

# PRODUÇÕES SERIADAS CHINESAS NO BRASIL: A DISSEMINAÇÃO POR PLATAFORMAS DE STREAMING E A FORMAÇÃO DE COMUNIDADES DE FÃS BRASILEIROS<sup>1</sup>

Wang Yingzi<sup>2</sup>

Marina Soler Jorge<sup>3</sup>

**Resumo:** Nos últimos anos, o contínuo desenvolvimento de plataformas de *streaming* transnacionais ampliou os canais de disseminação internacional das obras cinematográficas e televisivas chinesas, permitindo que histórias e vozes da China alcancem um palco global mais amplo. A difusão do conteúdo audiovisual chinês no Brasil é um fenômeno relativamente recente e ainda pouco explorado. No entanto, os telespectadores brasileiros têm demonstrado um interesse crescente por produções chinesas, e plataformas de *streaming* voltadas para conteúdos asiáticos vêm ganhando popularidade no país. Este artigo analisa a disseminação e a recepção das produções seriadas chinesas no Brasil, explorando de que maneira as plataformas transnacionais de streaming e as comunidades de fãs contribuem para a circulação internacional dessas produções.

**Palavras-chave:** séries chinesas, Brasil, plataformas de *streaming*, fãs, comunicação intercultural.

- 1 Este artigo foi originalmente publicado em mandarim: 王颖梓,[巴西]玛丽娜·索勒·豪尔赫.中国电视剧在巴西:流媒体平台传播及巴西粉丝群体的形成[J].艺术百家, 2024(6):132-138 (Wang, Y., & Jorge, M. [2024]. Chinese TV dramas in Brazil: Dissemination via streaming platforms and the formation of Brazilian fan communities. *Hundred Schools in Arts*, 2024 [6], 132-138). [https://cstj.cqvip.com/Qikan/Article/Detail?id=7200429276&from=Qikan\\_Search\\_Index](https://cstj.cqvip.com/Qikan/Article/Detail?id=7200429276&from=Qikan_Search_Index)
- 2 Professora Assistente da Escola de Jornalismo e Comunicação, Universidade Normal de Nanjing (NNU), Nanjing, Jiangsu, China.
- 3 Professora Associada da Escola de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade Federal de São Paulo (UNIFESP), Guarulhos, Brasil. Marina Soler Jorge fez a versão deste artigo para a língua portuguesa.

**Abstract:** The continuous expansion of transnational streaming platforms in recent years has largely diversified the routes for disseminating Chinese film and television works abroad. This is bringing Chinese stories and narratives to a broadened stage of cultural interactions where more international audiences have access to Chinese audio-visual products. The dissemination of Chinese TV dramas in Brazil is a relatively new topic that has not received much attention. However, it is possible to see a growing interest in Chinese TV products among Brazilian consumers. This interest has been accompanied by the popularization of streaming platforms focused on Asian TV programs in Brazil. This paper examines the spread and reception of Chinese TV dramas in Brazil, with a special focus on the role of streaming platforms that operate across borders, as well as on the emergence of Chinese TV fandom in Brazil.

**Keywords:** Chinese TV drama, Brazil, streaming platforms, fandom, trans-cultural communication.

Com a ampla adoção das tecnologias digitais de mídia e a expansão global das plataformas de *streaming*, um número crescente de produções seriadas chinesas tem ultrapassado as fronteiras nacionais e alcançado públicos ao redor do mundo. Da exibição em canais de televisão estrangeiros ao uso de plataformas de terceiros para “alcançar o exterior”, a disseminação internacional dessas produções tem se afastado gradualmente da dependência dos meios de comunicação tradicionais e passa a se caracterizar por uma distribuição em rede, digital e baseada em plataformas.

A disseminação de produtos culturais audiovisuais chineses no Brasil é um fenômeno relativamente recente e ainda pouco explorado pela academia. Nos últimos anos, no entanto, os telespectadores brasileiros têm demonstrado um interesse crescente por conteúdos audiovisuais chineses. Essa tendência está intimamente relacionada à popularização, no Brasil, de plataformas de *streaming* voltadas para a mídia asiática, como Rakuten Viki, iQIYI e a versão internacional do Youku.

Com base nesse contexto, este artigo apresenta uma investigação preliminar sobre a disseminação e a recepção de produções seriadas chinesas no Brasil, com foco nas seguintes questões: Que tipo de cultura televisiva caracteriza o público brasileiro, e por que esse público tem optado por assistir

a produções seriadas chinesas? De que maneira essas produções estão sendo disseminadas no Brasil, e quais são os principais fatores que impulsionam esse processo?

Mapear a disseminação de produções seriadas chinesas no Brasil não apenas contribui para a compreensão dos caminhos e das vantagens da comunicação internacional das obras audiovisuais chinesas na era das novas mídias, como também orienta a análise dos desdobramentos da estratégia cultural chinesa de “tornar-se global”<sup>4</sup>.

## O PÚBLICO TELEVISIVO BRASILEIRO E O MODELO DA TELENOVELA

Antes da chegada das produções seriadas chinesas ao Brasil, o público brasileiro já havia desenvolvido uma longa e sólida relação com os dramas televisivos, impulsionada pelo desenvolvimento precoce e pela consolidação do sistema de produção de telenovelas na América Latina. As produções dramáticas televisivas latino-americanas são conhecidas por um termo específico – telenovela –, que guarda semelhanças com a *soap opera* estadunidense. As telenovelas são geralmente voltadas para o público feminino e se caracterizam por uma narrativa seriada e contínua. A natureza seriada, o elenco fixo, as reviravoltas dramáticas e as relações interpessoais complexas são características marcantes das telenovelas. Um exemplo amplamente conhecido e familiar ao público chinês é o drama brasileiro *Escrava Isaura*, que representa bem esse gênero.

As telenovelas não constituem apenas uma forma narrativa, mas são também consideradas parte de uma estrutura emocional moderna de origem ocidental – o que Raymond Williams (1979) denominou “estrutura de sentimentos”, que reflete aspectos da vida cultural moderna. O gênero da telenovela se fundamenta em narrativas moralizadas, repletas de conflitos e reviravoltas, marcadas por uma expressão clara entre o bem e o mal. Ele incorpora certos princípios da modernidade, como a mobilidade social, representada por meio das relações entrelaçadas de amor e ódio entre indivíduos de diferentes classes sociais. O teórico francês do teatro Jean-Marie Thomasseau descreveu o melodrama como “local de comunhão numa ilusão teatral completa, que beira a fascinação” (2005, p. 139). Segundo ele, “a intriga de um melodrama não é jamais bem escrita, mas é sempre bem descrita” (2005, p. 139).

---

4 Nota da tradução: no original em chinês 走出去.

Assim, as telenovelas podem ser compreendidas como uma espécie de “espetáculo visual” que tem cativado públicos de diferentes países e períodos históricos. No Brasil – importante produtor e exportador de produções televisivas –, as telenovelas estão profundamente enraizadas no tecido cultural e constituem um elemento central da identidade nacional. Segundo de Lopes, a telenovela apresenta-se como uma *narrativa da nação*, podendo “ser considerada um dos fenômenos mais representativos da modernidade brasileira” (Lopes, 2003, p. 17).

No final da década de 1970, com a popularização dos aparelhos televisores no Brasil, a transmissão televisiva perdeu seu caráter elitista anterior e gradualmente se tornou a forma de entretenimento mais popular entre o público brasileiro. Em contraste com a recepção entusiástica da população, a televisão inicialmente despertou pouco interesse acadêmico no país. Sua ampla popularidade fez com que perdesse os marcadores de exclusividade de classe – o que Pierre Bourdieu (2008) chamou de “distinção” –, uma vez que deixou de ser consumida exclusivamente pelas elites. Como resultado, a televisão passou a ser vista como uma forma inferior de comunicação e estética. Recentemente, com a reintegração de canais de TV e plataformas de *streaming* voltados à produção de narrativas seriadas, emergiu no Brasil uma cultura de *seriefilia* (isto é, o fandom de produções seriadas), acompanhada por um aumento na criação de conteúdo digital e na formação de comunidades em redes sociais. Consequentemente, a importância sociológica da televisão no Brasil passa a ser gradualmente reconhecida, com pesquisadores passando a considerar séries mais “sérias”, muitas vezes centradas em personagens masculinos, como objetos legítimos de investigação acadêmica e parte do cânone audiovisual. No entanto, esse reconhecimento ainda é em grande medida ausente no caso das telenovelas, o que indica a persistência de uma classificação hierárquica dos gêneros televisivos.

Essa situação também pode ser observada, em certa medida, na história do desenvolvimento das produções seriadas na China. Ao se discutir modelos narrativos, os melodramas seriados são frequentemente classificados como dramas populares. O primeiro drama popular amplamente reconhecido na China continental foi a série *Yearning* (*Kewang*, 50 episódios), exibida pela primeira vez em 1990 e que marcou a entrada dos dramas televisivos populares no *mainstream* da televisão chinesa (Yin, 2001, p. 3). *Yearning* foi inspirada pelos métodos de produção industrializados da televisão de Hong Kong, Taiwan,

Japão e Brasil. Empregava, segundo Yin, “arquétipos morais bem definidos, uma estrutura narrativa melodramática binária e uma narrativa moralizante que enfatizava a recompensa à virtude e a punição ao vício para retratar as alegrias e tristezas do cotidiano de famílias comuns” (Yin, 2001, p. 3, *tradução nossa*). Ao ser lançada, a série gerou uma resposta sem precedentes, alcançando mais de 90% de audiência em todo o país – um feito ainda não superado. No entanto, apesar de sua enorme popularidade, esse melodrama foi rotulado por certos círculos intelectuais como “excessivamente popularizado”, “padronizado” e “carente de originalidade artística.” (Tao, 2008). Seu estilo carregado de emoção e de fácil compreensão contrastava com a profundidade e a seriedade associadas aos dramas “sérios”. Ainda assim, as séries melodramáticas, com seus modelos narrativos repetitivos, conquistaram ampla aceitação entre o público e se tornaram um componente central da cultura de massas chinesa. Diversas *soap operas* estadunidenses e européias<sup>5</sup> (como *Desperate Housewives*) e melodramas latino-americanos (como a série colombiana *Yo soy Betty, la fea*) alcançaram sucesso global graças à sua expressão cultural que enfrenta baixas barreiras de entrada e às suas estruturas narrativas populares, tornando-se exemplos bem-sucedidos de comunicação intercultural.

Nos últimos anos, à medida que a iniciativa de “contar bem a história da China e divulgar eficazmente sua voz”<sup>6</sup> se consolidou como uma tarefa central para o fortalecimento da capacidade de comunicação internacional do país, o papel das produções seriadas como importantes veículos culturais têm ganhado destaque. Por meio de projetos de promoção audiovisual na América Latina, a China estabeleceu relações de cooperação com onze países da região, o que levou à criação em 2024 do “Teatro da TV Chinesa” (电视中国剧场) em redes de televisão de países como México, Colômbia e Honduras. O ano de 2024 marca o 50º aniversário do estabelecimento das relações diplomáticas entre China e Brasil, e, embora os dois países tenham promovido um desenvolvimento coordenado sobretudo nas áreas de comércio e economia, também houve avanços significativos no campo do intercâmbio cultural. Já em 2010, o Grupo Bandeirantes assinou um acordo com o China Media Group para iniciar a transmissão de programas jornalísticos produzidos na China

5 Nota da tradução: no original em chinês 欧美肥皂剧

6 Nota da tradução: a expressão “讲好中国故事、传播好中国声音” é uma formulação política e midiática usada na China contemporânea, especialmente em discursos oficiais.

para o público brasileiro. Em 2019, a parceria teve continuidade com o lançamento, no Brasil, da versão em português do documentário *Frases Clássicas Citadas pelo Presidente Xi Jinping* (Camoça & Araújo, 2021). No entanto, vale destacar que as emissoras brasileiras de sinal aberto raramente transmitem conteúdos ficcionais provenientes de países orientais. Produções como séries de TV são disponibilizadas principalmente por meio de plataformas online. Esse também foi o principal canal de difusão de dramas japoneses e coreanos no Brasil em anos anteriores. Hoje, com a disseminação global das tecnologias digitais e sua consolidação como forma predominante de consumo midiático, o governo chinês tem utilizado cada vez mais as redes sociais para promover ativamente a cultura chinesa no Brasil. Assim, impulsionadas pelas novas mídias, as produções seriadas chinesas passam a enfrentar novas oportunidades de disseminação no país.

## **A PROMOÇÃO DA CULTURA CHINESA NO BRASIL: O PAPEL DAS PLATAFORMAS DE STREAMING TRANSNACIONAIS**

De modo geral, a difusão dos dramas televisivos asiáticos no Brasil recebeu pouca atenção de acadêmicos brasileiros, e são jovens pesquisadores apaixonados por dramas coreanos que mais se debruçaram sobre o tema. O desinteresse acadêmico em relação aos dramas asiáticos no Brasil está parcialmente ligado ao viés mais amplo contra os melodramas: essas obras são frequentemente vistas como leves, femininas, românticas, moralmente dicotômicas e escapistas. No início dos anos 2000, quando a primeira onda de dramas asiáticos chegou ao Brasil com a ascensão da “Onda Coreana” (Hallyu), estes foram chamados de “novelinhas coreanas”, associados claramente ao modelo das telenovelas feminilizadas. No entanto, em contraste direto com a atitude da academia, comunidades de fãs brasileiros centradas em dramas asiáticos têm crescido de forma constante.

No Brasil, as séries asiáticas chegaram, em linhas gerais, primeiro através dos dramas japoneses, seguidas pelos coreanos e, por fim, pelas produções chinesas. Independentemente do país de origem, os dramas asiáticos são comumente chamados no Brasil de *doramas*, termo derivado da pronúncia japonesa da palavra “drama”, o que evidencia a influência inicial da cultura japonesa. Por volta de 2010, a música K-pop e os dramas televisivos coreanos ganharam popularidade entre o público brasileiro, principalmente

por meio de plataformas de *streaming* online. Embora os dramas coreanos ainda seja um dos gêneros mais populares entre os espectadores brasileiros, um número crescente de espectadores começou a prestar atenção nos dramas televisivos produzidos na China. Segundo Camoça e Araújo, “se comparado as suas contrapartes orientais, nota-se que a expressividade da cultura pop chinesa (c-pop) no Brasil é consideravelmente reduzida” (Camoça & Araújo, 2021, p. 199); no entanto, a popularidade das animações japonesas e da cultura coreana no Brasil “são fatores que contribuem para aproximar a juventude brasileira de produções oriundas de outros países do Extremo Oriente, dentre os quais, a própria China e, conseqüentemente, ajudar na construção de imaginários mais simpáticos ao país asiático” (Camoça & Araújo, 2021, p. 199).

Por um lado, esse movimento decorre de um interesse espontâneo por parte do público; por outro, o governo chinês também tem promovido ativamente a difusão da cultura chinesa no Brasil. A Embaixada da China no Brasil e os Institutos Confúcio organizam celebrações anuais em São Paulo – cidade que abriga uma grande comunidade chinesa – durante festividades tradicionais como o Ano Novo Chinês e o Festival do Barco-Dragão. Além disso, o Festival de Cinema Chinês é realizado anualmente em grandes cidades brasileiras, utilizando o apelo visual do cinema para promover maior compreensão e interesse pela cultura chinesa entre a população local.

Recentemente, as novas plataformas de mídia tornaram-se um canal importante para a promoção oficial. A Embaixada da China no Brasil é bastante ativa em redes sociais como o Instagram e o X, e sua conta oficial nessa plataforma publica quase diariamente *tweets* com temas relacionados à cultura, comércio, tecnologia e relações internacionais. No Instagram, que enfatiza conteúdo visual e vídeos curtos, a embaixada publicou diversos *posts* sobre competições de idioma e cultura, turismo na China e conteúdos distintos sobre arte chinesa, arqueologia, culinária e caligrafia. Em março de 2023, a Embaixada da China no Brasil usou sua conta no Instagram para publicar uma recomendação de dramas televisivos chineses, escrevendo: “3 c-dramas para voce se apaixonar pelo gênero *xianxia*” seguida de sugestões de séries desse gênero (Araújo, 2021, p. 69).

Por meio da Embaixada da China e dos Institutos Confúcio, o governo chinês não tem poupado esforços na promoção da cultura chinesa e dos dramas televisivos chineses no Brasil, alcançando resultados encorajadores. Através desses dramas, os espectadores brasileiros são expostos a uma variedade

de elementos culturais chineses, incluindo a história da China e a sucessão de dinastias – que diferem bastante da trajetória histórica do Brasil –, bem como a culinária, vestimentas tradicionais (hanfu), costumes e hábitos sociais – como o conceito de *guanxi* no ambiente de trabalho – e virtudes tradicionais chinesas como a piedade filial, o respeito aos mais velhos e o cuidado com os mais jovens.

Pesquisas citadas por Santos (2023, p. 51) revelam que, ainda que muitos brasileiros sejam críticos a aspectos políticos da sociedade chinesa – que em realidade são antes de tudo muito pouco compreendidos no Brasil –, a cultura, a história, a arte e o povo da China são vistos de maneira positiva.

No que diz respeito especificamente à exibição de dramas televisivos, como mencionado anteriormente, os dramas chineses raramente são transmitidos por canais tradicionais de televisão aberta ou a cabo no Brasil. No entanto, os espectadores podem acessar dramas chineses por meio de diversas plataformas online, incluindo Rakuten Viki, iQIYI, Youku, Tencent, WeTV, Netflix e Apple TV. Dentre essas, o Rakuten Viki, especializado em conteúdo cinematográfico e televisivo asiático, é a plataforma mais amplamente utilizada entre os fãs de doramas, seguido por iQIYI e Youku. A seguir, discutiremos brevemente o uso dessas três plataformas no Brasil e suas contribuições para a disseminação dos dramas televisivos chineses.

O iQIYI, fundado em 2010, é uma plataforma de séries e filmes pertencente à empresa de tecnologia chinesa Baidu. Em 2019, o iQIYI anunciou sua expansão global e lançou uma versão internacional da plataforma em vários idiomas. Diferentemente de plataformas como Netflix e Amazon Prime Video, o iQIYI não restringe a disponibilidade de conteúdo com base no país ou região do assinante. Como resultado, os espectadores brasileiros podem acessar todo o conteúdo de dramas chineses disponível na plataforma simplesmente utilizando a versão internacional – junto com assinantes de outros países e regiões. Em alguns casos, quando o programa é lançado na versão internacional ao mesmo tempo, o público brasileiro pode até assistir aos dramas simultaneamente à sua exibição na China. Por exemplo, no momento da redação deste artigo, *The City of the City*, dirigido por Teng Huatao, estava sendo transmitido tanto na televisão chinesa continental quanto no iQIYI Internacional como uma estreia simultânea. Outros dramas disponíveis na plataforma desde o início de 2024 incluem *War of Faith*, ambientado na Era Republicana; o drama de fantasia *xianxia Burning Flames*; e o drama romântico



contemporâneo *Men in Love*, estrelado por protagonistas jovens e populares. O iQIYI oferece dois planos de assinatura para usuários brasileiros: um plano mais acessível por US\$ 6,45 ao mês, e um plano premium por US\$ 9,78 ao mês, que permite transmissão em até quatro dispositivos simultaneamente com qualidade 4K em alta definição. Dessa forma, a disseminação internacional dos dramas televisivos chineses superou amplamente as limitações de tempo e espaço, permitindo exibição simultânea tanto no mercado doméstico quanto no exterior. O modelo de vídeo sob demanda ainda oferece conveniência e concede ao público maior autonomia e flexibilidade na escolha do que assistir.

A plataforma de *streaming* chinesa Youku também tem buscado ativamente a expansão internacional nos últimos anos. Seu drama policial e de mistério *Day and Night* foi adquirido pela Netflix para distribuição internacional já em 2017 e era transmitido em vários países e regiões ao redor do mundo. Assim como o iQIYI, o Youku lançou uma versão internacional – YOUKU – que oferece uma interface bem elaborada em português para os usuários brasileiros. A plataforma cobra uma taxa de assinatura mensal de US\$ 5,99, com ajustes periódicos de preço. No momento da redação deste artigo, uma promoção reduziu o custo da assinatura para apenas US\$ 2,99 por mês. Na página inicial da plataforma, os espectadores brasileiros podem encontrar rankings dos dramas chineses mais populares em sua região — um recurso que o iQIYI atualmente não oferece. Até o momento, os três dramas mais populares na página brasileira do Youku são: *Blossoms in Adversity*: um drama histórico com foco no empoderamento feminino; *Walk With You*: um romance histórico com atores *idols*; e *My Divine Emissary*: um romance de fantasia envolvendo viagem no tempo.

Embora o Rakuten Viki não seja uma plataforma chinesa doméstica, é a mais popular entre os fãs brasileiros de dramas chineses. Fundada originalmente como Viki em 2008 e com sede em Singapura, a plataforma é especializada em conteúdo cinematográfico e televisivo asiático. Em 2013, foi adquirida pela empresa de tecnologia japonesa Rakuten Group e passou a se chamar Rakuten Viki. No Brasil, o Rakuten Viki oferece dois planos de assinatura: uma opção mais acessível por US\$ 5,09 por mês e um plano premium por US\$ 7,16 por mês. As principais diferenças entre os planos incluem a quantidade de programas disponíveis, a qualidade de vídeo, o acesso por múltiplos dispositivos e a possibilidade de baixar conteúdo. Embora o Rakuten Viki não ofereça um ranking em tempo real dos programas mais assistidos, ele publica estatísticas

anuais de audiência. Por exemplo, o drama mais assistido na plataforma em 2023 foi a série romântica *Meet Yourself*, estrelada por Liu Yifei e Li Xian. As três posições seguintes foram ocupadas por dramas coreanos, mas as posições cinco, seis, sete e nove foram novamente preenchidas por dramas românticos chineses. Em outras palavras, em 2023, metade dos dez dramas televisivos mais assistidos no Rakuten Viki por espectadores brasileiros eram produções chinesas.

É claro que os espectadores que utilizam plataformas de *streaming* transnacionais não o fazem sem enfrentar obstáculos. Por exemplo, alguns dos dramas televisivos nas plataformas mencionadas não possuem legendas em português, e as legendas em inglês fornecidas atendem apenas ao público que entende esse idioma. Nesse sentido, o Rakuten Viki apresenta uma vantagem distinta em relação às outras plataformas: ele permite que os próprios fãs criem as legendas. Em troca, esses colaboradores voluntários podem receber assinaturas *premium* como recompensa. No entanto, é importante destacar que a motivação principal dos fãs para criar legendas não vem dos incentivos de assinatura, mas sim do amor pelos dramas asiáticos e do sentimento de pertencimento ao fazer parte de uma equipe de legendagem voluntária. O processo de criação de legendas é organizado e estruturado: os usuários podem escolher atuar como legendador, segmentador (aquele que divide os *frames* para que as legendas sejam inseridas), revisor (aquele que fará uma revisão textual das legendas) e gerente do canal (aquele que organiza toda a equipe engajada no processo). O software para criação e inserção de legendas é fácil de usar e intuitivo, e os voluntários precisam primeiro demonstrar suas habilidades de tradução antes de serem aceitos em uma equipe. No entanto, na prática, os legendadores só têm permissão para traduzir do inglês para o português, e não diretamente do mandarim. A desvantagem disso é que qualquer erro nas legendas em inglês provavelmente será replicado na tradução para o português.

Vale destacar que a criação de legendas e os acessos iniciais do público brasileiro aos dramas televisivos asiáticos compartilham uma história mutuamente dependente. O primeiro contato dos brasileiros com esses dramas não se deu por meio de plataformas de *streaming*, mas sim pelo trabalho voluntário de grupos de legendagem de fãs – conhecidos como *FanSubs*, termo formado pela combinação das palavras *fan* e *subtitles*. O Brasil tem uma comunidade de fãs muito ativa dedicada à cultura asiática, enraizada na

influência das séries japonesas de *tokusatsu* (séries com efeitos especiais) nos anos 1990. Nos anos seguintes, a cultura coreana também conquistou uma crescente base de fãs no Brasil, tornando-se parte da chamada Onda Coreana (*Hallyu*). No início dos anos 2000, antes do advento das plataformas de *streaming*, os fãs de conteúdo audiovisual asiático tinham que recorrer a fontes ilegais online. O Brasil demonstrava uma tolerância relativamente alta à pirataria audiovisual, e o compartilhamento não autorizado de programas e filmes era relativamente fácil. Embora distribuir produtos culturais sem autorização do detentor dos direitos autorais seja considerado infração, na prática, os usuários podiam navegar livremente por sites brasileiros que hospedavam esse tipo de conteúdo. A maioria dos dramas asiáticos pirateados disponíveis na época incluía apenas legendas em inglês. Fãs com conhecimento do idioma traduziam voluntariamente para o português e distribuíam o conteúdo para o público local. Participar de um grupo de *FanSub* proporcionava a esses fãs um forte senso de comunidade e a possibilidade de compartilhar as obras que amavam com outras pessoas. Quando as plataformas oficiais de *streaming* com conteúdo licenciado chegaram ao Brasil, os dramas asiáticos já contavam com uma base de fãs grande e devotada. Segundo Moura “se não fosse pelo engajamento dos fãs, a entrada de produtos asiáticos não só no Brasil, mas no mundo, não seria tão frenética” (Moura, 2022, p. 28). As plataformas não criaram os fãs, mas evidentemente facilitaram o acesso à cultura asiática para os fãs previamente existentes, permitindo que ela se envolva ainda mais com a cultura asiática. Ao mesmo tempo, elas também ajudaram a criar novos públicos, incluindo pessoas que antes não participavam da cultura de fãs, como adultos ou idosos.

### **FÃS DE DRAMAS CHINESES NO BRASIL: O CASO DO GRUPO DO FACEBOOK C-DRAMA BR**

Como demonstrado pela entrada dos dramas televisivos chineses no Brasil, o rápido desenvolvimento das plataformas de *streaming* transnacionais facilitou enormemente a disseminação internacional dos dramas chineses. Nesse processo, o papel das comunidades de fãs não pode ser subestimado. Com o apoio dessas comunidades, mais espectadores brasileiros locais passaram a ter acesso ao conteúdo televisivo chinês. Entre as diversas comunidades de fãs dedicadas aos dramas chineses, o grupo C-Drama BR no

Facebook é um dos mais ativos. Segundo sua conta oficial, o grupo conta com mais de 63 mil membros. Ao analisar as postagens dentro desse grupo, podemos obter uma compreensão mais clara das preferências de visualização e dos interesses estéticos dos fãs brasileiros de dramas chineses.

Desde o início, os usuários que desejam entrar no grupo devem compreender e concordar com um conjunto de regras, sendo a mais importante delas a proibição de qualquer conteúdo que não esteja relacionado a dramas televisivos chineses. Segundo os administradores do grupo, já existem muitos grupos no Facebook focados em dramas coreanos, portanto o C-Drama BR tem como objetivo concentrar-se especificamente nas produções chinesas. Essa regra sugere que os *fandoms* de dramas coreanos são mais disseminados e tendem a dominar diversos grupos, o que, neste caso, exige uma limitação intencional. O C-Drama BR busca criar um espaço de discussão dedicado no Facebook, livre da influência de conteúdos televisivos de países ou regiões fora da China. Isso demonstra que, seguindo o princípio de que “pessoas com afinidades andam juntas”<sup>7</sup>, as comunidades nas redes sociais cultivam tipos específicos de expressão de conteúdo e relações interpessoais dentro dos espaços online.

A julgar pelas postagens dentro do grupo, há uma preferência clara entre os membros por dramas históricos de época, incluindo aqueles ambientados antes de 1911, ano que marca o início da Era Republicana na China, e dramas *xianxia* (heróis imortais) ou de fantasia baseados em cenários históricos fictícios. Elementos como mitologia, vestimentas tradicionais, paisagens deslumbrantes, casais jovens românticos e intrigas palacianas complexas são especialmente atraentes para os membros do grupo. Para os espectadores brasileiros, a diferença entre os dramas chineses de fantasia histórica e os dramas históricos propriamente ditos corresponde, aproximadamente, à divisão entre as faixas de horário das 19h e das 21h na programação televisiva brasileira: os dramas de fantasia tendem a apresentar elementos mais leves, cômicos e temas imaginativos e encantadores, enquanto os dramas históricos geralmente possuem maior intensidade dramática e tensão. Da mesma forma,

---

7 Nota da tradução: no original em chinês 人以群分 cuja tradução literal é “as pessoas se dividem por grupo”. Trata-se de um 成语, expressão idiomática chinesa composta de quatro caracteres frequentemente aludindo a uma história ou citação histórica, transmitindo um significado profundo e cultural em poucas palavras. A expressão em questão transmite a ideia de que pessoas com valores, interesses ou comportamentos semelhantes tendem a se juntar ou formar grupos.

as novelas brasileiras exibidas às 19h são tipicamente mais leves e descontraídas do que as das 21h, que costumam ser mais sérias e realistas. Portanto, pode-se dizer que, embora os cenários e as estruturas narrativas dos dramas chineses possam parecer distantes para o público brasileiro, eles ainda conseguem se cruzar com gêneros dramáticos já familiares, alcançando um tipo de ressonância transcultural.

No grupo de discussão C-Drama BR, os dramas contemporâneos (ou dramas românticos urbanos) estão quase totalmente ausentes das conversas. Esse é um tema que merece estudo mais aprofundado – embora os membros do grupo sejam, em sua maioria, jovens, eles aparentemente não demonstram preferência por dramas chineses que representem a vida urbana moderna ou os estilos de vida da juventude atual. Dito isso, um número reduzido de postagens apresenta comentários positivos sobre dramas ambientados na Era Republicana e sobre séries românticas modernas. No entanto, até o momento, o gênero mais apreciado por essa comunidade de fãs continua sendo o dos dramas históricos de época. Essa preferência tem sido registrada em muitos estudos sobre a disseminação internacional dos dramas chineses: os dramas históricos e de época da China há muito são os gêneros predominantes nas exportações culturais (Zhou, 2016). Seja para países ocidentais ou para o Leste e Sudeste Asiático, os dramas de fantasia *xianxia* e os dramas românticos continuam sendo as principais escolhas das grandes plataformas ao adquirir conteúdo chinês (Xu & Zhao, 2022).

Além das discussões centradas em gênero e conteúdo, algumas postagens também refletem as opiniões dos fãs sobre os provedores de conteúdo – isto é, as plataformas de *streaming*. Diversas plataformas são mencionadas no grupo, incluindo as chinesas como iQIYI e Youku, a japonesa Rakuten Viki e a estadunidense Netflix. Alguns membros do grupo observaram que mudanças nas relações internacionais podem afetar a circulação global de produtos culturais. Por exemplo, quando a Netflix anunciou seu plano de remover *The Princess Weiyoung* de seu catálogo brasileiro, muitos membros do grupo expressaram insatisfação. Alguns atribuíram a decisão a uma resistência ocidental contra a China, argumentando que a série tinha bons índices de audiência na plataforma e não deveria ter sido retirada de forma arbitrária. Vários membros relataram que estavam considerando cancelar suas assinaturas da Netflix, enquanto outros afirmaram que não pretendiam renová-la devido à quantidade limitada de dramas chineses disponíveis. Isso revela as

considerações práticas que os fãs fazem ao escolher plataformas: sua lealdade aos serviços de *streaming* parece ser muito menor do que sua lealdade aos dramas chineses que amam.

Dentro das discussões cotidianas do grupo sobre dramas televisivos, alguns usuários também assumem o papel de educadores e disseminadores de conhecimento. Certas postagens têm como objetivo explicar as sutis diferenças entre os dramas produzidos na China continental e aqueles originários de Taiwan. Por exemplo, devido à longa imersão na cultura dos dramas chineses, esses fãs mais “experientes” conseguem distinguir claramente os sotaques utilizados nas duas regiões. Algumas postagens chegam até a incluir mapas da China para educar outros membros do grupo sobre a localização geográfica da Ilha de Taiwan.

Alguns membros do grupo que estão profundamente imersos na cultura dos dramas chineses também se identificam como fãs – ou até mesmo como promotores não oficiais — dos atores que estrelam as séries, engajando-se em atividades de idolatria online<sup>8</sup>. Os atores que atraem mais admiração e atenção são, em geral, jovens e atraentes, e o grupo frequentemente apresenta postagens de discussão compartilhando novidades sobre seus astros favoritos.

Algumas postagens são criadas para celebrar o aniversário de um ator, mas ainda mais frequentes são os debates – muitas vezes entre mulheres – sobre a beleza de determinadas atrizes. É comum que os fãs adicionem sufixos carinhosos em português aos nomes dos atores; por exemplo, o ator Luo Yunxi é frequentemente chamado nas postagens de Luozito (um diminutivo em português que significa “pequeno Luo”), indicando um alto nível de familiaridade e afeto por parte dos fãs. Luo Yunxi, assim como vários outros atores, tem páginas de fãs brasileiras dedicadas a ele no Instagram. Entre as atrizes, Bai Lu é uma das mais populares dentro do grupo do Facebook e, como Luo Yunxi, também possui uma conta de fãs brasileira dedicada à sua admiração. No mundo dos fãs, não há espaço para críticas, apenas elogios e devoção. Essas celebridades são vistas como a personificação da beleza, do talento e da perfeição; mesmo quando são criticadas, os fãs tendem a considerar as críticas infundadas. Por exemplo, uma postagem expressou indignação diante de críticas misóginas feitas por espectadores ocidentais à atriz Ju Jingyi. Os fãs tendem a preferir

---

8 Nota da tradução: no original de chinês 追星.

atores muito jovens, por isso o ator Lin Gengxin, nascido em 1988, foi jocosa-mente chamado de “velhinho”. No entanto, o apelido era claramente afetuoso, pois logo foi seguido de comentários como: “Como é que esse velhinho ainda tem um corpo desses?”

O grupo também possui uma regra específica: *spoilers* geralmente não são permitidos, a menos que sejam explicitamente avisados com antecedência. Ainda assim, muitos membros não resistem e perguntam se o drama tem um final feliz – se a resposta for negativa, costumam dizer que não querem continuar assistindo. Isso revela que os fãs buscam uma experiência interativa e emocionalmente envolvente dentro do grupo. Eles recorrem aos dramas televisivos em busca de entretenimento leve, simples, romântico e escapista. Mesmo quando a trama está repleta de conflitos, intrigas e vilões, a justiça acaba triunfando sobre o mal – uma estrutura narrativa que está em sintonia com as expectativas estéticas cultivadas há muito tempo entre os telespectadores brasileiros e que reflete o formato melodramático discutido anteriormente. Ao mesmo tempo, a disseminação transcultural dos dramas por meio das plataformas digitais tem promovido uma nova forma de interação entre os usuários – uma interação que valoriza a autoexpressão, a conexão emocional e a formação de identidade. Essa interação, baseada em crenças, posições e interesses compartilhados, dá origem a uma forma fluida e nômade de “neotribalismo”, uma dinâmica de “novas tribos” na era digital (Ji, 2021). Impulsionados por sua paixão pelos dramas chineses, os fãs se reúnem como uma comunidade online onde a interação constante permite que cada participante redefina sua própria identidade. Ao fazer isso, ajudam a reconfigurar as relações entre os agentes da comunicação intercultural, bem como as relações entre plataformas, públicos e usuários.

## DISCUSSÃO E CONCLUSÃO

Ainda é cedo para tirar conclusões definitivas sobre a recepção dos dramas televisivos chineses no Brasil. No entanto, é evidente que, com o aprofundamento do intercâmbio cultural, a penetração das novas tecnologias de mídia e a participação ativa das comunidades de fãs, o consumo de dramas chineses pelo público brasileiro continuará a crescer. Desde a década de 1990, a disseminação da cultura asiática no Brasil tem levado um número crescente de espectadores locais a se envolver com a cultura e com os dramas chineses.

Nos últimos anos, a crescente influência global da cultura chinesa tem aumentado ainda mais esse apelo. Embora os dramas coreanos ainda gozem de popularidade entre o público brasileiro, já há sinais de saturação. Uma brasileira conhecida de longa data da autora, uma espectadora, recentemente transferiu seu interesse dos programas coreanos para os chineses. Ao ser questionada sobre o que motivou essa mudança, ela explicou que os dramas coreanos estão começando a perder sua especificidade cultural, tornando-se mais um produto global com menos identidade local. O que ela agora valoriza nos dramas chineses, especialmente nas séries históricas e de fantasia *xianxia*, é justamente sua “chinesidade”, ou seja, suas características culturais localizadas: mitologia oriental distante, transições dinásticas, filosofia taoísta, visões chinesas distintas sobre a vida e a morte (que diferem muito das ocidentais), estética clássica, design de figurinos, ritmo narrativo, uso expressivo do corpo nas cenas de artes marciais e diversidade de atores. Em outras palavras, o que ela valoriza é a “chinesidade” inerente dessas obras, uma identidade que não pode ser replicada pelas indústrias cinematográficas e televisivas de outros países.

Discussões recentes sobre localização e globalização têm frequentemente focado na indústria cultural da Coreia do Sul, que é amplamente impulsionada por colaborações transnacionais e por conteúdos adaptados às plataformas de *streaming*. O sentimento expresso pela fã mencionada anteriormente não é infundado; até mesmo estudiosos coreanos têm refletido sobre a identidade nacional presente nos dramas coreanos. Por exemplo, Kim (2022) constatou que, embora os produtos culturais coreanos tenham alcançado popularidade global ao enfatizar valores universais e captar temas transculturais, eles têm sido relativamente fracos na expressão de características nacionais distintas ou no fortalecimento de um senso sólido de identidade nacional. Em contraste, os dramas televisivos brasileiros têm mantido um equilíbrio delicado entre a circulação internacional e a fidelidade às suas próprias características estéticas e temáticas. Esses elementos regionais interagem com convenções melodramáticas aceitas globalmente, destacando aspectos típicos da modernidade. Por meio de narrativas baseadas em gêneros, especialmente os melodramas, os brasileiros contribuíram com uma forma única de contar histórias na televisão. Ao criar e exportar conteúdos originais, eles construíram uma “brasilidade” distinta que é consumível tanto no mercado interno quanto no externo.



No entanto, é importante observar que é justamente a adesão ao modelo melodramático que frequentemente leva tanto os dramas televisivos brasileiros quanto o próprio melodrama, enquanto gênero, a serem subvalorizados. Pesquisas realizadas nas últimas décadas mostraram que grande parte desse desprezo decorre da percepção de que o gênero estaria associado ao universo feminino. Almeida (2002) argumenta que a ligação entre os dramas televisivos e as mulheres reflete a continuidade da ideia de que as mulheres estão mais intimamente ligadas ao ambiente doméstico e ao lar, mesmo que hoje ocupem papéis ativos na vida pública e no mercado de trabalho. Segundo Hamburger (2007), a associação entre o gênero feminino e as telenovelas é parte de um fenômeno mais geral, que identifica a cultura de massas ao universo feminino. Para Petro, as discussões sobre cultura de massa quase sempre vêm acompanhadas de metáforas de gênero que associam os valores femininos à cultura popular e os valores masculinos à verdadeira arte. Essas metáforas tendem a opor distração e passividade (codificadas como femininas) à concentração e à ação (codificadas como masculinas) (Petro, 1986). Embora o viés contra o melodrama dificilmente desapareça no curto prazo, isso não impede que melodramas e telenovelas brasileiras bem-produzidas sejam exportados com sucesso para regiões geográfica e culturalmente distantes, onde são capazes de estabelecer um diálogo significativo com públicos de diferentes origens culturais.

Em comparação, os dramas televisivos chineses continuam sendo produtos culturais que a comunidade acadêmica internacional ainda precisa estudar e compreender de forma mais aprofundada. As pesquisas existentes dedicadas ao tema – especialmente as publicações em língua inglesa – são, em sua maioria, escritas por estudiosos de ascendência chinesa e têm atraído pouca atenção de pesquisadores de outras origens. Como observou Zhu Ying, comparado à extensa literatura sobre o cinema chinês, o estudo dos dramas televisivos chineses é claramente insuficiente (Zhu, Keane & Bai, 2008). Além disso, a discussão sobre, por exemplo, se o conceito de melodrama poderia ser aplicado à cultura chinesa ainda está em aberto, conforme vemos em de Carvalho (2008) e Yeh (2009). Assim como os dramas televisivos brasileiros enfrentam desvalorização devido à sua associação com o “feminino” e a elementos fortemente dramáticos, os dramas chineses parecem encontrar desafios semelhantes. Isso é particularmente evidente nos dramas históricos do gênero *xianxia*, que frequentemente apresentam oposições binárias,

representações morais em preto e branco, cenários excessivamente elaborados, conflitos narrativos e reviravoltas repetitivas, enredos escapistas e finais felizes formulaicos. Por outro lado, é justamente essa estrutura melodramática formulaica que permite que os dramas televisivos chineses ressoem com o público brasileiro, ao oferecer valores compartilhados e expectativas estéticas comuns.

Ao mesmo tempo, como um país com uma herança cultural antiga e rica, a China está em uma posição única para combinar seu conteúdo cultural profundo com uma forma narrativa popular em escala global. Ao integrar esses elementos com suas próprias tradições dramáticas – e aproveitar a ascensão acelerada das plataformas de *streaming* e o poder mobilizador das comunidades de fãs – a China consegue demonstrar seu apelo cultural dentro de um mercado internacional de dramas televisivos altamente competitivo.

## REFERÊNCIAS

Almeida, H. B. D. (2002). Melodrama comercial: reflexões sobre a feminilização da telenovela. *Cadernos Pagu*, (19), 171-194.

Araújo, M. (2021). IQIYI e a televisão chinesa: Uma reflexão sobre as plataformas de streaming sob demanda para além do Ocidente. *Revista Geminis*, 12(3), 151-168. <https://doi.org/10.53450/2179-1465.RG.2021v12i3p151-168>

Bourdieu, P. (2008). *A distinção: crítica social do julgamento*. Edusp.

Camoça, A., & Araújo, M. (2021). Desocidentalizando a imagem sobre a China: Um olhar sobre o contra-fluxo midiático chinês no Brasil. *Intus-legere: Historia*, 15(1), 186-204. <https://doi.org/10.15691/%25x>

Carvalho, L. M. M. (2008). Repensando o melodrama no contexto asiático: Um estudo sobre a série televisiva sul-coreana Dae Jang Geum. *Contemporanea*, 6(1).

Hamburger, E. I. (2007). A expansão do “feminino” no espaço público brasileiro: Novelas de televisão nas décadas de 1970 e 80. *Revista Estudos Feministas*, 15(1), 153-175. <https://doi.org/10.1590/S0104-026X2007000100010>

Ji, D. (2021). “Chāowénhuà huíshēngshì” shìyù xià Zhōngguó guójì chuánbò de lǐniàn zhuǎnxíng. *Editorial Friend*, (11).

Kim, T. (2022). Theorizing the Korean Wave| K-Culture Without “K-”? The Paradoxical Nature of Producing Korean Television Toward a Sustainable Korean Wave. *International Journal of Communication*, 17, 22. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/18465>

Lopes, M. I. V. (2003). Telenovela brasileira: Uma narrativa sobre a nação. *Comunicação & Educação*, 26, 17-34. <http://dx.doi.org/10.11606/issn.2316-9125.voi26p17-34>

Moura, M. A. (2022). *Mediação da informação no Instagram: Reflexões sobre doramas, fãs e consumo*. [Trabalho de Conclusão de Curso, Universidade Federal do Ceará]. <https://repositorio.ufc.br/handle/riufc/69313>

Petro, P. (1986). Mass culture and the feminine: The “place” of television in film studies. *Cinema Journal*, 25(1), 5-21. <https://doi.org/10.2307/1225477>

Santos, A. (2023). *O gênero xianxia como recurso de soft power chinês: Uma análise da série “Amor eterno” sob a ótica das relações públicas internacionais* (TCC, Relações Internacionais). <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/259284>

Tao, D. (2008). Qǐméng de zhōngjié: Kěwàng yǔ Zhōngguó tèshè de diànshìjù móshì de quèlì. *Aisixiang*, (1). <http://www.aisixiang.com/data/22808.html>

Williams, R. (1979). *Marxismo e literatura*. Zahar.

Xu, H., & Zhao, X. (2022). *Liúméitǐ shídài Zhōngguó diànshìjù de guójì chuánbò* [The international dissemination of Chinese TV dramas in the streaming media era]. *Chuánméi* [Media], 2022.

Yeh, E. Y.-Y. (2009). Pitfalls of cross-cultural analysis: Chinese Wenyi film and melodrama. *Asian Journal of Communication*, 19(4). <https://doi.org/10.1080/01292980903293379>

Yin, H. (2001). Yìyì, shēngchǎn yǔ xiāofèi: Dāngdài Zhōngguó diànshìjù de zhèngzhì jīngjìxué fēnxī. *Xiàndài Chuánbò*, (4). <https://qikan.cqvip.com/Qikan/Article/Detail?id=1002145881>

Zhou, G. (2016). Diànshìjù de hǎiwài chuánbò yǔ guójiā xíngxiàng jiàngòu. *Zhōngguó Diànshì*, (1), 101-105. <https://www.sklib.cn/booklib/bookPreview?SiteID=122&ID=3503380&QrcodeCode=1ED08556F04959FDB770C8019CA11AB1D6A79545A9DA3B17B5320E4E3E372685&fromSubID=334>

Zhu, Y., Keane, M., & Bai, R. (Eds.). (2008). *TV drama in China*. Hong Kong University Press.