broadcasting Corporation (BBC) como um canal modelo para outras nações são inegáveis, contudo, outros modos de pensar televisão têm surgido a partir de países considerados como de “fora do eixo” e vêm conquistando espaço em meio aos fluxos e contrafluxos globais. O momento atual aponta novos polos de produção cultural que desafiam e desmascaram a lógica antiga e generalizante de que apenas um fluxo totalizava a influência global. (KEANE, 2006; YANG, 2007) Polos periféricos de produção midiática estão emergindo do cenário global, focando especialmente em mercados regionais. Uma dessas regiões onde vários países se destacam por seus rápidos progressos econômicos nas últimas décadas e por suas indústrias televisivas em acelerado desenvolvimento é o Leste Asiático. (IWABUCHI, 2010)

A televisão leste-asiática é considerada hoje como um verdadeiro fenômeno global. (KIM, 2014) Por mais que exista o influxo ocidental nessas indústrias televisivas e os Estados Unidos mantenham seu incontestável potencial de influência em nível global, a indústria estadunidense ainda falha em se manter relevante em mercados com forte tradição em conteúdo televisivo local. (KEANE; FUNG; MORAN, 2007) Por essa razão, atualmente o mercado regional da Ásia Oriental, amparado por suas forças nacionais em produção televisiva, não cede totalmente à importação de programação estrangeira e, dessa forma, criou-se um espaço relevante de trocas que fortalecem o espectro regional. As narrativas ficcionais, conhecidas como dramas de TV, são parte essencial desse universo, porque, além de serem um formato televisivo desenvolvido na região, também dialogam com as questões culturais que mantêm esse mercado relevante e em constante expansão. De fato, a produção de dramas de TV movimentam as dinâmicas mercadológicas dessa parte do mundo, tanto através da venda de formatos televisivos quanto de produtos licenciados. (KIM, 2014)

Coreia do Sul e Japão se destacam atualmente como grandes polos de exportação desse tipo de conteúdo e, por essa razão, são mediadores centrais das influências que geram tal mercado. Não é de surpreender que parta de um deles uma das maiores e mais rentáveis narrativas televisivas

da Ásia Oriental: *Hana Yori Dango*, que é originalmente japonesa e se expandiu como formato de roteiro pelo cenário regional. Essa narrativa surgiu como mangá – história em quadrinhos japonesa – e avançou, dentro do próprio país de origem, para outras plataformas midiáticas, se destacando especialmente no formato de drama de TV. Contudo, o potencial narrativo de *Hana Yori Dango* foi e vai além: possui adaptações televisivas na Coreia do Sul, China, Taiwan, Tailândia, Índia, Indonésia e Estados Unidos, sem contar com as versões atualizadas em um mesmo país, mas em diferentes anos. É um produto que admira pela longevidade, versatilidade e pelo potencial de dialogar com diferentes culturas, sendo reimaginado em contextos distintos, mas mantendo a essência da narrativa. Então, em frente aos potenciais desse artefato midiático, este capítulo posiciona *Hana Yori Dango* em meio ao debate da transnacionalização televisiva e do regionalismo em um dos espaços mais efervescentes em cultura pop no mundo atual: o Leste da Ásia.

O mercado televisivo do leste da Ásia

A lógica de um mercado de produtos e formatos televisivos ativo dentro da região do Leste Asiático ainda é recente, já que até o final dos anos 1980 essa movimentação ainda era muito incipiente. (KIM, 2014) O cinema interasiático tinha seus polos de exportação transnacional na região, como os filmes de kung-fu honcongueses, mas a interdependência televisiva era quase inexistente. Havia, até então, certo receio entre os países da região em importar conteúdo estrangeiro, mesmo de países vizinhos, temendo que estes pudessem influenciar e deturpar as culturas locais. O caráter protecionista era forte e, conseqüentemente, inibia o mercado regional de produtos culturais. (SHIM, 2008) Conteúdos televisivos ocidentais – em especial os estadunidenses – eram vistos como ameaças globalizantes, os mais perigosos para esse ambiente de proteção cultural e econômica. Por isso, nas décadas de 1980 e 1990 apenas produtos culturais de alguns países circulavam em meio ao mercado leste-asiático: os japoneses e os honcongueses. (IWABUCHI, 2004) O destaque do Japão e Hong Kong no

cenário regional, porém, não garantia pluralidade e limitava a exportação e circulação de produtos televisivos nesse mercado a apenas esses dois países asiáticos. Contudo, paradoxalmente, a influência da globalização e do projeto de americanização mundial encorajou que países periféricos da Ásia Oriental se posicionassem em meio às tentativas de homogeneização das forças culturais do centro. (SHIM, 2006) Em um movimento de aproximação dos mercados nacionais e regionais e em desfavor das forças globais, desenvolveram, assim, oportunidades para os novos polos locais de produção cultural, que favoreciam produtos da sua própria região.

Keane, Fung e Moran (2007, p. 3) apontam que o distanciamento das influências globais e a reafirmação do regionalismo leste-asiático na produção televisiva foi resultante de diferentes fatores que se apresentaram à época: a integração das economias da Ásia Oriental aos mercados ocidentais, produzindo, assim, novas possibilidades para a produção e distribuição televisiva; níveis crescentes de comércio e troca de capital criativo entre os países da região, que levaram a novos nichos de mercado; transferência de tecnologias através de empreendimentos conjuntos e coproduções audiovisuais; cosmopolitismo crescente nas grandes cidades leste-asiáticas, que levou à demanda popular por conteúdos que refletissem esse estilo de vida; e modelos flexíveis de produção, que surgiram como resposta ao momento multicanal e de digitalização do cenário televisivo. Portanto, em meados dos anos 1990, esses fatores, somados ao levante democrático e à liberação midiática que se alastraram pela Ásia Oriental, conseguiram atualizar e concretizar o cenário dos mercados locais, criando espaço para movimentações mais intensas aos fluxos televisivos regionais. (SHIM, 2006)

Foi, então, a partir desse momento de abertura de mercados, que os países começaram a construir uma lógica mercadológica transnacional através, também, de trocas de produtos culturais, formatos televisivos e influências. Juntamente as forças da globalização da mídia, o poder econômico revigorado dos países asiáticos aumentou o consumo e a demanda por produtos de entretenimento, ajudando também a intensificar os fluxos culturais no mercado transnacional. (IWABUCHI, 2002) O Japão,

que já possuía presença ativa nesse cenário, se fortaleceu ainda mais, enquanto, outros agentes começaram a conquistar seus espaços, como a Coreia do Sul, que atraiu seus primeiros consumidores estrangeiros nessa época, ao final da década de 1990. O primeiro grande sucesso de exportação televisiva sul-coreana foi em 1997 com o drama de TV *What is love* (MBC, 1991-1992), que abriu as portas para o diálogo cultural da Coreia do Sul com outros países da região, especialmente os da esfera chinesa. (SHIM, 2008) Então, dessa forma, o contato com a produção televisiva de países vizinhos, possibilitada por esse ambiente recente de trocas mercadológicas regionais, incentivou as produções locais e fortaleceu as indústrias televisivas em suas investidas de exportação, especialmente através da compra e cópia de formatos. A familiaridade e o estranhamento causados por esses produtos no mercado regional incentivaram o interesse pelo consumo desses conteúdos, que dialogavam com a cultura pop leste-asiática. Ao mesmo tempo, traziam novas perspectivas culturais de suas raízes locais, pluralizando assim o cenário mercadológico televisivo regional que se formava.

A capacidade de transação de serviços e produtos entre esses países facilitou a internacionalização midiática regional, já as trocas culturais, através especialmente de coproduções e vendas de formatos, ajudaram na diminuição das barreiras regulatórias entre os mercados locais e a ascensão da Web 2.0 ampliou o acesso e circulação de conteúdo. (KEANE; FUNG; MORAN, 2007) As leis e estratégias protecionistas acabaram se tornando um estímulo para a compra de formatos e desenvolvimento de adaptações locais, já que, dessa forma, a identidade local se manteria protegida de influências. (WAISBORD, 2004) Equilíbrio entre a proteção da cultura nacional e o interesse na exotividade e “modernidade” do estrangeiro, com a estratégia de ligar interesses econômicos internacionais ao sentimento nacional de pertencimento. (WAISBORD, 2004) Além disso, a expansão da capacidade tecnológica da produção televisiva nessas indústrias culturais nas últimas décadas ajudou no desenvolvimento, distribuição e reconhecimento desses conteúdos (KEANE; FUNG; MORAN,

2007), o que estendeu o potencial de alcance e diálogo cultural desses mesmos com o cenário global.

O Leste da Ásia, em sua pluralidade de países e culturas, é um território extremamente heterogêneo. Não temos aqui nenhum interesse de homogeneizar o conceito de cultura pop regional, contudo buscamos pontos de interseção que auxiliaram no diálogo transnacional entre esses países, o que facilitou a construção de um certo senso de proximidade e pertencimento em favor da formação do mercado televisivo leste-asiático. Existem ali “valores celebrados regionalmente” (FUNG, 2007, p. 281), interasiáticos, que foram compartilhados por séculos de trocas em razão da cercania geográfica, fluxos migratórios e movimentações político-diplomáticas. Esses valores ajudam a criar diálogos culturais entre esses países e facilitam que produtos televisivos circulem entre audiências de diferentes países da região, que se veem representados por eles de alguma forma, por mais que sua cultura não esteja diretamente representada em tais narrativas.

O equilíbrio entre influências culturais tradicionais e estrangeiras forma a estratégia de circulação televisiva em meio à região do Leste Asiático. O conceito de Proximidade Cultural (STRAUBHAAR, 1991) ajuda a explicar como os produtos televisivos navegam os fluxos interasiáticos (IWABUCHI, 2002) e como esse mercado se originou. Segundo Straubhaar (1991), as audiências preferem produtos que dialoguem com a sua própria cultura e buscam neles traços de familiaridade e representação de seu cotidiano. A existência do imaginário generalista de uma “identidade leste-asiática” (CHUA, 2004) abarca os traços relacionáveis entres os países do Extremo Oriente por serem culturalmente “próximos”, resultado de interações históricas, bagagem cultural, memórias coletivas compartilhadas e a própria cercania geográfica.

Então, o diálogo regional se torna um espaço frutífero para o mercado de programação televisiva, já que esses produtos apresentam uma comunhão cultural genérica em meio as diferenças existentes e, ao mesmo tempo que difundem características tradicionais comungadas, também exibem as diferentes atualizações e especificidades desses países,

especialmente nas suas abordagens cosmopolitas. Majoritariamente, as audiências leste-asiáticas se mostram receptivas a produtos próximos culturalmente (KEANE; FUNG; MORAN, 2007), criando-se, assim, interconexões culturais entre essas nações e um fluxo regional do mercado audiovisual. Contudo, não podemos desconsiderar a pluralidade dessa região e como esses textos são complexos e podem ser mal interpretados ou totalmente incompreendidos dependendo do público que o lê, ou até mesmo criarem barreiras nesse fluxo se tais produtos desenvolverem significados considerados como ruins para as audiências locais, que são igualmente complexas. (KIM, 2014)

A premissa básica da globalização aponta para o imperialismo cultural e da mídia como a força de dominação do Ocidente sobre o não-Ocidente - centro *versus* periferia -, resultando na tentativa de homogeneização das culturas e imposição de valores globais em desfavor dos locais. Essa construção ideológica faz parte de um consenso orientalista e euro-centrado que impõe como verdadeira a existência de uma submissão automática de culturas periféricas, desconsiderando o potencial de resistir e a complexidade dessas culturas. Contudo, o processo globalizante também cria resistências, as culturas locais não se perdem, mesmo em frente aos aspectos que irremediavelmente acabam se tornando semelhantes através do contato com as forças globais. E os formatos televisivos, por mais que sejam grandes arquétipos da globalização e se caracterizem pela uniformidade, são apenas formas, o conteúdo, que é o mais importante e significativo, é adaptável aos interesses culturais do local. (KEANE; FUNG; MORAN, 2007) Novamente, a ideia de proximidade cultural de Straubhaar (1991) é válida, já que a familiaridade do público com o que está representado na televisão se apresenta como essencial para o consumo desses produtos, tanto em nível nacional quanto regional. A resistência não está apenas na nação diretamente representada, mas também nos circuitos dos quais participa e nas outras culturas que dialogam com ela, que fazem parte do mesmo mercado e criam sentidos atualizados do que é ser periférico aos fluxos globais.

É em meio a essa estrutura do cenário global e regional, que os fenômenos culturais surgiram e se estabeleceram como polos da cultura pop leste-asiática. Como supracitado, Japão e Coreia do Sul são atualmente os grandes polos de produção, exportação e circulação de produtos culturais na região e se destacam como alternativas periféricas ao processo globalizante (YANG, 2007), desafiando a hegemonia do centro. (JIN; YOON, 2017) O Japan Mania é o fenômeno transnacional que abarca a força da exportação dos produtos culturais japoneses, alavancada especialmente pelos mangás, animês, dramas e J-pop, já a Hallyu - Onda Coreana - é o levante cultural da Coreia do Sul através do intenso fluxo de produtos culturais, como os K-dramas, K-pop, cinema, moda e cosméticos, que tem conquistado grande popularidade na Ásia e, mais recentemente, em países ocidentais. Esses fenômenos lideram o mercado regional, criando espaços de trocas e influências diretas, além de serem uma arena de cópias e adaptações de programas televisivos de sucesso.

Variações regionais impulsionam a dispersão de ideias. Ironicamente, enquanto a mídia global está se consolidando através de fusões e alianças, o conteúdo está sendo trocado ou clonado tão rapidamente que há uma crescente sensação de conectividade. O sucesso em um mercado é transferido muito rapidamente para outro. Isso não se aplica apenas à venda de programação 'finalizada', mas também à transferência de modelos e técnicas. É este o novo modelo de globalização. (KEANE; FUNG; MORAN, 2007, p. 24, tradução nossa)

Como apontado por Keane, Fung e Moran (2007), as práticas regionais de luta em resistência às forças globalizantes apresentam novas formas de produzir sentidos e modelos que funcionam dentro de regiões específicas. O formato televisivo drama de TV é um importante agente no mercado televisivo da Ásia Oriental, com suas ficções seriadas que apresentam o contexto atualizado da região, o cosmopolitismo e as tradições culturais vivas e cotidianas às sociedades leste-asiáticas. Através do consumo desse formato na região, audiências asiáticas passaram a reconhecer semelhanças e diferenças nas experiências de modernização um do outro, retratos

atualizados desses países vizinhos. (IWABUCHI, 2004) Os dramas de TV acabaram se tornando uma plataforma de diálogo cultural importante, especialmente para o mercado transnacional de produtos televisivos nessa arena asiática, mas também para criar a tal sensação de conectividade apresentada no trecho acima. São produtos que viajam entre as fronteiras dos países, tanto licenciados quanto como formatos de roteiro, tornando-se instrumentos de representação, conflito e intercâmbio cultural. Especialmente nos últimos 30 anos em que os dramas de TV têm ganhado grande popularidade no continente. (GLYNN, 2014) Chua (2008, p. 73) descreve que os fluxos de dramas de TV cruzam fronteiras culturais e linguísticas no Extremo Oriente e isso virou parte da rotina desse mercado. É com isso em mente que abordaremos o formato televisivo.

Drama de tv: um formato interasiático

O Japão é o ponto inicial do desenvolvimento do formato drama de TV. O país, inspirado em influências das produções seriadas televisivas desenvolvidas pelo mundo na época, começou a pensar sua serialidade ficcional de TV em meio aos primeiros passos da indústria da televisão no país. A primeira indicação do desenvolvimento deste formato se deu em 1953, logo após a fundação da emissora Nihon Hoso Kyohai (NHK). Os dramas de TV entraram na grade de programação do canal, se difundiram através do surgimento de novas emissoras pelo país e do desenvolvimento das tecnologias de produção, e fortaleceram a televisão como meio de comunicação. Junto aos dramas, desabrochou, então, a própria ideia de televisão no país. Essas produções ficcionais se preocupavam em apresentar a realidade sociocultural do Japão e questões cotidianas nas suas narrativas, apresentando para a população a efervescência das mudanças que estavam acontecendo na sociedade em geral na época. Com a expansão televisiva e das tecnologias de difusão nas décadas seguintes, abriu-se espaço para o desenvolvimento de diferentes gêneros dentro do formato televisivo, que ajudaram a apurar as produções e suas abordagens sobre questões sociais japonesas. O gênero mais influente para as atuais

configurações do formato foi o *trendy drama*, essencial para atualizar os dramas de TV e transformá-los em um produto atraente para o mercado local e internacional. Essa influência ajudou o formato a conquistar força no circuito televisivo leste-asiático e os dramas de TV se tornaram uma alegoria cultural da vida cotidiana e da multiplicidade em ser asiático na contemporaneidade. (DISSANAYAKE, 2012)

Os *trendy dramas* foram lançados como crônicas baseadas na vida acelerada dos japoneses no final dos anos 1980 e nas mudanças de uma sociedade em transição cosmopolita, somadas a elementos refinados de cenário, elenco, música e com a presença central de uma história de amor. Essas narrativas mais rápidas e urbanas refletiam a vida “real” dos japoneses, que estavam vivenciando a chegada das influências estrangeiras no país. (OTA, 2004) Uma metáfora romantizada da modernidade capitalista-consumista (CHUA; IWABUCHI, 2008), atualmente a fórmula continua a mesma e define o que conhecemos como o formato drama de TV. A estética refinada da imagem e os elencos focados em jovens e belos atores são traços dos dramas de TV, que incorporou o conceito dos *trendy dramas* e continua se atualizando segundo as demandas do mercado local e regional. Estes aspectos são os que influenciam as indústrias de dramas no Leste e Sudeste da Ásia na contemporaneidade e ditam as tendências televisivas da região. Hoje, os dramas de TV apresentam questões que refletem parte da rotina da sociedade em que se estabilizam.

O Japão entre as décadas de 1980 e 1990 era um dos grandes mediadores de produtos televisivos dentro da sua região. (IWABUCHI, 2002) O cosmopolitismo dos *trendy dramas* cativou as audiências do Leste e Sudeste Asiático, especialmente nos países em desenvolvimento em que o povo aspirava por melhorias na vida material. (CHUA; IWABUCHI, 2008) A presença dos dramas de TV japoneses no mercado regional era intensa, vários países consumiam essas narrativas e tinham contato direto com os influxos desse formato. Dessa forma, a produção televisiva japonesa conseguiu influenciar os países em que seus produtos culturais eram consumidos, introduzindo o formato drama de TV na região, que foi largamente adotado e reproduzido. Desenvolveu-se, assim, um cenário

transnacional de dramas, com diversas indústrias televisivas leste-asiáticas produzindo suas próprias narrativas ficcionais.

As indústrias televisivas sul-coreana, taiwanesa, tailandesa e chinesa se inspiraram nos dramas japoneses para desenvolverem suas próprias produções e incorporaram especificidades culturais e nacionais para que as narrativas dialogassem diretamente com os públicos locais. (YANG, 2007) A incorporação cultural nas narrativas foi essencial para que elas funcionassem com o público local e também se diferenciasssem no mercado regional. Questões como idioma, locações, estética de imagem, tipos de beleza, assuntos em voga em âmbito nacional, abordagens culturais e representação de características da sociedade em foco se expressam nessas narrativas e caracterizam essas produções. São até mesmo adotadas denominações específicas para diferenciar dramas de diferentes países, como, por exemplo, os dramas japoneses que são conhecidos como *doramas*,¹ os dramas tailandeses como *lakorns*² e os sul-coreanos como K-dramas.³ A partir disso, criaram-se imaginários nacionais sobre esses produtos, já que cada país imprime suas características a eles. Como expresso por Dissanayake (2012, p. 192-193, tradução nossa) no trecho a seguir:

As distâncias culturais entre, digamos, China e Índia, ou Japão e Indonésia, ou Coreia e Tailândia, são imensas. Portanto, os dramas de TV de cada país possuem a sua própria identidade cultural. No entanto, apesar de reconhecer essas diferenças, também é possível identificar algumas características comuns.

Em meio a diversidade de nacionalidades no mercado dos dramas de TV no Leste e Sudeste Asiáticos, a produção televisiva de cada país se caracteriza especialmente por seus códigos sociais e culturais representados nas narrativas. Esses revelam um pouco do cotidiano social e moral dessas sociedades, ao mesmo tempo que criam imaginários nacionais atualizados,

1 Termo em japonês para “drama”.

2 Termo em tailandês para “drama”.

3 O sufixo “K” indica Korea ou Coreia do Sul.

apresentando a modernidade, tradição e relevância desses países hoje. No caso dos K-dramas, por exemplo, preza-se especialmente pelo equilíbrio entre entretenimento e valores éticos da cultura, a fim de que essas narrativas se encaixem ao interesse do público e apresentem questões que reflitam e reafirmem a sociedade sul-coreana (DISSANAYAKE, 2012), em favor de, também, sustentar a promoção da Hallyu.

A fórmula dos dramas de TV, utilizada até os dias atuais, se baseia majoritariamente em histórias de casais apaixonados e as dificuldades que eles passam até conseguirem ficar juntos, com a recorrente presença de um triângulo amoroso como fator de dramaticidade.⁴ Em grande parte, essas histórias se utilizam de paisagens e localidades nacionais como pano de fundo e trilhas sonoras marcantes preenchidas por músicas do pop local. A maioria dessas histórias se desenvolvem nas grandes capitais, apresentando a estrutura e desenvolvimento desses países. Em grande parte, são narrativas simples, mas com forte apelo emocional, até mesmo previsíveis, causando no telespectador certo sentimento de familiaridade e antecipação com a narrativa. (CHAN; WANG, 2011) São intensamente influenciadas por matrizes melodramáticas, que Martín-Barbero (1997) define como uma fórmula narrativa, que mesmo se repetindo ao longo dos anos, atualiza-se sempre produzindo novos sentidos na vida de diferentes públicos e contextos culturais. O melodrama se utiliza de algumas características universais que compõem o gênero, como a dicotomia entre bem e mal e a qualidade moral, além de ser comumente caracterizado por um certo excesso de sentimentalismo. (ANG, 1985) Por essa razão, o tema central da grande maioria dos produtos influenciados por essa matriz é o amor romântico (BALDACCHINO, 2014) e os dramas de TV não fogem à regra.

4 Os dramas de TV não se limitam a esse arco majoritário, especialmente porque tal formato televisivo está em expansão constante. Existem diferentes gêneros e abordagens narrativas que abarcam esses produtos, trazendo perspectivas inovadoras para o campo ficcional. Dramas de ação, *sci-fi*, histórico, horror, *workplace* e fantasia são partes essenciais dos dramas de TV hoje.

Com o desenvolvimento tecnológico dos aparatos de produção somado aos fluxos de influências entre esses países, hoje esse formato televisivo faz parte do dia a dia das grades de programação das emissoras dos países do Extremo Oriente (CHUA; IWABUCHI, 2008), além de estar se expandindo como produto de exportação global. Ademais, as grandes nações e influências culturais na região atualmente, China, Coreia do Sul e Japão, se estabeleceram como partes de um imaginário genérico de “cultura pop leste-asiática”. (CHUA; IWABUCHI, 2008) Este imaginário circula principalmente através dessas narrativas, que prezam pelo equilíbrio da tradição cultural, em favor de dialogar com os países vizinhos, e a ideia de “modernidade” advinda de influências ocidentais, concebendo, assim, produtos televisivos híbridos que cativam especialmente os públicos mais jovens. É, então, em meio a esse fervilhar de fluxos e influências de um mercado em ascensão, que abordaremos no próximo tópico o lugar das versões de dramas de TV nesse mercado regional.

Hana Yori Dango, uma narrativa interasiática

Em meio ao mercado regional de produtos televisivos da Ásia Oriental, as versões e adaptações são um caso de destaque. Além do fato dessas práticas serem comuns entre diversas narrativas e diferentes países, existem histórias que se sobressaem em razão da sua longevidade dentro desse mercado ainda tão recente em suas movimentações internas. Uma delas é *Hana Yori Dango*, uma narrativa de destaque considerada como interasiática porque navega há anos por diferentes culturas e formatos midiáticos na Ásia Oriental, coroada como um clássico da cultura pop leste-asiática. Originária de mangás japoneses e com longevidade de mais de 20 anos no mercado televisivo, foi readaptada diversas vezes em diferentes países e em diferentes épocas. Primeiramente lançada nos quadrinhos e depois adaptada ao animê - animação japonesa -, ao cinema e a multiplicidade de versões nacionais dos dramas de TV.

Datada do início da década de 1990, até hoje essa história se mantém relevante para o público leste-asiático, com novas adaptações sendo

produzidas e conquistando diferentes públicos. Circulou com êxito em Taiwan, Coreia do Sul e China continental em formas adaptadas e revela o privilégio do local sobre o estrangeiro nessa lógica de mercado, com a preferência pelos elementos locais em primeiro plano. (CHAN, 2014) *Hana Yori Dango* apresenta um caso de sucesso de formato de roteiro que atraiu o mercado regional mesmo através dos anos e da grande quantidade de produções televisivas em destaque no cenário atual. Assim como o caso de *Yo soy Betty, la fea* (RCN Televisión, 1999-2001), no qual uma narrativa se transforma em formato através do potencial de seu roteiro em circular e ser adaptado em diferentes culturas e indústrias televisivas (MIKOS; PERROTA, 2012), também é *Hana Yori Dango* que se apresenta não só como um produto finalizado/licenciado, mas também como formato de roteiro difundido em meio ao mercado televisivo regional.

Em julho de 2018, a chamada do jornal *The Jakarta Post* anunciou: “*Meteor Garden 2018*: Mesma velha receita, mas as garotas ainda amam isso!”⁵ mais uma versão de *Hana Yori Dango* estava no ar na China e conquistou até a Netflix, que comprou os direitos de exibição global na sua plataforma - no catálogo brasileiro, “Jardim de Meteoros”. *Meteor Garden* é a tradução oficial para o inglês da adaptação chinesa, já no caso da Coreia do Sul a adaptação teve outro título, assim como na Indonésia. A destacada pelo jornal é a décima sexta adaptação audiovisual produzida a partir do original do mangá *shoujo*⁶ e conseguiu manter o seu sucesso no mercado transnacional do Leste e Sudeste Asiático, apesar da narrativa central ser basicamente a mesma e se repetir em todas suas versões.

A história original apresenta a protagonista Makino Tsukushi, uma garota simples, pobre e com personalidade forte, que consegue entrar em uma escola de elite, onde se depara com um quarteto de garotos que domina o lugar, o Flower Four (F4). Eles conquistaram esse poder através da beleza, inteligência e fortuna, se dando o direito de passar por cima de

5 Tradução nossa de “Meteor Garden 2018: Same old recipe but girls still love it!”, jornal *The Jakarta Post* em 19/07/2018. Disponível em: <http://www.thejakartapost.com/life/2018/07/19/meteor-garden-2018-same-old-recipe-but-girls-still-love-it.html>. Acesso em: 19 jul. 2018.

6 Categoria de histórias de mangá com público alvo focado em garotas adolescentes.

tudo e todos na escola. Contudo, Makino resiste à imponência dos garotos e conquista a atenção deles, que começam a persegui-la, se utilizando até mesmo de atos de violência para se manterem no controle. O que começa como um problema entre a garota e o F4, acaba gradativamente se tornando em uma amizade e, conseqüentemente, um romance.

O mangá original de *Hana Yori Dango* foi lançado em outubro de 1992 e encerrado em setembro de 2003 pela autora Yoko Kamio, entretanto, em 2015 foi anunciada a sequência da história, *Hana Nochi Hare: Hanadan Next Season*, que foi finalizada em dezembro de 2019. A primeira série dessas publicações (1992-2003), conquistou o recorde de mangá *shoujo* mais vendido na história do país.⁷ O sucesso da narrativa incentivou a migração para outras plataformas midiáticas, a fim de estender o potencial da história através, especialmente, do audiovisual. A partir de então, a televisão e o cinema viraram partes inerentes da construção do impacto cultural e mercadológico de *Hana Yori Dango*, tanto no Japão quanto em outros países, apresentando uma narrativa que se mantém relevante no mercado regional até os dias de hoje.

Começamos pelo caso mais recente a fim de apresentar a relevância dessa narrativa ainda no presente, entretanto um longo caminho foi percorrido até chegar nessa décima-sexta adaptação. A primeira adaptação audiovisual foi produzida no Japão em versão cinematográfica e lançada em 1995, já a primeira versão para a televisão foi através do formato animê, entre 1996 e 1997, pela Asahi Broadcasting Corporation (ABC). Em 2001, o formato de roteiro foi adaptado como drama de TV pela indústria televisiva taiwanesa e chamado de *Meteor Garden*, que logo depois, em 2002, lançou também uma segunda temporada pela mesma emissora Chinese Television System (CTV). Entre a primeira e a segunda temporada da versão taiwanesa, foi lançado também um mini-drama para interconectar as duas temporadas, que teve o título de *Meteor Rain*.

7 Até 2015, mais de 61 milhões de cópias foram vendidas, fazendo dele o mangá *shoujo* de maior sucesso da história.

Ainda em 2002, foi a vez da Indonésia lançar seu drama de TV não-licenciado em adaptação dessa história, intitulada de *Siapa Takut Jatuh Cinta*, que, em 2017, teve seu *remake* pelo mesmo canal, Surya Citra Televisi (SCTV). Então, em 2005, chegou finalmente a vez do Japão transformar seu produto cultural do papel para a telinha, com o *dorama Hana Yori Dango*, que dois anos depois teve a sua segunda temporada *Hana Yori Dango Returns* e, em 2008, o filme *Hana Yori Dango Final*. Na sequência, foi adaptado, em 2009, para o mercado sul-coreano no formato de K-drama e intitulado de *Boys Over Flowers* pela emissora Korean Broadcasting System 2 (KBS2). Na mesma época, a China adaptava essa narrativa de forma ilegal, sem comprar os direitos do formato, no drama conhecido como *Meteor Shower*, exibido entre 2008 e 2009 na emissora Hunan TV.

Em 2013, uma produtora independente estadunidense começou o processo de adaptação de *Hana Yori Dango* para os Estados Unidos, com o título de *Boys Before Flowers*, porém os primeiros episódios exibidos *online* não agradaram o público, formado por fãs da narrativa e asiáticos-americanos que de alguma forma já conheciam *Hana Yori Dango*. Por essa razão, a adaptação ocidental nem chegou a ser finalizada. Em 2014, também sem a licença oficial para o uso do formato, foi produzida a versão indiana intitulada de *Kaisi Yeh Yaariaan* pela Music Television India (MTV India). Para finalizar, voltamos a versão mais recentemente licenciada, o drama *Meteor Garden 2018*, produzida pela China continental e exibida pela emissora Hunan TV - com a distribuição global pela plataforma Netflix. Além disso, a adaptação dos novos mangás da sequência *Hana Yori Dango 2*, com o *dorama Hana Nochi Hare: Hanadan Next Season*, que foi exibido em 2018 pelo canal Tokyo Broadcasting System (TBS).

Portanto, são muitas versões e adaptações em diferentes países e momentos, onde as adaptações desse formato de roteiro sofreram mudanças não só através dos nomes dos personagens, cenários e idioma, mas também se submeteram as convenções narrativas e estilísticas de cada país, abordando temas e conteúdos de interesse local. Entretanto, mesmo em meio a tamanha pluralidade de produções através dos anos e localidades,

a narrativa-base dessa história conseguiu se manter, se repetir e se recriar nesse mercado televisivo, mantendo o sucesso de interesse e consumo por parte dos diferentes públicos.

Figura 1: Quadro de comparação entre o mangá e os protagonistas de quatro das 17 adaptações para a TV e cinema de *Hana Yori Dango*



Fonte: site *Japão Em Foco*.

As adaptações oficiais – com a licença através da compra do formato de roteiro – de *Hana Yori Dango* prezaram pela essência da história, mudando apenas detalhes que ajustavam melhor essa narrativa as realidades culturais às quais estava sendo adaptada, poucas mudanças de grande porte são percebidas. Porém, as variações culturais apresentam questões que dão tons diferentes a cada uma dessas versões. Por exemplo, a relação entre o casal sul-coreano é percebida como mais fechada e fria em comparação ao casal das versões taiwanesas. A timidez e o senso de intimidade existente nas relações românticas sul-coreanas são um fator cultural que não é igualmente comungado em Taiwan, por isso os atos de romance entre o casal são mais físicos e claros na tela taiwanesa. Outro fator que abraça questões culturais mais profundas é a estética da beleza de cada quarteto F4 nas diferentes adaptações, já que a percepção cultural influencia essa concepção, assim como a época em que a versão foi produzida.

Além disso, o *bullying* como agente narrativo é abordado de diferentes formas dependendo da época e do país, sendo de modo mais claro e violento ou não. Na versão sul-coreana, por exemplo, as imagens são fortes e evidentes, envolvendo até mesmo tentativas de suicídio e estupro, já nas outras adaptações esse assunto é pouco desenvolvido e apresentado de forma menos explícita. Contudo, por mais que essas distinções culturais apresentadas nas diferentes versões sejam comuns, a questão aqui não está no quanto essas adaptações divergem, mas sim no modo como elas reverberam uma mesma narrativa para dialogar com múltiplas audiências e experiências culturais, a fim de apostar no sucesso já conquistado em outros países. Como apontado pelo trio Keane, Fung e Moran (2007, p. 6, tradução nossa), “a adaptação de conteúdos já bem-sucedidos oferece uma oportunidade para duplicar sucessos passados e existentes”. Chan (2014) aprofunda, discutindo sobre como a região do Leste da Ásia possui lógicas mercadológicas nas quais as adaptações e formatos de roteiro regionais funcionam de forma mais positiva junto às audiências locais, vez que uma história que faz sucesso em um país tende a repeti-lo em outro, mesmo em uma nova versão.

As apostas repetidas em *Hana Yori Dango*, então, apresentam um lugar seguro financeiro e, culturalmente, usando material que, mesmo com diversas diferenças em razão das adaptações culturais, ainda soam como familiares para o público (FIDDY, 1997), especialmente este formato de roteiro que preza por lógicas culturais que atraem um certo espaço comum compartilhado no universo cultural do leste asiático. A premissa dessa narrativa se mantém a mesma em todas as suas versões, contudo as abordagens sobre juventude e questões ligadas a ela são inerentes às flexões culturais das indústrias televisivas nas quais se encontram. Apresentando, assim, um pluralismo de perspectivas asiáticas em uma região que é vista pelo resto do mundo, muito erroneamente e de forma orientalista, como “homogênea”. Demonstra, também, como uma mesma narrativa não significa uma mesma abordagem cultural. *Hana Yori Dango* apresenta como uma narrativa consegue se manter relevante em meio a um circuito efervescente dialogando com múltiplas audiências, enquanto o resto do mundo aposta em renovações e novas abordagens narrativas. Prova, assim, que algumas histórias conseguem se manter vivas em meio a regiões que prezam por certas construções ficcionais interessantes às suas estruturas culturais vigentes e investem no diálogo regional. *Hana Yori Dango* é um formato de roteiro que denota a força de um mercado que resiste e aposta em suas próprias narrativas.

Considerações finais

As movimentações intensas de produtos culturais que estão acontecendo na Ásia Oriental apontam para como polos periféricos de influência estão surgindo em meio ao cenário global, criando suas próprias estratégias de produção e circulação, e apostando no que funciona regionalmente. O objeto de estudo em foco aqui foi uma narrativa interasiática que conseguiu passar ao patamar de formato de roteiro e se difundiu pelas indústrias televisivas vizinhas, permanecendo-se relevante por mais de duas décadas no Extremo Asiático até a atualidade. Adaptada a diferentes contextos culturais e temporais, criou distintos sentidos com a mesma história

e conquistou gerações de jovens. O mercado ainda aposta nela porque enxerga nuances culturais que se mantêm atraentes na cultura pop leste-asiática e as demandas dos consumidores locais de dramas de TV por histórias de romance “familiares” continuam a existir. Financeiramente é uma aposta segura em um mercado jovem, porém já muito bem estruturado e em crescimento acelerado. O mercado televisivo transnacional do Leste da Ásia continua lidando com questões narrativas que já funcionavam anteriormente, apostando em casos de sucesso a fim de manter suas audiências e potenciais de venda.

São estratégias que se repetem para um público que se deleita com histórias repetidas, invocando questões nostálgicas e familiares, em um ambiente mercadológico que vivencia acelerado desenvolvimento e grande produção. Acredito que a proximidade cultural não diz apenas sobre questões puramente de representação cultural local, mas também de narrativas familiares que ativam lógicas culturais compartilhadas regionalmente. Além disso, também acredito que, por mais que versões já façam parte da rotina desse mercado e até mesmo existam outras narrativas que se aproximem em impacto regional – como *Itazura na Kiss*, por exemplo –, *Hana Yori Dango* é um exemplo difícil de ser repetido na história desse mercado, já que consegue não só ser incansavelmente relida e consumida, mas também compreendida e aceita nos mais diversos contextos. Assim como é o caso do impacto transnacional da latina *Yo soy Betty, la fea*. São formatos de roteiro de peso e marcantes na história televisiva, tanto no âmbito local quanto internacional. E o caso asiático nos apresenta aqui as nuances das lógicas de resistência midiática na periferia global pela perspectiva do Oriente para o Ocidente.

Referências

ANG, I. *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination*, trans. Della Couling. London: Methuen, 1985.

BALDACCHINO, J-P. In *Sickness and in Love? Autumn in My Heart and the Embodiment of Morality in Korean Television Drama*. *Korea Journal*, Korea, v. 54, n. 4, p. 5-28, 2014.

- CHAN, B.; WANG, X. Of prince charming and male chauvinist pigs: Singaporean female viewers and the dream-world of Korean television dramas. *International Journal of Cultural Studies*, [S. l.], v. 14, p. 291-305, 2011.
- CHAN, L. T. Janus-faced Hana Yori Dango: Transnational Adaptations in East Asia and the Globalization Thesis. *Asian Cultural Studies*, Taiwan, v. 40, p. 61-77, 2014.
- CHUA, B. H. Conceptualizing an East Asian popular culture. *Inter-Asia Cultural Studies*, Taiwan, v. 5, n. 2, p. 200-221, 2004.
- CHUA, B. H. Structure of identification and distancing in watching East Asian television drama. *East Asian pop culture: Analysing the Korean wave*, v. 1, p. 73, 2008.
- CHUA, B. H.; IWABUCHI, K. *East Asian Pop Culture: Analyzing the Korean Wave*. Hong Kong: Hong Kong University Press, 2008.
- DISSANAYAKE, W. Asian television dramas and Asian theories of communication. *Journal of Multicultural Discourses*, [S. l.], v. 7, n. 2, p. 191-196, 2012.
- FIDDY, D. Format Sales, International. In: NEWCOMB, H. (ed.). *Museum of Broadcasting Communication Encyclopedia of Television*. Chicago and London: Fitzroy Dearborn, 1997.
- FUNG, A. Intra-Asian cultural flow: Cultural homologies in Hong Kong and Japanese television soap operas. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, [S. l.], v. 51, n. 2, p. 265-286, 2007.
- GLYNN, B. Approximating cultural proximity and accentuating cultural difference: Cross-border transformations in Asian television drama. In: KIM, J. *Reading Asian Television Drama: Crossing Borders and Breaking Boundaries*. London: Ib Tauris, p. 47-74, 2014.
- HALL, S. The West and the Rest: discourse and power. In: HALL, S.; GIEBEN, B. *Formations of Modernity*. Cambridge: Open University Press, 1992.
- IWABUCHI, K. Cultural Globalization and Asian Media Connections. In: IWABUCHI, K. (org.). *Feeling Asian Modernities: Transnational Consumption of Japanese TV Dramas*. Hong Kong: Hong Kong University Press, 2004.
- IWABUCHI, K. *Recentering Globalization: Popular Culture and Japanese Transnationalism*. London: Duke University Press, 2002.
- IWABUCHI, K. De-Westernization and the governance of global cultural connectivity: a dialogic approach to East Asian media cultures. *Postcolonial Studies*, [S. l.], v. 13, n. 4, p. 403-419, 2010.

- JIN, D. Y.; YOON, T. The Korean Wave: Retrospect and Prospect. *International Journal of Communication*, United States, v. 11, p. 2241-2249, 2017.
- KEANE, M. Once were peripheral: creating media capacity in East Asia. *Media Culture and Society*, [S. l.], v. 28, n. 835, p. 835-855, 2006.
- KEANE, M.; FUNG, A. Y. H.; MORAN, A. *New television, globalization, and the East Asian cultural imagination*. Hong Kong University Press, 2007.
- KIM, J. East Asian television drama: A story of booms, fevers, and waves. In: *Reading Asian Television Drama: Crossing Borders and Breaking Boundaries*. London: Ib Tauris, p. 1-24, 2014.
- KIM, S. Korean Cultural Codes and Communication. *International Area Studies Review*, [S. l.], v. 6, n. 93, p. 93-114, 2003.
- MARTÍN-BARBERO, J. *Dos meios às mediações: Comunicação, Cultura e Hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.
- MIKOS, L.; PERROTTA, M. Traveling style: Aesthetic differences and similarities in national adaptations of Yo soy Betty, la fea. *International Journal of Cultural Studies* [S. l.], v. 15, n. 1, p. 81-97, 2012.
- OTA, T. Producing (Post-)Trendy Japanese TV Dramas. In: IWABUCHI, K. *Feeling Asian Modernities: Transnational Consumption of Japanese TV Dramas*. Hong Kong: Hong Kong University Press, 2004.
- SHIM, D. Hybridity and the rise of Korean popular culture in Asia. *Media Culture Society*, [S. l.], v. 28, n. 25, p. 25-44, 2006.
- SHIM, D. The growth of Korean Cultural Industries and the Korean Wave. In: SHIM, D. *East Asian Pop Culture: Analyzing the Korean Wave*, 2008.
- STRAUBHAAR, J. Beyond Media Imperialism: asymmetrical interdependence and cultural proximity. *Critical Studies in Mass Communication*, United Kingdom, v. 8, n. 1, p. 39-59, 1991.
- WAISBORD, S. McTV: Understanding the global popularity of television formats. *Television & New Media*, [S. l.], v. 5, n. 4, p. 359-383, 2004.
- YANG, J. Globalization, nationalism, and regionalization: the case of Korean popular culture. *Development and Society*, [S. l.], v. 36, n. 2, p. 177-199, 2007.