

A INFLUÊNCIA DOS DRAMAS ASIÁTICOS NAS PRÁTICAS DE CONSUMO DOS BRASILEIROS

XIII Encontro de Experiências Estudantis

Maite Anselmo de Moura, Kelvilane Elen Carvalho Inacio, Mariana Silva Monteiro, Suyane Maria Frota Costa, Maria de Fatima Oliveira Costa

Com o fenômeno da globalização e a facilidade de acesso a internet, as possibilidades de desenvolvimento, compartilhamento e criação de conteúdos em ambientes virtuais aumentou consideravelmente, assim como a disseminação e disponibilização de conteúdos que antes não seriam facilmente acessados. Dessa forma se tornou possível o consumo de produtos culturais com temáticas Orientais por todo o Ocidente, onde até então era um território pouco explorado, visto que as produções, principalmente norte-americanas, dominavam o mercado cultural. Em razão disso, com a experiência na disciplina de Estudos de Comunidades e de Usuários, do curso de Biblioteconomia, se originou o questionamento sobre a existência da influência da cultura oriental nos brasileiros que consomem dramas asiáticos, popularmente conhecidos como doramas, um produto midiático cultural da Ásia que está em ascensão, atraindo novos públicos e tornando-se um entretenimento de mercado lucrativo. Metodologicamente, usa-se a pesquisa exploratória e descritiva que tem por objetivo, obter dados sobre pessoas, lugares e processos interativos pelo contato direto do pesquisador com a situação estudada. A partir das análises, percebe-se que, por causa do consumo de dramas asiáticos o crescimento na interação dos usuários é considerável pois se identificam como grupos de interesse comum, que acabam tornando a interação mais consistente e a divulgação dos dramas ainda mais ampla. Os consumidores estabelecem práticas próprias, como por exemplo a aquisição de produtos como roupas, maquiagens, alimentos, músicas, dentre outros, influenciados pelo interesse nos dramas. Deste modo, conclui-se que o consumo de doramas afeta também as práticas culturais de consumo dos brasileiros, sendo os doramas um dos aspectos potencializadores dessas novas práticas de consumo, levando esses brasileiros a uma cultura de convergência com a Ásia.

Palavras-chave: cultura de convergência. estudos de usuários. dramas asiáticos.