

Webtoons e manhwas: a acessibilidade digital e a sua influência na leitura no Brasil¹

Webtoons and manhwas: digital access and its influence on Brazil's reading

Letícia Veiga Castello Branco²

Universidade de Brasília



10.11606/2316-9877.Dossie.2023.e219534

Resumo

A Coreia do Sul a cada ano ganha mais espaço como influência mundial quanto a sua cultura e estilo de vida, isso se deve a sua capacidade de expansão cultural em meio global. Sendo assim, o seu crescimento se deu a partir dos investimentos em diversos setores culturais e um deles foi o de histórias em quadrinhos, conhecidas como *manhwas*, que ao serem produzidas e distribuídas no meio online, também são denominadas *webtoons*. No entanto, a disseminação desses quadrinhos no Brasil ainda é muito restrita, principalmente devido às poucas traduções que existem para a língua portuguesa. Desse modo, este artigo visa discutir os impasses mercadológicos da distribuição dos *webtoons* e como isso afeta os leitores brasileiros que buscam cada vez mais acessar esse conteúdo.

Palavras-chave: *Webtoon*. Coreia do Sul. História em quadrinhos. *Manhwa*. Leitura.

Abstract

South Korea has gained more space each year as a global influence, regarding its culture and lifestyle; however, it is associated to the country's capacity of cultural expansion on global terms. It was possible due to different sector growth, and one of them was comic books, known in Korean as *manhwas*; these, when produced and distributed online, are called *webtoons*. Nonetheless, the distribution of these comics in Brazil is still reduced, especially due to few translations to Portuguese. In this manner, this paper foresees to discuss the

¹ Apresentado na Seção Temática 20 - "Quadrinhos, Artes e Mídias - VI", modalidade presencial, em 25 ago. 2023. Apresentação disponível em: [7as. Jornadas de HQ \(presencial\) - Sessão Temática 20 \(youtube.com\)](https://www.youtube.com/watch?v=7as-Jornadas-de-HQ-(presencial)-Sessão-Temática-20). Acesso em: 21 abr. 2024.

² Mestre pelo programa de Pós-Graduação em Literatura da Universidade de Brasília com ênfase no estudo de Literatura Contemporânea, Artes e Mídias. E-mail: leticiaveiga.unb@gmail.com. ORCID iD: <https://orcid.org/0009-0000-4025-7247>.

market's problems on webtoons' distribution and how they affect Brazilian readers who search more to access this type of content.

Keywords: Webtoon. South Korea. Comic books. Manhwa. Reading.

Introdução

As histórias em quadrinhos são um meio que a cada ano tem se tornado mais popular ao redor do mundo. Grande parte do impulso nessa arte vem também da influência midiática televisiva, que tem reproduzido, cada vez mais, enredos originalmente derivados de histórias em quadrinhos. Um grande exemplo disso é o crescimento da cultura de super-heróis na mídia cinematográfica e, conseqüentemente, a ampliação de grandes logomarcas de quadrinhos, como Marvel Comics e DC Comics.

No entanto, as adaptações de quadrinhos para o cinema estão ultrapassando os super-heróis e cada vez mais se sedimentando em temáticas diversas, além de estarem se descentralizando dos Estados Unidos e Europa como ponto de influência cultural. Desse modo, países asiáticos, como o Japão e a Coreia do Sul, conseguiram criar um espaço em meio ao processo de globalização e se estabelecerem como exportadores de suas culturas. Inicialmente, temos o Japão dando início a esse processo com a exportação de quadrinhos, conhecidos no ocidente como mangás, e conseqüentemente as animações derivadas destes que são de extremo sucesso. Por outro caminho, temos a Coreia do Sul que, também buscando expandir sua influência, investiu significativamente nas indústrias musicais e cinematográficas.

Associada a essa expansão das mídias coreanas, houve uma maior visibilidade quanto ao meio artístico dos quadrinhos, já que uma parte dos dramas televisivos de sucesso possuem um enredo baseado em *manhwas*, histórias em quadrinho sul-coreanas.

Para compreender esse processo será aplicada a contextualização do *soft power* sul-coreano, associada com a ampliação do gênero em quadrinhos *webtoon* para outros lugares, inclusive no Brasil. Além disso será utilizada a teoria de Lúcia Santaella (2003) em *Culturas e artes do pós-humano* para discutir as novas artes e sua interação com a tecnologia. Em seguida, para guiar a discussão da leitura, principalmente entre o público mais jovem, será utilizado

A formação da leitura no Brasil de Marisa Lajolo e Regina Zilberman (1996). Por fim, o texto de Pedro Coutinho e Olívia Pestana (2015), “eBOOKS: evolução, características e novas problemáticas para o mercado editorial”, para que possa ser realizada uma analogia entre o mercado de *ebooks* com o de quadrinhos online, especialmente, os *webtoons*.

Dessa forma, este artigo visa discutir a ampliação da leitura de *webtoons* no Brasil, associada com o acesso digital, além de questionar sua distribuição no mercado editorial. Para isso, serão colocados brevemente os conceitos de *soft power* e da onda *hallyu* na Coreia do Sul, expandindo para a produção de quadrinhos no meio online e como isso repercute na busca por esse conteúdo na internet; além disso, também será discutida como acontece a distribuição desse conteúdo no Brasil.

1 – Soft Power sul-coreano e o *webtoon*

A Coreia do Sul é atualmente entendida como uma potência econômica e tecnológica, mas nos últimos anos vem se estabelecendo no mercado global e se mostrado uma potência cultural. Isso acontece não somente como uma forma de trazer visibilidade aos costumes do país, mas também funciona como um sistema de influência política em cenário internacional. Essa expansão de influência que ultrapassa o limite territorial e econômico é denominada *soft power*.

O termo *soft power* aparece pela primeira vez em 1990 no livro *Bound to lead: the changing nature of American power*, escrito pelo americano Joseph Nye, no qual o define como uma alternativa para a manutenção de poder para além daquilo que se entendia por liderança política, poderio militar e econômico. No entanto, com o passar dos anos, esse termo expandiu-se ainda mais, de modo que toda a influência que um país pode gerar está associada ao *soft power*. A Coreia do Sul expandiu sua cultura e produtos a nível mundial, por meio do investimento em produtos; além da tecnológica, o governo também soube investir nas indústrias musicais, cinematográficas e até mesmo de estética.

Em 1997 ocorreu a crise econômica no leste asiático e a Coreia do Sul aplicou o *soft power* como instrumento como estratégia para superá-la. Desse modo, a intenção era que a cultura coreana fosse desejada e consumida

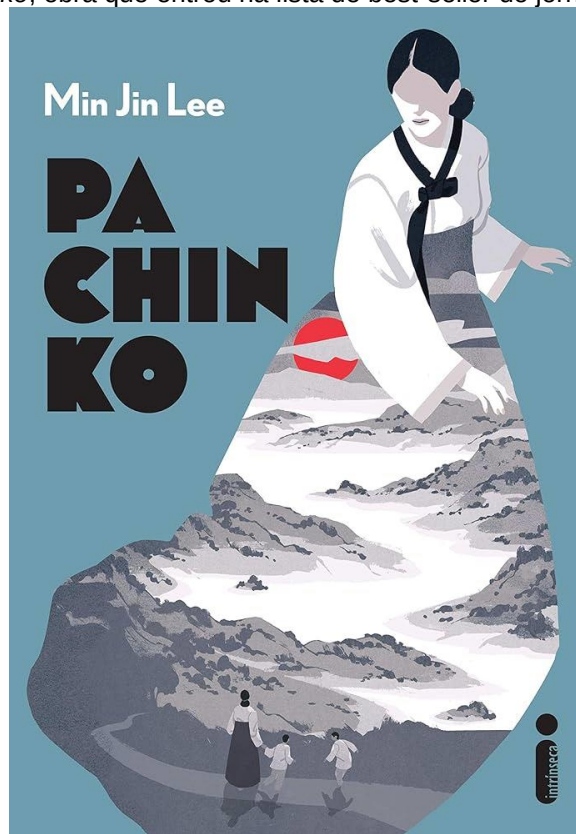
mundialmente. Logo, de meados dos anos 1990 até o início dos anos 2000, deu-se início ao processo de expansão dessa mídia para dentro de outros países asiáticos, principalmente na China e no Japão, com os dramas televisivos (Chie, 2014). Dado o sucesso dessa estratégia, em meados de 2010, iniciou-se a expansão da música pop coreana com os grupos de *idols* femininos e masculinos, um exemplo dessa popularidade é o grupo de pop coreano *BTS*.

A popularização da cultura sul-coreana e sua expansão é denominada “onda coreana” como ficou conhecido o período do início dos anos 2000 em que houve uma expansão significativa da cultura popular coreana. A pesquisadora Naiane Almeida (2019), em sua dissertação *O fenômeno Hallyu e as práticas interacionais dos fãs brasileiros no contexto do processo do soft power da Coreia do Sul*, explica como a onda *hallyu* influencia os fãs desse conteúdo:

O uso do soft power na Coreia do Sul através do fenômeno Hallyu representa uma força intrincada que surge não apenas para revitalizar a produção da indústria cultural do país, mas também o modo pelo qual a conquista do fã, seus comportamentos organizacionais e de interação inferem na difusão comunicacional da Onda no mundo globalizado e interconectado. (Almeida, 2019, p.19)

Com a onda *hallyu*, as expansões do mercado coreano têm se tornado maiores em diversos setores. Um deles foi no meio literário. Atualmente, existem obras que são amplamente conhecidas e premiadas, como é o caso de *Pachinko*, pela autora Min Jin Lee (2017, figura 1), que entrou na lista de best-sellers do New York Times (2017). Por outro lado, houve também o crescimento das leituras de *manhwas*, principalmente pelos jovens. 만화 [*Manhwa*] é o termo em língua coreana utilizado para se referir a quadrinhos de forma geral. Fora da Coreia do Sul, o termo se refere especificamente aos quadrinhos sul-coreanos.

Figura 1 – *Pachinko*, obra que entrou na lista de best-seller do jornal *New York Times*



Fonte: Lee, 2017. Disponível em: <https://intrinseca.com.br/livro/pachinko/>.

Os *manhwas* possuem uma influência também da indústria japonesa de mangás. Durante o período da invasão japonesa ao território coreano, era proibida a circulação da língua coreana, no entanto, assim que esse período se encerrou, com a ferida ainda recente, foi proibida a circulação de conteúdos japoneses no território coreano. Porém, os jovens continuavam querendo ler os mangás mais populares. Para que essa circulação continuasse acontecendo, os coreanos traduziam para a língua coreana e alteravam a capa dos mangás japoneses para que eles circulassem fora da censura governamental. A partir desse compartilhamento, as histórias de *manhwas* independentes daquelas japonesas começaram a surgir (Chie, 2014).

Os *manhwas*, apesar de possuírem a influência dos mangás japoneses, possuem diferenças que se tornaram maiores ao longo dos anos. A principal diferença entre eles é a manutenção das cores, que são, muitas vezes, ausentes nos mangás, permanecendo preto e branco, além dos traços que se mantiveram mais arredondados e trazendo uma fisionomia diferente daquela comum em mangás. Além disso, a Coreia do Sul é conhecida mundialmente como um polo

tecnológico, o que levou à forte adaptação dos *manhwas* para o meio online, que também podem ser chamados de *webtoon*.

O *webtoon* ou *web comic* é uma história em quadrinhos com design feito exclusivamente para o meio digital, desde sua produção até sua distribuição. Atualmente, a plataforma *Webtoon*³ é a principal distribuidora de quadrinhos digitais do mundo. Nela, os artistas também encontraram um espaço para contar suas histórias, com fácil possibilidade de distribuí-las aos assinantes. A marca registrada da *Webtoon* é a da empresa sul-coreana Naver que, um tempo depois, também adquiriu a *trademark* da Wattpad, mundialmente conhecida pela criação de histórias independentes chamadas *fanfics*. O domínio desse tipo de mercado auxiliou a Naver a se tornar uma das principais empresas donas do mercado literário independente online.

O *webtoon*, ao contrário das mídias tradicionais de histórias em quadrinhos impressa, é um meio de leitura online e de fácil acesso, por isso consegue ser lido em qualquer dispositivo eletrônico e, conseqüentemente, ser difundido rapidamente. O aplicativo possui também diversos títulos disponíveis de forma gratuita em sua plataforma e outros que possuem os capítulos iniciais gratuitos e o restante pagos, com diversos planos e possibilidades para seus leitores. Além disso, a expansão da internet e a tradução dos títulos e do aplicativo *webtoon* para língua inglesa possibilitaram esse crescimento também para outras regiões do mundo, seguindo a ideia expansiva do *soft power* coreano.

O diferencial dos *webtoons* com relação aos *manhwas* tradicionais e mangás, além do meio de circulação, é a estrutura. Eles possuem desenhos produzidos no meio digital e a sua principal característica são os quadros com grandes espaços em branco e rolagem infinita, lançados semanalmente em episódios (Cho, 2016).

Desse modo, faz-se necessário compreender a expansão da leitura em quadrinhos para meios online onde as maneiras de ler são reinventadas para que se possa explorar novas maneiras de fazer arte. Nesse sentido, o *webtoon* aparece como uma arte ainda pouco explorada, mas que vem cada vez mais sendo consumida no Brasil.

³ Disponível em: <https://www.webtoons.com/en/>. Acesso em: 14 jul. 2023.

2 – Arte tecnológica e seu acesso no Brasil

A arte acompanha o desenvolvimento da sociedade; dessa forma, com o aumento do uso da tecnologia como parte do cotidiano das pessoas, a arte também começa a se mesclar com novos espaços, desde exposições em museus guiadas online, experiências com projeção de quadros e sua movimentação de imagens como a Van Gogh Experience e até mesmo expansão da arte estática para os óculos VR's (Virtual Reality)⁴. Com os quadrinhos não poderia ser diferente. Associar a leitura com o aparelho celular aumenta a facilidade a seu acesso; dessa maneira, os *webtoons* aparecem com um novo leiaute à mídia de quadrinhos tradicional, adaptando-se por completo ao leiaute do aparelho celular, tanto na maneira de manusear os quadrinhos quanto na maneira de lê-los. Lúcia Santaella (2003) explica a relação entre o emissor e o receptor da arte, de modo que a primeira só consegue estar completa com a participação de ambas as partes e associado a isso está também ao hibridismo de maneiras de produzi-las:

Trata-se de se dar conta da complexidade, da semio e tecnodiversidades crescentes que resultam da hibridização inextricável dos meios para se produzir arte que hoje comprimem ao máximo a capacidade de informação e processo para um espaço mínimo. [...] os cenários da arte tecnológica parecem estar desenvolvendo estratégias e produzindo visões antecipatórias daquilo que será o livro no futuro. (Santaella, 2003, p. 175-176)

A autora traz a previsão de que a associação entre o tecnológico e a leitura traz novas possibilidades para o livro no futuro, e isso inclui a maneira como o quadrinho é lido e distribuído. A necessidade de mesclar os espaços de circulação e ampliar sua adesão mostra-se presente no *webtoon*.

Com isso, entende-se que as formas de leitura se modificam e ocupam novos espaços relacionados com o meio digital, de modo que o celular, como objeto indispensável ao indivíduo, faz sentido que seja nele que irá consumir as mais diversas artes, inclusive a leitura.

⁴ VAN GOGH LIVE 8K. Disponível em: <https://vangoghlive.com.br/>. Acesso em: 11 abr. 2024.

Dentre as plataformas que distribuem *webtoons*, estão algumas empresas coreanas como a Webtoon by NAVER⁵, TappyToon⁶ e Tapas⁷ que se tornaram conhecidas pelos títulos que elas distribuem. Inicialmente elas distribuía o seu conteúdo principalmente em língua coreana, mas agora elas possuem distribuição também em língua inglesa para ampliar o seu público de alcance. Ocorreu um aumento no consumo e distribuição de *webtoons*, principalmente durante a pandemia da Covid-19 em 2020. O presidente e CEO da empresa coreana *Webtoon by NAVER*, Jun Koo Kim, falou em entrevista sobre o aumento dos consumidores presentes em sua plataforma, tanto de novos artistas quanto novos leitores:

Apesar do impacto da COVID-19, nós temos visto um crescimento enorme, por conta da possibilidade de consumir nosso conteúdo em todo lugar. Nós olhamos para o crescimento de duas maneiras: no número de criadores na plataforma e no número de leituras. Durante a pandemia, nós vemos o número de criadores e a quantidade de conteúdo cresceram exponencialmente. Isso leva a um aumento dos leitores e na receita. (Salkowitz, 2021).

A onda coreana alcançou o Brasil significativamente nos últimos anos, tanto por meio música pop sul-coreana, conhecida popularmente como k-pop,, quanto por dramas televisivos, de maneira que em 2023 a Academia Brasileira de Letras considerou a palavra “dorama” como parte do Vocabulário Ortográfico da Língua Portuguesa (VOLP) para definir os dramas televisivos asiáticos. Essa influência se deu pela atual facilidade de encontrar esse conteúdo televisivo traduzido para o português em diversas plataformas de serviço de *streaming*.

Um exemplo dessa mudança e aceitação desse conteúdo pelo público foi o drama coreano *Vejo você na próxima vida* (2023, figura 2), lançado para o público brasileiro pela plataforma *Netflix* de maneira simultânea com a Coreia do Sul: o drama se manteve entre as dez séries mais vistas da plataforma durante sua transmissão entre os meses de junho e julho de 2023 (Séries, 2023). Esse

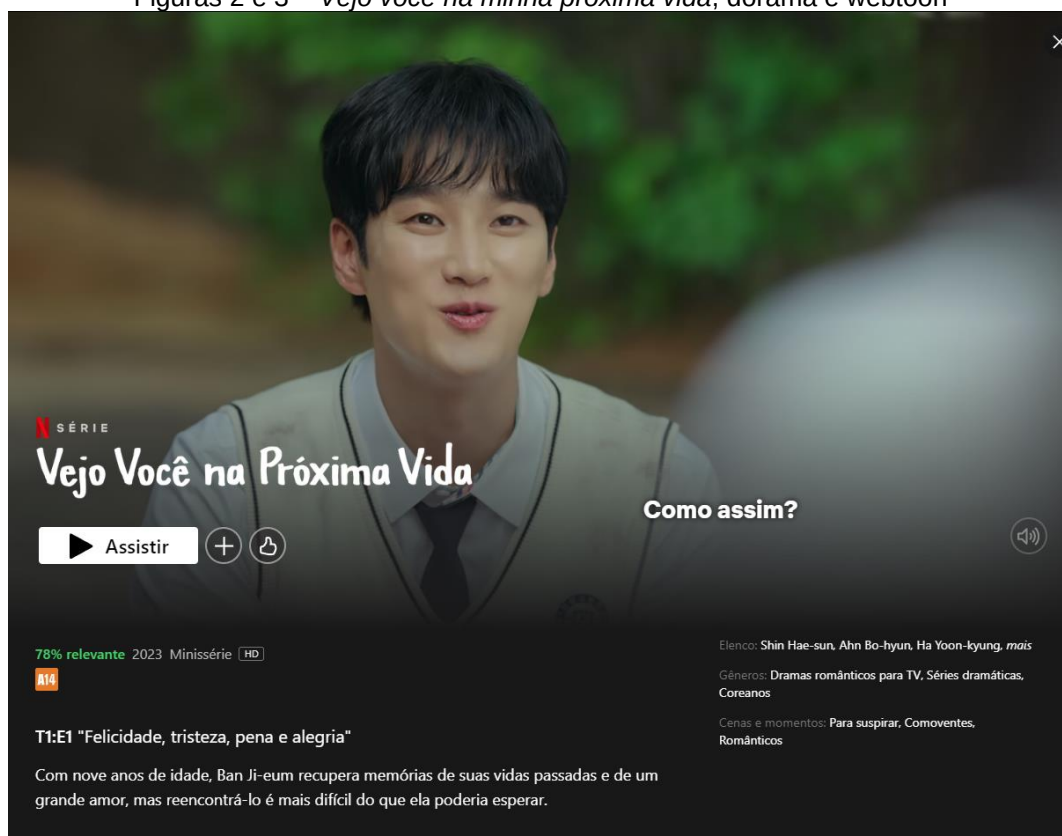
⁵ Disponível em <https://www.webtoons.com/en/>, também para em versão APP para aparelhos eletrônicos. Acesso em 11 abr. 2024.

⁶ Disponível em <https://tapas.io/>, também para em versão APP para aparelhos eletrônicos. Acesso em 11 abr. 2024.

⁷ Disponível em: <https://www.tappytoon.com/en/comics/home>, também para em versão APP para aparelhos eletrônicos. Acesso em 11 abr. 2024.,

drama, assim como muitos outros, é derivado de um *webtoon*, com o título em inglês *See you in my 19th life* da autora Lee Hey (2020, figura 3). O *webtoon* em questão está disponível na plataforma de leitura *Webtoon by NAVER* e possui em torno de 88,9 milhões de visualizações, além de 1,3 milhões de inscritos⁸. Pelo sucesso do drama televisivo, o público que tiver interesse na obra original, irá se deparar com o *webtoon* e, conseqüentemente, ter acesso a diversos títulos similares.

Figuras 2 e 3 – *Vejo você na minha próxima vida*, dorama e webtoon



⁸ Disponível em: https://www.webtoons.com/en/romance/see-you-in-my-19th-life/list?title_no=1266. Acesso em: 20 abr. 2024.



Fonte: Disponíveis, respectivamente em: <https://www.netflix.com/br> e https://www.webtoons.com/en/romance/see-you-in-my-19th-life/list?title_no=1266. Acesso em: 21 abr. 2024.

Além disso, com o passar dos anos, o Brasil ampliou a cobertura e o uso de internet pelo país. Dessa forma, novas possibilidades de acesso e, consequentemente, de leitura se tornaram possíveis em meio ao novo cenário de conexão. Segundo o censo do IBGE sobre o “Panorama do uso da internet nos domicílios brasileiros” entre os anos de 2019 e 2021, ocorreu um aumento percentual geral de 6% no uso da internet, de 84% em 2019 para 90% em 2021. Esse percentual que já era alto em 2019 nos domicílios urbanos de 88,1% subiu para 92,3% em 2021; enquanto nos domicílios rurais era de 57,8% em 2019, aumentou para 74,7% em 2021 (IBGE, 2021).

Essa Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (Pnad Contínua) em tecnologia da informação, também revela que além do aumento do uso da internet, em 2021, o aparelho mais utilizado para realizar esse acesso foi o aparelho celular com 99,5% do total dos acessos por meio desse veículo, tanto em domicílios urbanos, quanto rurais.

Os dados comprovam o aumento do acesso à internet e, principalmente, o uso do aparelho celular no Brasil. Com a facilidade desse acesso e a ampliação da conectividade entre os indivíduos, o compartilhamento e o conhecimento acerca de novas mídias via celular é também facilitado. Assim, a leitura que antes era feita apenas por meio físico, do livro, agora também pode ser acessada

via online. Além disso, a rápida difusão de diferentes enredos, atrai novos públicos que têm identificação com outras realidades e são atraídos por novas histórias.

Com o avanço da tecnologia, ocorre adaptação da arte a essas formas de leitura. Com a popularidade das *fan fictions*, aparecem também novas maneiras de criar e consumir narrativas online, onde o acesso é mais fácil e rápido. Ao falar sobre as leituras feitas, principalmente pelo público mais jovem, Marisa Lajolo e Regina Zilberman (1996) mencionam o que leva a juventude a optar por determinadas obras:

As obras escolhidas por crianças e adolescentes, quando eles escapolem da rígida rotina escolar de leitura, parecem responder às exigências da fantasia, pela qual, em acumulação infinita, articulam-se a outras de ficção ou as conhecidas por meio da transmissão oral, como as ouvidas de contadoras. O fato de incendiarem a imaginação explica e reforça a clandestinidade dessas leituras, que pouco ensinam de prático, mas que provocam consumo contínuo. (Lajolo; Zilberman, 1996, p. 227)

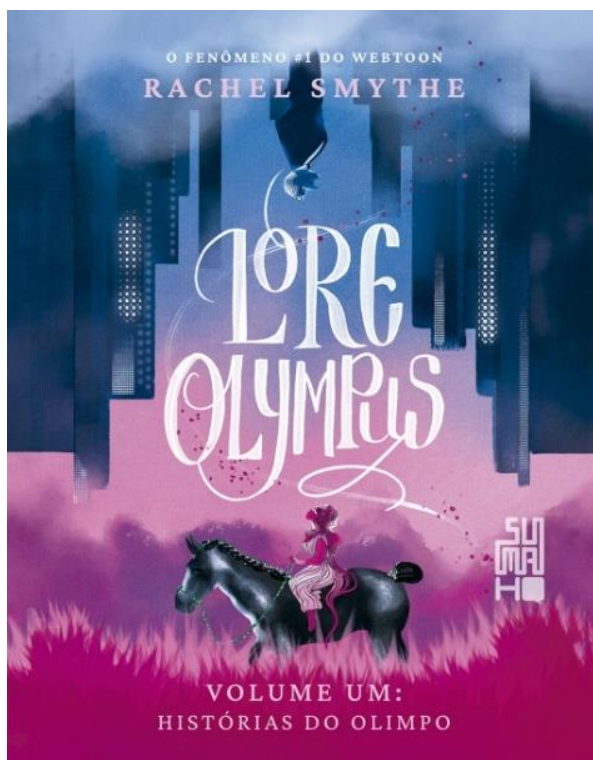
As pessoas buscam leituras com as quais se identificam; dessa forma, os quadrinhos aparecem com enredos cada vez mais diversos e interessantes para os nichos de leitores. Os *webtoons*, pela proximidade dos autores com seu público, têm grande facilidade de adentrar na rotina de leitura. No Brasil, não é diferente, já que a leitura de *webtoons* cresceu junto com a leitura de histórias em quadrinhos, pela facilidade de acesso e maior divulgação de títulos entre os consumidores de conteúdos pop proveniente do Leste-asiático.

No entanto, em território brasileiro não ocorre a distribuição de *webtoons* no meio online como no exterior. Conforme o que foi explicado anteriormente, o app Webtoon by NAVER possui versões de interface principalmente em coreano e em língua inglesa, com algumas possíveis variações de idioma, nenhuma incluindo o português. O aplicativo possui ainda a possibilidade de tradução por fãs que queiram divulgar algumas obras em seu idioma nativo; no entanto, a quantidade de títulos e de capítulos traduzidos para a língua portuguesa é restrita e essa funcionalidade não fica muito clara no uso do aplicativo, principalmente ao considerar que sua interface não tem a opção em língua portuguesa.

Junto com a onda *hallyu* e a consequente popularização dessas mídias no Brasil, cresceu também a procura por esses títulos. Ao observar esse mercado em expansão, as editoras iniciaram sua mobilização e agora existem alguns títulos impressos, como *Solo leveling* (Chugong, 2016), *Tower of God* (Siu, 2010), *Lore Olympus* (Smythe, 2018), em que cada um dos volumes custa por volta de 40 reais (figuras 4, 5 e 6).

Figuras 4, 5 e 6 – Capas de *Solo leveling*, *Tower of God* e *Lore Olympus*, três webtoons impressos





Fonte: Disponíveis, respectivamente, em:

<https://www.americanas.com.br/produto/1981047892/solo-leveling>; <https://panini.com.br/tower-of-god-vol-1> e <https://www.companhiadasletras.com.br/livro/9788556511447/lore-olympus-vol1>.

Acesso em: 21 abr. 2024.

Com a elitização no valor do livro e o aumento do interesse por essas mídias, os leitores buscam maneiras alternativas de acessar esse conteúdo. Desse modo, a necessidade do público acaba suprida pelos *scans*, grupos que traduzem obras de seu idioma original para diversos outros idiomas. As obras que esses grupos traduzem são liberadas na internet de forma gratuita para que possa ser lida. Esses grupos trabalham de forma voluntária e de acordo com a demanda e favoritismo por uma determinada história em quadrinhos, apenas para que mais pessoas possam se interessar por elas. No Brasil, ao observar os títulos mais lidos no sítio de *scans* Mangá Livre⁹, era possível encontrar três *webtoons* entre as 30 primeiras obras: *Solo Leveling* (2016), *The God of High School* (2011) e *Lookism* (2014)¹⁰.

⁹ Disponível em: <https://mangalivre.net/lista-de-mangas/ordenar-por-numero-de-leituras/todos/desde-o-comeco>. Acesso em: 11 jul. 2023.

¹⁰ Atualmente (dezembro de 2023) o domínio Mangá Livre não está mais ativo devido à questão de direitos autorais. Esta pesquisa se baseia no acesso ao sítio realizado em 11 de julho de 2023, em que ele era um dos sítios referência para acesso de *scans*.

Dentre a infinidade de títulos em *scan* que estava presente no domínio, é possível observar a presença e consumo de *webtoons* traduzidos para a língua portuguesa e com a manutenção da estrutura de leitura original para meio online.

Considerações finais

Em conclusão, esse artigo visa iniciar a discussão sobre a circulação mercadológica dos *webtoons* acerca da dificuldade de adaptação e tradução desse meio de leitura online no Brasil. Desse modo, buscou discorrer sobre a expansão do gênero originalmente sul-coreano e sua influência cultural ao redor do mundo, além do impacto que essa mídia tem na leitura atualmente.

Com a popularização dessas mídias leste-asiáticas, as editoras também estão buscando expandir seu mercado de alcance, no entanto, ainda falta esse investimento para o meio online. Os *webtoons*, em si, são histórias em quadrinhos que são pensadas diretamente para o meio online; desse modo, ao publicá-la em formato de livro, são perdidas parte de suas características, principalmente o modelo de rolagem infinita, o tamanho dos quadros e os acréscimos musicais e animados que estão atrelados a muitas obras desse tipo.

Ao fazer uma analogia da circulação de *webtoons* com os *e-books*, os autores Pedro Coutinho e Olívia Pestana (2015, p. 177-179) trazem as vantagens do mercado online em detrimento do mercado de publicação impressa: para a editora são a "poupança de custos de produção e de distribuição", "eliminação dos custos com excesso de stock " e a "facilidade de edição"; enquanto para o leitor são "maior comodidade", "poupança de dinheiro", "grande interatividade ", "poupança de espaço físico ", " possibilidade de leitura no escuro " e "maior portabilidade". Dessa forma, tanto a empresa quanto o consumidor conseguem vantagens ao consumir o conteúdo em meio online.

Então restam os questionamentos: "por que não há um investimento maior de tradução e manutenção da circulação de *webtoons* no meio online? " e "se as novas artes tendem ao online, por qual motivo prefere-se realizar a publicação impressa de um gênero que é digital em sua essência?". Como um gênero de leitura novo em meio às histórias em quadrinhos, os *webtoons* ainda precisam

ganhar o espaço em que circulam, além de dar sequência àquilo que os leitores estão buscando.

Referências

ACADEMIA Brasileira de Letras. Dorama. In: ACADEMIA Brasileira de Letras. *Vocabulário Ortográfico da Língua Portuguesa*. Disponível em: <https://www.academia.org.br/nossa-lingua/nova-palavra/dorama>. Acesso em: 11 abr. 2024.

ALMEIDA, Naiane Batista de. *O fenômeno Hallyu e as práticas interacionais dos fãs brasileiros no contexto do processo do soft power da Coreia do Sul*. Dissertação. (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2019.

CHIE, Yamanaka. Manhwa in Korea. In: BERNDT, Jaqueline; KÜMMERLING-MEIBAUER, Bettina (Ed.). *Manga's cultural crossroads*. New York, Routledge, 2014. p. 85-99.

CHO, Heekyoung. The Webtoon: a new form for graphic narrative. *The Comics Journal* [site]. Publicado em: 18 jul. 2016. Disponível em: <https://www.tcj.com/the-webtoon-a-new-form-for-graphic-narrative/>. Acesso em: 6 nov. 2023.

CHUGONG. *Solo leveling*. 3. ed. São Paulo: NewPOP, 2020.

COUTINHO, Pedro; PESTANA, Olívia. eBooks: evolução, características e novas problemáticas para o mercado editorial. *Páginas a&b: arquivos e bibliotecas*, n. 3, p. 169-195, 2015.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Internet já e acessível em 900 dos domicílios do país em 2021. *Agência de notícias*, 2021. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/34954-internet-ja-e-acessivel-em-90-0-dos-domicilios-do-pais-em-2021>. Acesso em: 6 nov. 2023.

LAJOLO, Marisa; ZILBERMAN, Regina. *A formação da leitura no Brasil*. São Paulo: Ática, 1996.

THE NEW York Times 10 best books of 2017. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2017/02/02/books/review/pachinko-min-jin-lee.html?searchResultPosition=6>. Acesso em: 11 abr. 2024.

NYE, Joseph S. *Bound to lead: The changing nature of American power*. Basic books, 2016.

SALKOWITZ, Rob. Webtoon CEO sees massive growth and new opportunities in U.S. market. *Forbes* [site]. Publicado em: 02 nov. 2021. Disponível em: <https://www.forbes.com/sites/robsalkowitz/2021/11/02/webtoon-ceo-sees-massive-growth-and-new-opportunities-in-us-market/?sh=26d2e16f7707>. Acesso em: 11 nov. 2023.

SANTAELLA, Lucia. *Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura*. São Paulo: Paulus, 2003.

SÉRIES em alta Netflix. Disponível em: <https://www.netflix.com/br-en/>. Acesso em: 14 jul. 2023.

SIU. *Tower of God*. São Paulo: Panini, 2021. v. 1.

SMYTHE, Rachel. *Lore Olympus*. São Paulo: Suma, 2022. v. 1.

Recebido em: 10 nov. 2023.

Aprovado em: 11 abr. 2024.



Artigo está licenciado sob forma de uma licença
Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional