

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO  
FACULDADE DE FILOSOFIA, LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS  
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA

**Consumo cultural e territorialidade, um olhar pelo K-Pop**

Alessandra Rodrigues Figueira Luccas

São Paulo  
2021

ALESSANDRA RODRIGUES FIGUEIRA LUCAS

**Consumo cultural e territorialidade, um olhar pelo K-Pop**

Trabalho de Graduação Individual pela  
Universidade de São Paulo, Faculdade  
de Filosofia, Letras e Ciências  
Humanas, Departamento de  
Geografia, para obtenção do título de  
bacharel em Geografia.

Orientador: Prof. Dr. Carlos de Almeida Toledo

São Paulo  
2021

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catálogo na Publicação  
Serviço de Biblioteca e Documentação  
Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo

L934c Luccas, Alessandra Rodrigues Figueira  
Consumo cultural e territorialidade, um olhar pelo  
K-Pop / Alessandra Rodrigues Figueira Luccas;  
orientador Carlos de Almeida Toledo - São Paulo,  
2021.  
41 f.

TGI (Trabalho de Graduação Individual)- Faculdade  
de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da  
Universidade de São Paulo. Departamento de Geografia.  
Área de concentração: Geografia Humana.

1. TERRITORIALIDADE. 2. INDÚSTRIA CULTURAL. 3.  
PUBLICIDADE ver PROPAGANDA. 4. CIBERESPAÇO. I.  
Toledo, Carlos de Almeida, orient. II. Título.

## Agradecimentos

*Agradeço aos meus pais, minhas mães, aos Voduns e Deus que me deram força pra continuar.*

*Agradeço às escolhas.*

*Agradeço ao meu orientador Carlos de Almeida Toledo, por ter tido a disposição de me ouvir e me orientar.*

*Agradeço a banca que aceitou o convite e acrescentou com suas análises atenciosas.*

*Agradeço a todas mensagens de carinho e apoio, principalmente ao apoio emocional e físico do meu amigo, mais que companheiro, Levi.*

*Pai, mãe, acabei!  
Ciclo encerrado!*



## **Resumo**

LUCCAS, A. R. F. Consumo cultural e territorialidade, um olhar pelo K-Pop. 2021. Trabalho de Graduação Individual (TGI) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2021.

Este trabalho de conclusão aborda alguns fatores que compõe a produção da territorialidade do capital para explicar como essa territorialidade acontece, tal como comportamento e propaganda. Para condução do estudo, tomou-se o K-pop, produto musical da indústria cultural sul-coreana. K-pop é parte do fenômeno "Onda Coreana", Korean Wave, uma estratégia sul coreana de expansão de mercado que visa alcançar novos territórios pela exportação de produtos culturais. Para entender como acontece essa territorialidade foram realizadas entrevistas e análises de material disponível nas mídias digitais e uma bibliografia de teóricos da comunicação, trabalho e propaganda. Como conclusão percebeu-se que o capital constrói territorialidades cuja publicidade pode ser paralela à sociedade capitalista, mas que não se dissocia em seu fundamento.

**Palavras-chave:** K-Pop; indústria-cultural; territorialidade.

## **Abstract**

This work of conclusion addresses some factors that make up the production of the territoriality of capital to explain how this territoriality happens, such as behavior and propaganda. The study was conducted using K-pop, a musical product of the South Korean cultural industry. K-pop is part of the Korean Wave phenomenon, a South Korean market expansion strategy that aims to reach new territories by exporting cultural products. In order to understand how this territoriality happens, interviews and analysis of material available in digital media and a bibliography of communication, work and propaganda theorists were conducted. As a conclusion, it was realized that capital builds territorialities whose publicity can be parallel to capitalist society, but that it does not dissociate itself in its foundation.

**Keywords:** K-Pop; industry-cultural; territoriality.

## **Sumário**

### **1.Introdução**

1. Introdução.....	p.01
2. Relações do Governo com o K-Pop.....	p.06
3. Análise das Fontes Empíricas.....	p.12
a. Duplicidade de comportamento.....	p.12
b. Formação de grupos.....	p.13
c. Comprometimento dos grupos.....	p.15
d. Procura pelo reconhecimento.....	p.17
4. Indústria Cultural e dinâmica do território.....	p.23
5. Conclusão.....	p.30
6. Bibliografia.....	p. 33

## 1. Introdução

Objetivo de estudo: entender novas territorialidades em territorialidades concebidas, tendo como norte o consumo do produto cultural K-Pop

Este trabalho de conclusão intenciona discutir a dinâmica territorial através do consumo de mercadorias culturais, tomando o K-pop, gênero musical surgido na Coreia do Sul, para ilustrar este estudo. K-pop é parte do fenômeno "Onda Coreana", Korean Wave, uma estratégia sul coreana de expansão de mercado que visa alcançar novos territórios pela exportação de produtos culturais.

Meu interesse pelo tema surgiu quando associei uma reportagem de uma tarde de domingo sobre as enormes filas de jovens acompanhadas dos pais a espera do show do grupo BTS, de K-Pop no Allianz Parque em 2019 ao motivo de precisar desviar de pessoas dançando nos corredores do Centro Cultural São Paulo - CCSP. Lembro-me de ficar intrigada com uma resposta de uma entrevistada, dizendo algo como não se importar em não entender coreano, pois as músicas a deixavam feliz.

Sempre achei interessante e curioso passar no CCSP e ter que desviar o caminho ou “costurar” um entre as pessoas que ficam ali dançando. Em sua maioria são pré-adolescentes, adolescentes e alguns jovens que vem ocupando o espaço que antes era vazio ou então ocupado pela dança b-boy; são os k-poppers.

Intrigada com essa ocupação e achando ser um tema interessante para abordar num TGI, me dispus a pesquisar sobre as influências que mobilizam essa juventude a realizar esse tipo de territorialidade; vê-los -tantos- dançando assiduamente nos espaços livres do CCSP, com suas coreografias e roupas homogeneamente diversas me despertou atenção.

Como o tema "K-Pop" ainda é recente em pesquisas acadêmicas, o que mais encontrei de publicações foram trabalhos de conclusão de curso (tais como o meu), mas também usei reportagens de jornais e produções digitais de vídeo e texto divulgadas em plataformas digitais usadas para conectar pessoas que se interessam pelo tema.

Ao longo do desenvolvimento do trabalho demonstrarei elementos comportamentais desse público que fui absorvendo para compreender que esses jovens possuem uma duplicidade de comportamento onde, por uma face, se



apresentam como seres extrovertidos, expansivos e, por outra, mostram elementos de insegurança e depressão. O conjunto dessas características que presenciei nas pessoas observadas e nos textos autorais consultados é um ponto chave para o entendimento da forma como essas pessoas se relacionam e estabelecem sua territorialidade<sup>1</sup> através do consumo do produto cultural K-Pop.

Consumir o produto cultural K-Pop e estabelecer a ocupação dos espaços livres de um centro cultural público na cidade de São Paulo é um exemplo para se entender a dinâmica territorial estabelecida pelo mercado cultural através desse produto, cuja premissa é o acesso ao ciberespaço e a possibilidade de realização dos desejos de cada jovem consumidor da mercadoria cultural sul coreana.

K-Pop é um gênero musical de origem sul coreana que faz parte do movimento conhecido como Onda Coreana, ou Hallyu. A Onda Coreana é uma política de Governo para exportar produtos culturais, alguns dos produtos são música, filmes, quadrinhos, moda e eletrônicos. O marco da chegada dessa cultura no ocidente foi a música Gangnam Style, do cantor sul- coreano PSY no ano de 2012.

Esse braço da Onda Coreana, o K-Pop vem se expandindo no mercado musical; o grupo boy band BTS, por exemplo, foi classificado na 43ª posição, pela FORBES, na lista das 100 celebridades mais bem pagas do mundo. Ao meu ver, ele é como um abre alas à diplomacia sul coreana e a parceria com seu mercado.

O K-Pop não traz consigo elementos nacionais a não ser as pessoas que cantam e dançam. Como um produto de exportação intencionado à expansão do mercado sul coreano, é possível perceber elementos sonoros e estéticos que favorecem a apreciação do público estrangeiro, como as influências do hip-hop. Seus clipes são feitos em ambientes fechados com uma explosão de efeitos visuais, elementos que barateiam e facilitam a super produção,

Os grupos de K-pop em sua maioria são formados por muitas pessoas que se diferenciam em ocupações: os que mais cantam, os que mais dançam e dentre eles, cada um com sua especificidade, como fazer solos de canto, saltos e acrobacias etc. Muitas de suas músicas são cantadas em coreano, em inglês, tendo versões também em japonês. Os elementos sonoros e estéticos (em sua dança, principalmente), são adaptações da cultura norte americana e britânica que teve sua inserção com a

---

<sup>1</sup> Segundo Raffestin (1993) territorialidade é a unicidade e ao mesmo tempo o coletivo representado no ser humano localizado em um território se configurando no processo e produto desse território marcado por relações de poder. Além disso, os seres se influenciam mutuamente.

chegada de militares estadunidenses. No entanto, é possível identificar o diferencial na produção dos seus clipes, os quais não utilizam muitos cenários abertos naturais, sendo uma produção mais voltada a estúdio e efeitos especiais que explodem em cor e em criação de cenários 3D. Dessa forma, as adaptações da cultura norte americana e britânica e a produção a baixo custo possibilitam mais facilmente a exportação e o aprovação desses produtos.

A respeito da conexão entre os koppers, que muito utilizam a internet para interação, troca de experiências e conhecimento, Pierre Lévy (2010), filósofo e sociólogo da informação e da comunicação entende que o ambiente virtual (por ele chamado de ciberespaço) é formado pela interconexão de dados oriundos de diferentes fontes, podendo ser humanas (pessoas ou grupos) ou não humanas (sensores e gravadoras de todos os tipos), constituindo-se em um novo espaço assim como é o espaço onde se desenvolve as relações entre a natureza humana, animal e vegetal e os aparatos tecnológicos: o físico e já conhecido por nós.

O ciberespaço acompanha as mudanças que acontecem no cotidiano guardando as interações que ocorrem nele pelas expressões humanas no meio cibernético, mas também guarda informações geradas por inteligência artificial ou por um inocente comando de arquivamento de dados pessoais ou empresariais; possui um movimento dinâmico ascendente de uma inteligência coletiva interconectada.

Em outras palavras, o desenvolvimento das técnicas em seus momentos históricos demarcam um tipo de conexão e registros de informações decorrente dessas técnicas. É o mundo da cultura clássica e seus simbolismos se desfazendo para um mundo conectado e que se constrói, mas que se constrói fora uma base física e que se mostra visivelmente nas estruturas físicas construídas previamente em culturas anteriores. Adicionamos a ideia de que os usos dessas estruturas prévias muitas vezes são obsoletas para essa nova concepção de relações e simbolismos que se interpenetram.

“Não é somente nosso DNA biológico que é examinado para ser triado e talvez modificado, mas todos os DNAs possíveis: políticos, sociais, profissionais, familiares, culturais, religiosos, psicológicos, epistemológicos, todas as fontes do sentido e da identidade, que são e serão cada vez mais, no futuro, carregadas em um processo

de mutação do qual ninguém conhece o sentido e a finalidade global.” (LÉVY, 2000 p.26)

As técnicas apesar de não condicionarem a sociedade na qual foram empregadas, a influencia de uma maneira que, dentro de um sistema complexo de técnicas que correspondem a certas utopias, ideologias, objetivos e projetos sociais que são maquiados como um devir coletivo, acabam por se tornar sinônimo de um “processo social em toda sua opacidade, e atividade dos outros, que retorna para o indivíduo sob a máscara estrangeira inumana, da técnica”. (LÉVY, 2010 p.28) É pela técnica fornecida por determinadas empresas que possibilitam o uso livre da nuvem e que fornecem os equipamentos técnicos necessários para acessar esses espaços virtuais que os fãs de K-pop se ligam à cultura sul-coreana. Por sua vez, as técnicas como condicionantes do momento histórico que estão inseridas vão alterar o que Pierre Lévy chama de ritmo de alteração tecnossocial e tais técnicas, como motoras de seu tempo social, carregam respostas de suas significâncias que serão anexadas à inteligência coletiva.

Deixando a abstração e passando para exemplos mais práticos, pode-se perceber esse movimento das relações entre técnicas, período histórico, inteligência coletiva e comunicação em rede mobilizada pelos kpopers que, por meio de técnicas disponíveis em seu tempo e acessíveis ao consumo desses seres, constroem sua rede de relacionamento fomentando encontros por eventos para se conhecerem pessoalmente e prestigiarem juntos os elementos que admiram, deixando apartados os seres que não participam dessas mesmas condições oferecidas por seu processo histórico contemporâneo.

Os espaços cibernéticos são utilizados como uma outra possibilidade de expressão e contato que não pelas relações humanas comuns. Pelos espaços cibernéticos se constroem laços sociais pela convergência de interesses. Esses espaços oferecem a convivência virtual entre as pessoas que por meio desse contato podem vir a formar relações de confiança, durabilidade ou se transferir rapidamente para relações físicas. Pierre Lévy (2010), coloca que a cibercultura “atende mais positivo”, no sentido de que age mais eficaz em sua sociabilidade virtual nas esferas econômico, social e cultural. Agindo dessa maneira estratégica o marketing se fortalece, aproximando mais os produtos de seus consumidores.

A publicidade acessada através dos ambientes virtuais é tão efetiva que aproxima seu público de uma certa maneira que não os coloca a pensar se devem ter primeiro a constatação de uma relação virtualmente consolidada para posteriormente ser transferida para relações físicas. Percebo que esses jovens sentem uma necessidade muito intensa de experiências diferentes das que realizam e recebem de seu cotidiano.

Ao longo do trabalho minhas inquietações serão destrinchadas, apresentarei aos passos minhas descobertas sobre as motivações que levaram esses jovens a me darem essas respostas.

## 2. Relações do governo com o K-Pop

Segundo reportagens da BBC (2018)<sup>2</sup> e do G1 (2019)<sup>3</sup>, para tornar-se membro de um grupo, as pessoas se submetem a passar por inúmeras seleções, que vão desde audições nos programas televisivos destinados a divulgar a cultura K-Pop, até treinamentos com as gravadoras de “como de tornar um ídolo”, aceitando as condições que são necessárias para tal, como procedimentos estéticos, conhecimentos em outros idiomas, condicionamento físico, morar em alojamentos para receber este treinamento e outras determinações impostas pelas empresas. Essas empresas gerenciam a carreira dos artistas também em outras frentes de produção, como desenhos animados, filmes, design de produtos que façam referência a esses artistas do K-Pop, capitalizando mais oportunidades de venda.

Segundo Luã Leal (2017), em seu artigo "Pop com gentílico" mostra a estratégia do mercado de entretenimento global em vender seus produtos com o simbolismo de origem, como no caso, a identificação do k - coreano ao Pop, estilo mundialmente conhecido. Ele comenta que o Estado é muito presente na promoção dessa cultura, sendo dono dos mais famosos canais de televisão que promovem o K-Pop na Coreia, além de participar em grande porcentagem nas ações das indústrias fonográficas.

A divulgação para o exterior tem sua atenção voltada para a internet e grandes shows em formato de turnês promovidos pelas agências fonográficas em parcerias com grupos empresariais sul-coreanos. Estabelecer instituições fonte para o encontro desse produto cultural também foi uma estratégia para aproximação do público com essa cultura, como as embaixadas da Coreia do Sul, o Centro Cultural Coreano, na Avenida Paulista em São Paulo e a criação sul coreana de um órgão responsável por fazer ponte com os setores privados para a divulgação da Onda Coreana em 2003, a Fundação para o Intercâmbio das Indústrias Culturais da Coréia (KOFICE), do Ministério da Cultura, Esporte e Turismo da Coreia do Sul.

---

<sup>2</sup> K-pop: como funciona a multimilionária indústria de ídolos da Coreia do Sul. Disponíveis em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-45177274>. Acessado em: 05/02/2020.

<sup>3</sup> K-pop é poder: Como Coreia do Sul investiu em cultura e colhe lucro e prestígio de ídolos como BTS. Disponível em <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2019/05/23/k-pop-e-poder-como-coreia-do-sul-investiu-em-cultura-e-colhe-lucro-e-prestigio-de-idolos-como-bts.ghtml>. Acessado em 05/01/2020.

Kang<sup>4</sup>, autor de o artigo *Contemporary cultural diplomacy in South Korea: explicit and implicit approaches* é formado em relações diplomáticas e políticas culturais, trabalha com desenvolvimento socioeconômico trans-local e internacional e já trabalhou na expansão da Onda Coreana na Europa. Ele coloca que o governo da Coreia do Sul investiu nas indústrias culturais nacionais para aumentar seu prestígio no exterior na diplomacia cultural global.

O autor traz a auto observação do Ministério da Cultura e Turismo (MCT) sul coreano (2005), dizendo que são tão assertivas suas estratégias que esse órgão confiava que seu país iria se tornar uma dentre as principais nações entre “EUA, Japão, Reino Unido e França” a desenvolver uma indústria cultural alto rendimento (MCT 2005a, p. 19 apud KANG, 2015 p.440). Para tal, os meios seriam a promoção do mercado global das indústrias culturais, ter uma estrutura inovadora de distribuição desses conteúdos, criação de uma indústria de direitos autorais e a internacionalização da Onda Coreana para aumentar a marca nacional.

A indústria cultural foi pensada na Coreia num momento que convergiu com a democratização e neoliberalização da economia, quando a cultura passou a ser entendida como um potencial econômico ainda pouco explorado (Cho 2005, KCTI 2005, Shim 2008, Kim 2011a, Lee 2013 apud KANG, 2015 p.438). Uma vez que o regime anterior compreendia a cultura como uma forma de legitimação nacional. Ela foi pensada a partir do plano Nova Política Cultural, que propunha uma abordagem industrial e científica da cultura, com sua internacionalização pela exportação dos produtos nacionais (MCS 1997 apud KANG, 2015 p.349), que, para ser consolidada, teria que ter suas agendas correspondentes às agendas da política nacional, quase como uma fusão dessas duas frentes governamentais; o que iria, futuramente, em 2010, definitivamente uma apoiar a outra na diplomacia sul-coreana.

Neste ponto, conforme Kang, o Estado precisou internalizar a Onda Coreana, colocando-a parte da agenda nacional para que pudesse torná-la mais forte no mercado internacional, dando uma qualidade diferente à diplomacia sul coreana. Podemos fazer um paralelo com o que Leal traz sobre o k gentilício, diferenciando o que o país oferece sobre um estilo já conhecido mundialmente.

---

<sup>4</sup> LinkedIn de Kang. Disponível em <<https://www.linkedin.com/in/shskang>>. Acessado em 06/05/2020.

Sabendo que estamos em constante contato com aparelhos eletrônicos em nosso cotidiano pelo auxílio ou à completa dependência que nos colocamos para a realização de atividades das mais simples às mais rebuscadas, nós, seres humanos da sociedade capitalista, contamos com o aporte tecnológico para otimizar nossos comandos e qualidades ou nos isentar de certas movimentações físicas e mentais, por exemplo. Talvez por essa acomodação a ter sempre esses aparelhos em nossas vidas, pode passar despercebido que muitos dados são produzidos com todas as interações que realizamos por via desses objetos pelas plataformas eletrônicas. Cada clique que é dado se refere a uma condição temporal e espacial que essa pessoa está naquele determinado momento, acessamos a internet e suas redes sociais em momentos de felicidade, excitação, medo, tristeza, ansiedade, paz entre outras sensações que moldam a forma de escrever e pensar o que se deseja.

Isso significa que o ciberespaço (espaço virtual que armazena informações em nuvem), por armazenar todos esses dados, possui informações para diagnosticar o comportamento da população a nível mundial.

Pesquisadores do Facebook e da Universidade de Michigan, em seu estudo *Exposure to Ideologically Diverse News and Opinion on Facebook*, constataram que o Facebook consegue filtrar notícias vistas pelos seus usuários pelos algoritmos, mas não a ponto de os usuários não conseguirem acessar notícias que não tenham sido selecionadas. Ou seja, os algoritmos conduzem o usuário ao consumo de certo conteúdo, mas há a possibilidade de esse consumo ser negado.

Esse estudo coletou dados de 10,1 milhões de usuários do Facebook dos EUA por sete meses para argumentar sobre a manipulação comportamental dos usuários do Facebook que por algoritmos pré seleciona informações e aproxima perfis similares para o contato. A partir desses dados, realizam um estudo comparativo de análise comportamental pela preferência de consumo de informações pelos usuários dessa plataforma em situações que possibilitam perceber a maneira como os algoritmos classificam os conteúdos. Percebem que outras plataformas de mídias sociais como o Twitter e blogues apresentam padrões diferentes de tendências de relação usuário-usuário, por se tratar de plataformas de outro padrão de organização (as quais unem usuários com interesses similares e específicos). Perceberam que a escolha ideológica dos indivíduos analisados limitaram a exposição de conteúdos mais plurais, de outras observações ideológicas.

“The media that individuals consume on Facebook depends not only on what their friends share, but also on how the News Feed ranking algorithm sorts these articles, and what individuals choose to read (Fig. 3A). The order in which users see stories in the News Feed depends on many factors, including how often the viewer visits Facebook, how much they interact with certain friends, and how often users have clicked on links to certain websites in News Feed in the past.”(BAKSHY; MESSING; ADAMIC, 2015)

Desse modo, vemos que as plataformas sociais influenciam seus usuários aos conteúdos a serem acessados tendo como base as interações que realizam com a plataforma e com os demais usuários, sendo que, cada relação dessa é determinada pela condição subjetiva do usuário (seus sentimentos e desejos, por exemplo). Cada interação é registrada pela linguagem binária computacional que pode ser manipulada por meio dos algoritmos criados com os objetivos de conquistar mais pessoas a comprar determinada ideia, ou seja, visam à melhoria da publicidade de materiais e assim vender mais sua produções.

Henry Jenkins, importante pesquisador de comunicação e atualmente professor universitário no estado da Califórnia em seu livro *Cultura da Convergência*, dá vários exemplos de como a indústria cultural desenvolve caminhos para alcançar maior número de pessoas. Um exemplo deles que penso ser válido para relacionar com o interesse do público em sentir-se parte do conteúdo que consomem.

O autor aponta (2014 p.105) que os produtores de conteúdo pensam nas relações de proximidade que o público pode vir a sentir com os conteúdos propagados no momento de sua produção. Em um exemplo traz a fala do presidente da Columbia Records, Steve Barnett comentando que ao compartilhar algum conteúdo de mídia e assim gerar informação sobre ele, a pessoa que o realiza se sente pertencente ao universo desse conteúdo (SISARIO , 2009 apud JENKINS, 2014 p.38). Como foi constatado pelas entrevistas, muitos desses jovens passam seu tempo na internet se relacionando com conteúdos K-Pop e da Onda Coreana, em suas respostas diziam que quando menos perceberam já estavam apaixonadas



pelo universo K-Pop e que buscavam sempre novos conteúdos, que "iam atrás" do novo que saía.

Assim, quando os kpopers compartilham, criam conteúdos midiáticos e se unem para dançar, estão sentindo-se parte dos elementos consumidos por eles da Onda Coreana, estão realizando o fetiche que possuem sobre a imagem que a Coreia do Sul propagandeia dos artistas do K-Pop. A antropóloga Anne Allison (2006), trazida por Jenkins (2014 p.333) diz que essas pessoas vivem o fetiche de viver sob o demarcador da diferença cultural com o mundo ao seu redor quando ela explica o interesse de fãs não japoneses por animes japoneses.

Fetiche é o sentimento dos consumidores sobre as subjetividades que um produto proporcionará ao consumidor quando seu consumo for realizado. As subjetividades que o consumo dessa cultura traz são o bem estar, o sentir-se pertencente a um grupo social, sentir-se livre, sem padrões. Essa é, então, a motivação que leva essa juventude a consumir o K-pop.

A ponto de esse sentimento ser tão latente nos kpopers estudados, Jenkins (2014) comenta que os fãs podem chegar a assumir os custos de localização, distribuição e marketing, "convertendo a mídia comercial em um regime ponto a ponto não comercial por necessidade e paixão" (Ito 2012 apud JENKINS p.331), como no exemplo que o autor traz de traduções não autorizadas de animes feitas por fãs que conheçam a língua e os liberam para seu grupo no intuito de estar fazendo um bem maior. Esse movimento em certa parte acontece com esses kpopers quando se dedicam a produzir eventos, costurar suas roupas de dança, a se gerenciarem e espalharem essa cultura para que mais pessoas a conheçam e façam novas amizades.

---

No primeiro capítulo estão as análises das fontes empíricas de textos e vídeos autorais e de canais televisivos, como o PlayTV encontrados a partir da busca por "K-pop CCSP" no youtube e do blogue Amino, plataforma usada para interação entre fãs da cultura K-Pop. Escolhi os vídeos "Entrevista com o grupo R.A.D semifinalistas do #KDTV (K-pop Dance Tournament V)", "K-POP DANCE TOURNAMENT #1", "K-Pop Dance Tournament VII Semifinal e Animekê Festival 2017" porque eles são os que,

para mim, mais expressam a subjetividade desse grupo consumidor da cultura sul coreana, externando aspectos culturais e comportamentais; eles anunciavam o que seria evidenciado nas entrevistas a respeito do comportamento dessas pessoas e de suas personalidades.

Em relação à plataforma Amin, plataforma em estilo blogue em comunidade, para publicação de textos autorais, pude colher informações de como esses grupos se expressam, se autoajudam e se relacionam - há muitos textos sobre depressão, ansiedade, e a relação dessas doenças com artistas de K-Pop.

É notável que tanto nas entrevistas feitas por mim quanto nas coletadas na internet, observei que o grupo de K-pop se formou de uma afinidade já existente (com o interesse pela cultura oriental ou pelo K-pop) ou pela "seleção de talentos" para a entrada no grupo de dança.

Presenciei em através de minhas fontes jovens adolescentes e pré adolescentes sempre desejosos pelo "vir a ser", "vir a conseguir", tal como vir a ter fama, vir a fazer novas amizades nos eventos, vir a ser notado enquanto dança. Através desses desejos, essas pessoas que ocupam os espaços livres do Centro Cultural São Paulo exercem uma territorialidade. Assim como o desejo de ser notado, outras respostas expressaram o desejo por algo, neste caso, de sentir-se livres de padrões sociais e ao mesmo tempo integradas socialmente. Quando vivenciam a cultura do K-pop, vivenciam não necessariamente o que é intencionalmente vendido, mas o que é despertado nos consumidores desse produto cultural.

No segundo capítulo trabalho o conceito de indústria cultural na territorialização do capital em que muito se apoia no ciberespaço e na publicidade como meios estratégicos de dominação, configurando uma dinâmica territorial que é sentida psicologicamente nos jovens fãs e consumidores do K-Pop da cidade de São Paulo.

### 3. Análise das Fontes Empíricas

Optei por separar as análises das fontes empíricas em temas para minha experiência ficar mais evidente a quem se interessar por questões específicas da análise.

#### Duplicidade de comportamento

Com a análise dos materiais a seguir apresentados, posso dizer que a juventude consumidora do K-Pop possui uma duplicidade de comportamento ao demonstrar atitudes e comportamentos diferentes quando se colocam em exposição, como quando estão treinando ou se apresentando, das atitudes e comportamentos em momentos mais intimistas, transparecendo vergonha, medo, e descontentamento.

Tanto nas entrevistas quanto nos vídeos que, em sua maioria, eram de entrevistas para o programa Play TV, algo que mais me impactou foi a comunicação corporal da maioria das pessoas entrevistadas, demonstrando serem envergonhadas, introspectivas, e dependentes de uma figura mais ativa e da aceitação de terceiros.

A primeira vez que percebi esse comportamento nos kpopers foi logo no primeiro vídeo<sup>5</sup> que assisti procurando sobre o tema, onde, no CCSP a apresentadora Tayanah faz uma série de perguntas ao grupo R.A.D semifinalista do #KDTV (K-pop Dance Tournament V), grupo de garotos jovens. Nesse grupo de sete pessoas a maioria falava com as mãos no bolso e mesmo que mexendo muito elas, não as tirava para fora, uma postura totalmente diferente dos flashes que apareciam do grupo dançando na edição do vídeo; alguns davam muita risada ou outros eram muito sérios e o que melhor se comunicava era o líder do grupo. Esse grupo que se conheceu pelo interesse compartilhado pelo mesmo grupo de K-pop, se uniu para "ser como

---

<sup>5</sup> Vídeo 03) Entrevista com o grupo R.A.D semifinalistas do #KDTV (K-pop Dance Tournament V). 19h27min  
Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=4O-YKOCiXlo>>. Acessado em 18/12/2019.

ele", buscando treinar o suficiente para ser reconhecido e terem fama, assim como seu grupo ídolo.

Em outro vídeo, o K-Pop Dance Tournament #1, que também nomeia a primeira edição deste festival/torneio, aconteceu no CCSP<sup>6</sup>, com uma platéia majoritariamente adolescente e pouca presença de poucas pessoas adultas, há muitos cortes de imagens da preparação para as recompensas do torneio e dos grupos, como a maquiagem e as vestimentas. As coreografias da competição eram de movimentos que perpassavam desde uma infantilidade com roupas de estudante que a depender da coreografia tinham conotação sexual, a meninos com roupas casuais (lembrado algo de bom rapaz) ou então grupos mistos com roupas mais largas, num estilo mais adolescente norte americano, ou mesmo meninos com roupas de exército ou escoteiros, até meninas sensualizadas em seus movimentos e em seu figurino, com terninhos ou roupas curtas e apertadas. Nesse vídeo acima descrito não teve nenhuma entrevista, mas, pela minha entrevista com um grupo de meninas que ensaiava no CCSP uma coreografia mais sensual percebi essa duplicidade de comportamento ao entrevistá-las. Essas meninas jovens, sendo as mais velhas com 20 e 17 e a mais nova com 14, faziam movimentos sensuais, no chão e para o alto, jogavam o cabelo e reboavam, passando com aqueles movimentos uma ideia de pessoas seguras de si. No entanto, ao longo da entrevista até precisei me aproximar de uma dessas dançarinas para conseguir ouvir o que ela dizia, pois falava para dentro e com uma postura curvada. Outra dançarina falava o tempo todo segurando os braços de outra integrante e dizia a todo momento que essa outra integrante era pessoa muito querida para si. Já outra segurava as pernas contra o peito o tempo todo.

### Formação de grupos

Os trechos dos vídeos que seguem são os que mais me surpreenderam sobre o entendimento desses fãs em relação a sociabilidade e motivação em

---

<sup>6</sup> Vídeo 01: K-POP DANCE TOURNAMENT #1. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=fbQ2Rxhn7lw>> Acessado em 18/12/2019.

um momento que estava buscando entender a relação desse grupo jovem com o ciberespaço, se as relações cibernéticas influenciavam essas pessoas de alguma maneira, pois não imaginava outro caminho de proximidade desse grupo com o K-Pop que não tivesse se dado por via da internet. Muito observei afirmações dizendo que o contato acontecera "por acaso"; me intrigou. Pensando nisso, resolvi entender como as interações na internet favorecem o contato com esse conteúdo e a formação de grupos, sejam eles online ou presenciais.

Encontrei uma plataforma chamada Amino, que reúne pessoas que partilham interesses comuns, podendo ser de diversos temas. Curiosamente, essa plataforma é muito usada por fãs de K-Pop, gamers e admiradores da cultura pop oriental, que escrevem textos autorais e publicam em sua página, como um blogue. Seus textos informativos autorais tratam de sentimentos, relacionamentos, doenças como depressão e ansiedade e até mesmo suicídio e podem receber comentários de outras pessoas que também possuem uma página do blogue, onde não necessariamente vá publicar algo. Essa plataforma proporciona o contato como uma espécie de auto-ajuda, onde quem procura pelo texto, procura por um apoio e quem escreve o texto, se apresenta como alguém que tem algo a oferecer por ter estudado o tema, ou por tê-lo superado. Alguns exemplos estão mais à frente.

Em relação aos vídeos, no Vídeo 04, o K-Pop Dance Tournament VII Semifinal, (6'36")<sup>7</sup> respondendo como o grupo se conheceu, uma menina diz que foi pela internet e que os seguintes integrantes foram por audições.

No Vídeo 05<sup>8</sup>, o Animekê Festival 2017, (1'32") o apresentador pergunta "Como vocês entraram pro mundo da cultura K-pop?". Beatriz logo responde "Foi por vídeo relacionado no youtube. Aí uma coisa leva a outra e você começa a gostar de um grupo e de outro grupo e acaba gostando do gênero inteiro". Ainda nesse vídeo (4'28") em uma nova entrevista, o apresentador pergunta como as meninas se descobriram apaixonadas pelo K-Pop e

---

<sup>7</sup> Vídeo 04: K-Pop Dance Tournament VII Semifinal. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=4guOHZQUJro>>. Acessado em 18/12/2019

<sup>8</sup> Vídeo 05: Animekê Festival 2017. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=AEQaeUPLsSY>>. Acessado em: 19/12/2019

entraram no mundo da dança. A primeira menina responde que estava navegando na internet e "acabou vendo" um vídeo de Girl's Generation, e que "acabou gostando bastante"<sup>9</sup>, outra menina desse grupo diz que estava assistindo dramas coreanos e ficou curiosa com o que havia visto no vídeo, foi procurar, conheceu o K-pop e acabou gostando", enquanto outra disse que foi pelo canal PlayTV, em um dia tedioso.

Muitas das pessoas fãs do K-pop tiveram seu primeiro contato por indicação de amigos ou pela internet. No Vídeo 05 Animekê Festival 2017, (4'48"), o entrevistador pede para as quatro meninas contarem como se conheceram e como se descobriram apaixonadas pelo K-Pop e por sua dança, elas dizem que estava navegando na internet e que "acabou vendo" um vídeo de Girl's Generation, e que "acabou gostando" bastante. Outra menina desse grupo diz que estava assistindo dramas coreanos e ficou curiosa com o que havia visto no vídeo, foi procurar, conheceu o K-pop e acabou gostando". Já a outra desse grupo disse que foi pelo canal PlayTV, "em um dia tedioso". Outra, diz que foi pelo Dorama, onde conheceu o grupo EXO."

### Comprometimento dos grupos

Os grupos se comprometem com os ensaios. Percebi isso realizado nos trabalhos de campo, quando as pessoas chegavam cedo para escolher um bom lugar no CCSP até terem o momento de pausa para comer, descansar e mexer no celular.

Observando-os pergunto se poderia afirmar que os jovens da Vergueiro têm um compromisso com convívio e com a felicidade. Muitas vezes, nas primeiras conversas de aproximação com os kpopers, era comum membros de um grupo visitarem outros; muitos membros de um grupo participam de dois ou três grupos ao mesmo tempo; todos mantêm o contato e uma aparente amizade. No Vídeo 04 K-Pop Dance Tournament VII Semifinal, (1'28"), uma garota diz que há ensaios todos finais de semana das 13h às 18h e um garoto complementa dizendo que sempre saem depois dos ensaios e se divertem. Parece sempre haver uma certa cumplicidade entre os kpopers, mais adiante (4'35") lasmin diz que sempre estão torcendo pelos amigos, que estão no

---

<sup>9</sup> Tentei transportar a forma como a entrevistada expressou as relações causais.

evento pela diversão, “para subir no palco e arrasar com eles”, se sentirem bem.

"Ale: Vocês estão dançando por quê?

Gabriele, 20: Pra mim é uma coisa que deixa agente unido. Por exemplo eu: eu não tinha muitos amigos na escola, o pessoal na verdade me zoava, a aqui eu encontrei pessoas que gostam de mim do jeito que eu sou, e tipo, eu posso fazer amizade. Não é só uma dança, nós somos amigas reais mesmo. A gente conversa, vai na casa uma da outra, sem nem dançar. A gente simplesmente conversa, conta os segredos, sabe?! Ela ainda ta na escola [se refere a Gabriele, 15] eu to na faculdade; eu dou dicas pra ela, ela dá dicas pra mim, sabe?! A gente se ajuda... Essa foi a pergunta?! [Gabriele, 20 faz sua fala com uma mão segurando o punho/braços de Giovana, 15 e a outra articulando no ar].

Ale: Sim, é isso também.

Giovana, 15: Pra mim, dançar é o momento que você pode fugir da realidade, porque é um momento só seu, que você pode expressar sua arte, que se expressa do jeito que você quer, porque é o teu momento, então você não fica livre. Ai, eu gosto muito, gosto muito!... Marina, 17: Ah, além eu me sentir muito bem dançando, é uma amizade porque todo mundo se une, e a gente conhece muita gente aqui. [Faz sua fala com a voz bem baixinha] Lang<sup>10</sup>, 14: Elas falaram tudo, elas são minha porta voz! [haha]"Grupo 02.

Penso que dizer que o comprometimento desses jovens seja com o convívio e com a felicidade é tão delicado quanto dizer que esse comportamento é reflexo do cotidiano desses grupos. Delicado porque os sentimentos que movem esses jovens os deixam inebriados com o imaginário que o K-Pop carrega consigo e que, para viverem situações semelhantes ou próximas em um ideal se submetem a comportamentos que possam levar a este fim.

No vídeo 04 (2'48") o entrevistador pergunta se o clima de torneio tende mais a rixas ou a amizades. Uma menina responde que o clima de amizade é mais forte porque todos se conhecem mesmo que de forma indireta e que acaba tendo um apoio mútuo. Mais adiante (3'51) um entrevistado de outro grupo responde a pergunta de como é estar em um evento junto a pessoas

---

<sup>10</sup> Lang é um nome fictício.

que partilham dos mesmos interesses, ele diz que no evento as pessoas que antes não se conheciam acabam se conhecendo e todas são muito amigáveis. Ainda para essa pergunta uma outra menina diz que as pessoas estão no evento pela diversão, "para subir no palco e arrasar com eles".

### Procura pelo reconhecimento

Um ponto muito importante que não poderia deixar de mencionar foi o interesse dessas pessoas por sua exposição no intuito de alguma forma serem reconhecidas, mesmo que sendo notadas por um momento por outras pessoas e acima disso, de serem admiradas por elas.

"Ale: E o que inspira vocês? Cada um ou o grupo mesmo. O que inspira?

Jun, 15: Eu acho que, tipo, quando eu to dançando eu analiso muito as pessoas que tão me assistindo, e na maioria das vezes eu consigo perceber que, elas se sentem felizes vendo eu dançar, e isso me dá motivação.

Mat, 16: Pra mim a mesma coisa, as vezes quando a gente tá dançando, a gente vê uma pessoa debochando, já cai o desempenho, cai tudo, acho que é o público que motiva bastante."

"Isa, 14: Acho que pra mim, dança é o único momento que eu consigo ser eu mesma... tipo sem padrão e tals." Grupo 01.

"Giovana, 15: Eu me sinto muito feliz quando eu danço ou ouço K-pop, aqui nesse mundo - como na Vergueiro - a gente pode ser quem a gente realmente é e ninguém julga ninguém por nada; então, ouvi K-pop, dança K-pop acabou me trazendo pra cá e eu conheço pessoas maravilhosas que me deixam ser quem eu sou. Então fico muito feliz, quando eu danço, eu ouço, eu me conecto muito." Grupo 02.

E no Vídeo 03 Entrevista com o grupo R.A.D semifinalistas do #KDTV (K-pop Dance Tournament V), (0'55"), um integrante do grupo diz que ser assediado por pessoas que admiram sua performance foi um gostinho do sucesso que sempre quiseram ter.

Curioso perceber que esses jovens desejam de alguma maneira a admiração, o assédio, a atenção, Da mesma forma que seguem seus ídolos, desejam ser "ídolos" de alguém, pelo menos por algum instante. Percebo que



isso é característico desses jovens consumidores do K-Pop; eles produzem materiais de referência aos grupos covers para circularem em seu meio, como forma de admiração. Lang, 14, do Grupo 02 é um exemplo disso; fãs de um grupo cover do qual faz parte criaram uma história sobre esse grupo, e consequentemente dela também.

"Ale: Vocês lêem fanfic?"

Lang, 14: Na verdade, é... não! é tão sobre mim, né Carol?! [Carol, 17 do outro grupo] É sobre meu outro grupo, NBTS, eles são bem reconhecidos sabe? Aqui em SP, são o grupo mais famoso do Brasil de BTS né?! O mais famoso cover do BTS do Brasil, e aí, os fãs criaram essa história, tipo, sobre eles. Que fanfic é assim: você cria uma história sobre algo que você gosta. Aí criaram sobre o meu grupo, e como eu sou backdancer deles, também gostam um pouco de mim; fizeram sobre a Carol... fizeram sobre a gente."

Pierre Lévy, filósofo e defensor do uso da cibernética para a ampliação da democratização e do conhecimento, sobre as novas formas de participação e identidade pensa que essas novas possibilidades coexistem com o poder do Estado-nação sobre os cidadãos e com o poder das corporações sobre os trabalhadores e consumidores na sociedade capitalista. Acredita também que pelo fato de as relações sociais estarem mais diluídas e fluídas pela internet, a identificação com outro ser ganha projeção global.

No vídeo 03 (2'12") um garoto diz que se sente inspirado em um grupo por terem o estilo bad boy e por dançarem bem.

Gabriel, 21, do Grupo 01 entrevistado por mim diz que se sente inspirado por alguns membros do grupo BTS pela performance que executam, que o faz buscar chegar ao mesmo nível. Outro menino do mesmo grupo, Jun, 15, diz que há pessoas que chegam a fazer cirurgias plásticas para ter a mesma aparência de seus ídolos.

Sobre a mesma questão Gabriele, 20, do Grupo 02 entrevistado por mim responde que sua inspiração é a força de vontade de alcançar os objetivos. Ela traz o exemplo de seu ídolo que a curou da depressão, trazendo sua história de que ele superou seus problemas e continuou trabalhando no BTS.

Lévy (2010) coloca que a busca por elementos de outra cultura pode ser um demarcador do diferencial de quem procura em relação às demais

pessoas de sua convivência e introduz o fator de que a cultura para ser efetivada tem de ser correspondida pelos que partilham dos mesmos simbolismos.

Observar o comportamento da juventude K-Pop nos coloca a pensar o porque de sentirem esse fetiche sobre uma cultura estrangeira, muitos deles ao dizer que eram zombados na escola, que não tinham muitos amigos ou que vão até a Vergueiro para fazer amizades e para se sentirem realmente livres; são elementos para o diagnóstico dessa juventude. Essa população, desgostosa com os elementos simbólicos do seu meio buscam outros elementos para se expressar, diferenciarem-se dos demais de seu cotidiano. essa pode ser a relação, mas acho que a escola deveria estar por aqui, além disso é preciso que a introdução esteja relacionada explicitamente a partes dos capítulos.

A forma como essa juventude se conhece deixa evidente como não se identificam nos simbolismos de seu território. As respostas das meninas do Grupo 02 auxilia nessa constatação:

Gabriele, 20: A gente se conheceu pela internet, faz uns 3 anos... Fizemos um grupo e ano passado nós conhecemos a Mari, por outro trabalho que a gente tá fazendo agora. [Gabriele, 20 faz sua fala segurando o punho de Giovana, 15].

Marina, 17 diz que teve seu contato com o K-Pop por uma menina que conheceu em um jogo em 2015 ou 16 e a partir desse momento começou a procurar mais sobre esse estilo musical. Essa menina, assim como foi evidenciado em muitas respostas dos kpopers sentem-se bem dançando com seus iguais por conhecer muitas pessoas quando realizam essa atividade. Ela sempre fala com a voz muito baixinha e com o corpo sempre curvado.

O autor comenta sobre se sentir estrangeiro em sua própria nação devido às mutações que acontecem nos sistemas de correspondências, muitas vezes deixando alguns grupos sem referência no momento de transmissão da cultura. Essa situação-problema influencia no comportamento dessa juventude que não se encaixa no que é oferecido por sua sociedade capitalista e, pelo fato de se sentirem estrangeiras, podem sentir afinidade pelo estrangeiro (pelo que há além das fronteiras físicas de sua nação) ou

mesmo buscar elementos que preencham seu vazio, visando uma correspondência.

Neste caso, embora Lévy comente da transmissão de uma cultura nacional, percebo que esses jovens analisados não se identificam com o que é oferecido pela cultura capitalista ocidental, uma vez que, se bem estivessem, caso não precisassem fingir ser o que não são para viver em sociedade, não buscariam os simbolismos do K-Pop para se relacionarem-se.

Percebo que esses jovens sentem-se livres, à vontade quando acessam o K-pop, podendo dizer também que eles se sentem pessoas completas quando realizam o desejo (fetiche) da mercadoria. Quando acessam o K-pop sentem-se em integração.

O desenvolvimento tecnológico que é o agente possibilitador de vários avanços sociais como o aumento da democratização, acesso à informação, ao planejamento de projetos e execução de trabalhos e à condições transferência de referenciais culturais, por exemplo, como vimos em Lévy e Jenkins. Mas, junto a essa gama de possibilidades para a melhora do desenvolvimento social, esse mesmo conhecimento pode dificultar o ganho desses benefícios quando está, a sociedade de um estado, desamparada por ele, sem perspectivas de trabalho e consequentes realizações de seus desejos.

As condições de desamparo social aliada à violência extra-econômica pela pressão social onde desde à primeira infância as escolas são voltadas para preparar a juventude para o trabalho e não para serem pessoas autônomas de suas escolhas; onde a concorrência em diversos âmbitos pessoais e sociais (amorosos, conhecimento, auto-estima, laboral e etc) se acirram cada vez mais pela criação e introdução de novos fetiches/ novos desejos nas subjetividades das pessoas e a violência policial que à mandos do Estado força sua população a se manter em sua estrutura organizativa, nos leva a pensar que esses poderiam ser alguns dos motivos de que a juventude fã de K-pop na cidade de São Paulo se interessa por uma outra cultura que não a disponível em seu território. Dieter Heidemann et al (2014) e Raffestin (1993) abordam sobre territorialidade, território e os processos de interação e

influência que ocorrem nesses espaços organizados a mando de forças produtivas<sup>11</sup>.

A partir do material coletado percebi que essa juventude se sente manipulada e sufocada na realidade de seu cotidiano, percebendo ser sintomático haver textos de autoria dos kpopers, pessoas tão jovens, tratando sobre depressão e ansiedade e tendo como inspiração a força de vontade de seus ídolos em dar o melhor de si para alcançar seus sonhos e terem algum tipo de reconhecimento.

"Procure pelos sintomas da doença. Caso ainda não tenha procurado ajuda para a depressão, é vital fazê-lo e não tentar superá-la sozinho. Há muitos sintomas comuns associados à depressão. Se você se identificar com um ou mais dos listados abaixo, peça conselhos a seu médico. Os indícios de depressão incluem:<sup>12</sup>" (MOON, 2017)

"Hey Swaggers! Como estão? Hoje eu separei uma postagem sobre um problema que eu posso falar muito bem e como isso também é presente no mundo Kpopper, o problema pouco falado, a Fobia Social e o que ela pode gerar. (...) A ansiedade pode antecipar a depressão e existe uma longa lista de idols vivendo com a depressão como: Suzy do Miss A, Taeyeon do SNSD, G-Dragon do Big Bang, Lizzy do After School, Heechul do Super Junior, Jinwoon do 2AM, e a Seo In Young do antigo Jewelry.<sup>13</sup>" (ONE, 2017)

Esse grupo de jovens sentem-se deslocados da realidade que os circunda, cujos porquês ainda precisam ser buscados, mas, a solidão deles é um fato sem erro. Essas sensações de desamparo nesses jovens foram o que

---

<sup>10</sup> Esses conceitos serão abordados mais adiante.

<sup>12</sup> Como enfrentar a depressão. Disponível em <[https://aminoapps.com/c/kpoppt/page/blog/shan-como-enfrentar-a-depressao-shan/qYZe\\_7WtRuXJoxXxZGmXxwvBzpP1INDem](https://aminoapps.com/c/kpoppt/page/blog/shan-como-enfrentar-a-depressao-shan/qYZe_7WtRuXJoxXxZGmXxwvBzpP1INDem)>. Acessado em: 15/01/2020

<sup>13</sup> Da ansiedade à depressão. Disponível em <[https://aminoapps.com/c/kpoppt/page/blog/da-ansiedade-a-depressao/ZMG0\\_QkHBuQnxZNV15XQbXMZZxrPjJp8n](https://aminoapps.com/c/kpoppt/page/blog/da-ansiedade-a-depressao/ZMG0_QkHBuQnxZNV15XQbXMZZxrPjJp8n)>. Acessado em: 15/01/2020

os uniu à estratégia de mercado sul coreano para divulgar sua indústria cultural e a diplomacia transportada com ela.

#### 4. Indústria Cultural e dinâmica do território

A relação dos fãs brasileiros com o K-pop é diferente da relação dos sul coreanos, uma vez que na Coreia do Sul o K-pop faz parte da agenda do Estado e da construção de seu espaço físico; enquanto no Brasil, a relação com o K-pop ocorre pelas iniciativas dos centros de referência sul coreanos como pela divulgação na internet. Em Seul, capital da Coreia do Sul, por exemplo, além das escolas de treinees (escola para se tornar ídolos), existem muitas casas noturnas e lojas destinadas ao K-Pop e será levantado um complexo cultural<sup>14</sup> para comportar os amantes do K-Pop e atrair turistas. Em São Paulo, o Centro Cultural Coreano foi reinaugurado em Agosto de 2019 na Avenida Paulista, uma das avenidas mais importantes da cidade, em comemoração aos 60 anos de cooperação Brasil x Coreia e estreitamentos dos laços político-econômicos.

Essas construções representam a força econômica e ideológica do entrelaçamento e fundição da cultura de massas com projetos econômico-ideológicos. Esses edifícios são os pórticos da economia em sua versão mais subjetiva, onde se apoia na indústria cultural para anestesiar seus cidadãos, conquistando-os pelas possibilidades que lhes são ditas poderem alcançar caso vivam conforme essa cultura apresenta ser possível. Assim são legitimadas as atividades comerciais que passam despercebidas ou sob um tom menos invasivo.

Os fãs brasileiros consomem um produto cultural de exportação intencionado pela expansão do mercado sul coreano. Os jovens sul coreanos se relacionam com o K-Pop pelo consumo de um produto de sua indústria cultural e pela possibilidade do trabalho, como dançarinos e cantores.

Em minhas pesquisas, reportagens traziam casos de condições de trabalho abusivas, depressão, suicídio e abusos sexuais cometidos por artistas do K-pop. Alguns desses exemplos como os casos de depressão, comportamentos introspectivos, e sentimento de solidão foram percebidos nos fãs brasileiros por mim ao longo das entrevistas e leituras de material autoral

---

<sup>14</sup> Seul ganhará um complexo cultural para amantes do k-pop. Disponível em <<https://www.brazilkorea.com.br/seul-complexo-cultural-de-kpop/>> Acessado em:10/01/2020

da plataforma Amino. Questões de suicídio e abusos sexuais não foram comentados, mas percebi que a superexploração dos indivíduos que pleiteiam ser ídolos não era uma questão de muita relevância para os fãs brasileiros, uma vez que admiram e elogiam a dedicação de seus ídolos a conseguirem o prestígio na carreira artística.

Em 1947 os filósofos Adorno e Horkheimer ao tratar da indústria cultural sintetizaram que ela é parte estrutural da dominação econômica do Estado e que para ser efetivada precisa da aceitação das pessoas que consomem essa cultura, passando a ser um veículo de transmissão de sua ideologia aos cidadãos.

Os pensadores colocam que indústria cultural responde a uma estrutura que se retroalimenta e o faz com um caráter repressivo, sendo “A racionalidade técnica hoje é a racionalidade da própria dominação, é o caráter repressivo da sociedade que se auto-aliena.” (HORKHEIMER, MAX & ADORNO, 2011 p.9). A dominação repressiva é percebida pela juventude fã brasileira ao se sentir solitária, desamparada e manipulada na realidade de seu cotidiano; a juventude sul coreana que pleiteia ser um ícone pop sente essa dominação pelos sintomas decorrentes de seu trabalho abusivo. O que se apresenta aqui são os problemas da precarização do trabalho sustentados pela indústria cultural que por vender produtos que tocam na subjetividade dos consumidores, sentem um conforto em meio a insegurança que o trabalho se apresenta no capitalismo neoliberal.

A violência sentida pela juventude estudada e pela sul coreana comentada é a violência sustentada pela força policial, pela concorrência, pela excessiva especialização a dedicação exclusiva a um objetivo. Tudo isso é massacrante, dominante e alienante e age construindo uma sociedade reprimida, base para a territorialidade do capital e do trabalho.

Tais dominações são parte de um circuito que se retroalimenta pelas respostas da sociedade em questões complexas e delicadas que não se desconectam do objetivo colocado pelas macroestruturas organizativas, estando sua prosperidade econômica escorada nas capacidades criativas e reprodutivas da sociedade em atitudes parasitas e alienantes. Podemos imaginar essas dominações pelo seguinte circuito fechado: o país realiza investimentos necessários para garantir a geração de poder, situação que

possibilita ampliar seu mercado. Com o crescente consumo e o mercado em expansão, surgem respostas dos que consomem esses produtos e tais respostas são exemplos para melhor adaptação e aplicações feitas com novos investimentos para continuar expandindo o mercado.

Segundo economistas estudiosos sobre mudanças político-econômicas na Coreia do Sul, Viktor Sukup (2009) e Moura et al (2011) dizem que o país, percebendo que o Hallyu tem somado à sua economia facilitado sua diplomacia e assim ampliando seu mercado mundial, passou a investir mais em educação, alta tecnologia da informação e industrializados mais refinados para manter o crescimento em ascendência constante.

O Estado sul coreano investe em negócios culturais e eles se desenvolvem conquistando novos consumidores. Em uma relação de administração de comportamentos a indústria cultural contem mentes e corpos dos consumidores a fim de certificar-se que ela poderá continuar seu trabalho, dando continuidade ao desenvolvimento capitalista.

“Toda a cultura de massas em sistema de economia concentrada é idêntica, e o seu esqueleto, a armadura conceptual daquela começa a delinear-se. Os dirigentes não estão mais tão interessados em escondê-la; a sua autoridade se reforça quanto mais brutalmente é reconhecida. [...] [E duramente continuam] “O cinema e o rádio não têm mais necessidade de serem empacotados como arte. A verdade de que nada são além de negócios lhes serve de ideologia. Esta deverá legitimar o lixo que produzem de propósito”. (HORKHEIMER, MAX & ADORNO, 2011 p.8)

Os entrevistados tanto nos vídeos como por mim trazem que viver o K-pop lhes dão felicidade, oportunidade de conviver em grupo e conhecer novas pessoas que partilhem do mesmo interesse. Sobre isso, Adorno e Horkheimer afirmam que esse sentimento de diversão é um sentimento característico da Indústria Cultural, que se utiliza da diversão como meio para a conquista de seus consumidores. É como se esses jovens procurassem um lugar de "colo" para que pudessem enfrentar esse mundo que eles dizem ter que usar disfarces (palavras minhas), o mundo onde não se sentem livres “A diversão é o prolongamento do trabalho sob o capitalismo tardio. Ela é procurada pelos



que querem se subtrair aos processos de trabalho mecanizado, para que estejam de novo em condições de enfrentá-lo.” (HORKHEIMER, MAX & ADORNO, 2011 p.31).

Agora penso como esses jovens de idade máxima aproximada a 20 anos podem sentir-se tão desolados na sociedade em que vivem. Pensar nos ambientes que mais frequentam como casa e escola pode ser um caminho para entender a origem desses sentimentos.

A seguir, o resumo em uma ou poucas palavras as respostas de duas perguntas feitas por mim e trago duas respostas completas que achei mais significativas:

O que te inspira a dançar K-pop?

reconhecimento, recompensa, equiparar-se, obcecação, beleza, exemplo, esforço, essência, amizade.

O que vocês querem ser no futuro?

Publicidade, design, dança (2x), formada em medicina, grupo fazendo sucesso, emprego estável, fotografia e produção de vídeos.

"Giovana, 15: Eu pretendo me formar em medicina e eu tenho total ciência que eu não vou conseguir continuar no grupo, mas eu vou continuar torcendo por elas e quando eu tiver tempo, eu quero muito pode fazer de tudo pro meu grupo, dançar o máximo que eu puder, me apresentar o máximo que eu puder; e no futuro, eu me formo, e eu vou ter que seguir outro rumo, porque não tem como conciliar as duas coisas, mas de forma geral é isso.

Lang, 14: Ah, meu sonho antigamente era ser veterinária só que aí por causa de uns problemas eu tive que desistir disso, aí foi quando eu comecei a gostar mais da dança e me aprofundar nisso. Aí hoje em dia eu não sei exatamente o que eu quero ser porque eu perdi o sonho que eu tinha. Aí eu comecei a fazer um curso de inglês, e eu não me vejo aqui no Brasil; talvez eu possa dançar fora do Brasil... tipo, eu quero me aprofundar na dança, eu quero sair daqui, eu quero ir pra fora, pra tipo, conhecer One Million dance."

Preferi colocar essas suas respostas completas porque, ao meu ver, elas transparecem bem a situação desse grupo de jovens. No primeiro caso, a menina "já" tem "plena consciência" que terá que abandonar o grupo para seguir uma carreira profissional, dizendo que não terá tempo para conciliar as duas atividades. A outra menina diz que se vê dançando fora do Brasil porque não pode dar continuidade ao seu sonho. Em ambos os casos as meninas sabem do rompimento de um desejo.

Sendo a primeira, deixando algo que lhe faz bem, sendo a segunda, tendo perdido seu sonho. Achei interessante essas suas falas pois a menina que deseja estar formada em medicina é a única que comenta de alguém da família (a mãe dela); imagino eu que seja uma das únicas das pessoas entrevistadas a terem essa postura tão assertiva pela presença de alguém a "orientando"<sup>15</sup> para sua vida futura.

Todos apresentam a ideia do esforço, do "trabalho duro", não se opuseram aos abusos cometidos pelos empresários de seus ídolos. Sobre ser condescendente aos abusos da indústria cultural, Adorno e Horkheimer sintetizam os assédios presentes na indústria cultural sul coreana. Eles afirmam que chega um ponto que a indústria cultural não precisa se justificar ou maquiar para parecer algo não temeroso. Como é tido como política do Estado, os casos de más condições de trabalho de seus ídolos parecem não ser muito significativa no tocante ao progresso dessa indústria, ao contrário aos dos casos que vazam nas mídias sobre abusos sexuais<sup>16</sup> e prostituição<sup>17</sup> por balançarem as ações na bolsa de valores; porque essas questões ainda não são eticamente aceitas na sociedade, diferente das organizações de mercados que podem incluir ramos de negócios não aceitos, como a prostituição, tráfico e etc como principal mercadoria oferecida ou como as que acompanham o carro-chefe, como a prostituição com o K-Pop.

De todo modo, todas as respostas remetem a comportamentos que levam ao mérito, à competição e ao fracasso. Pensando nos ambientes que os kpopers frequentam e nas relações que constroem, apresento a partir do meio urbano de uma metrópole como São Paulo, meu entendimento do que é a aprendizagem; entendimento que infelizmente raramente acontece dada às más condições de trabalho.

---

<sup>15</sup> Orientar neste caso tem de ser observado sob a ótica de Raffestin (1993) e Heidemann et al (2014) onde discutem território e sua territorialização pelo capital pela via do trabalho, como veremos a seguir. É de se pensar que a mãe da menina a orienta seguindo os valores impostos por essa territorialização, que faz com que as pessoas busquem profissões de prestígio, que lhes rendam mais dinheiro.

<sup>16</sup> Cantores de k-pop são condenados a prisão por estupro. Disponível em<<https://veja.abril.com.br/entretenimento/cantores-de-k-pop-sao-condenados-a-prisao-por-estupro/>> . Acessado em: 24/01/2020

<sup>17</sup> K-pop, prostituição e abusos sexuais. Disponível em<[https://brasil.elpais.com/brasil/2019/06/11/cultura/1560270603\\_227562.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2019/06/11/cultura/1560270603_227562.html)> Acessado em: 09/05/2020

Acredito que a aprendizagem é uma ação em processo que se funda ao longo da vida dos seres no ambiente de sua realidade social, onde a curiosidade, o interesse e a vontade por solucionar problemas e percorrer situações de seu cotidiano são materializados em seus corpos a ponto de terem uma compreensão crítica para a autonomia de suas ações, pelo acúmulo de experiências apreendidas. Entendo que, em determinadas fases da vida, situações-problema exigirão certas experiências/conhecimentos desses corpos, e que essas, por sua vez, serão o ponto de partida para novas experiências de aprendizagem.

Considero que educar é um ato delicado de troca entre educador-aluno pela mediação de escolhas em um ambiente coletivo partilhado com sujeitos únicos, que levam suas subjetividades e impressões da vida para as dinâmicas intencionadas pelos educadores, para atividades onde todos ensinem e todos aprendam.

Dessa forma, quem educa tem a responsabilidade de trabalhar eticamente a conexão desses corpos com seu ambiente de uma maneira sensível para que sejam respeitados os componentes<sup>18</sup> natureza vegetal, animal (todos os tipos de animais, inclusive os humanos) e mineral, com novas percepções de trabalho, cultura, saúde etc presentes no sistema que move a vida de uma forma menos destrutiva, visando sociedades melhores para um mundo de paz.

Educação é altruísmo e generosidade; é querer ver uma sociedade formada por pessoas críticas e autônomas de suas escolhas.

Vemos que a educação brasileira, falha em construir seres com humanidade: pensantes, críticos de seu posicionamento no território. Ela não os coloca a pensar que podem agir sobre seus pensamentos, produzindo suas territorialidades com as críticas que forem sendo construídas com os conhecimentos transmitidos na escola.

É lamentável a escola não acompanhar o crescimento físico das crianças e jovens, evoluindo com eles ano após ano, série após série para uma visão orgânica de sua vida. A escola tem seu papel diminuído quando é uma ponte para formar apenas trabalhadores; quando os conteúdos são passados, eles o são transmitidos no sentido de encurtar o caminho ao "sucesso" (leia-se trabalho de prestígio), quando

---

<sup>18</sup> Acredito que a sociedade precisa perceber que cada parte desse mesmo todo precisa ser respeitado de igual maneira e não ser visto como fontes para saciar desejos de poder, domínio e destruição tão obtusos na sociedade capitalista. Há muito o que aprender com outras culturas se houver abertura para isso.

não são transmitidos ou os são, são sem cuidado algum, e a escola serve como papel de ponte aos trabalhos mal remunerados, de pouco prestígio.

Notadamente, não podemos considerar que as sensações que os fãs de K-Pop sentem são resultados somente da falha escolar. Além desse despreparo social pelas instituições de ensino, percebo que essa solidão também pode ser fruto do distanciamento social com suas famílias, que não conseguem tempo para conversar e trocarem experiências. Imagino que isso seja um fator justamente porque esses jovens passam muito tempo na internet, buscando suas respostas entre pessoas iguais, com as mesmas inquietações e mais além, com a internet esses jovens conseguem migrar em tantas plataformas e páginas quanto for extensa sua imaginação. A internet lhes possibilita acessos e possíveis respostas que dificilmente seus pais teriam ou que lhes comunicariam.

A falta de diálogo dentro das famílias (quando elas existem)<sup>19</sup>, entre a escola e alunos são reações à precarização do trabalho, que em efeito acumulativo precarizam as relações humanas e os sonhos a serem alcançados. A precarização do trabalho é intencional, elaborada por instituições detentoras de poder, que se sustentam na contenção da sociedade, contendo seus sonhos, seus desejos de crescimento, de produção e que, pelas possibilidades incutidas nos produtos, oferecem um sonho (um fetiche) a esses cidadãos para se entorpecerem, aceitando a condição de possibilidade de vida que lhes é colocada. Lang, menina do Grupo 02 de 14 anos já mostra esse sentimento de quebra de perspectivas:

"Ah, meu sonho antigamente era ser veterinária só que aí por causa de uns problemas eu tive que desistir disso, aí foi quando eu comecei a gostar mais da dança e me aprofundar nisso."(...) "Eu quero me aprofundar na dança, eu quero sair daqui, eu quero ir pra fora, pra tipo, conhecer One Million Dance [estúdio de dança]"

---

<sup>19</sup> Foi apenas uma menina do segundo grupo que mencionou algum membro da família (a mãe) na entrevista.

## 5. Conclusão

Primeiramente, acima de apresentar a conclusão deste estudo que me propus a fazer, gostaria de apresentar que a minha conclusão sobre o curso de Geografia que reiterou minha certeza de que nós geógrafos universitários e profissionais precisamos agir no espaço e não só pensar nele. Pelo objeto de pesquisa percebi que existem tantas questões que se desmembram de um ponto chave, sendo necessário realizar um trabalho de pesquisa e acompanhamento da nossa sociedade (pelo menos a que nos rodeia) por meio de um trabalho interdisciplinar que tanto o conhecimento geográfico é constituído. Escrevendo esse trabalho e conversando sobre minhas impressões com as pessoas ao meu redor, chegamos diversas vezes à conclusão de que o assunto desse trabalho deveria receber um acompanhamento em escolas, pelo menos por algum projeto da Geografia e se possível, interdisciplinar com alguma outra área de estudo, como a psicologia. O objetivo desse acompanhamento seria em traçar um perfil social da juventude em um ambiente historicamente considerado de grande importância social pela formação de cidadãos conscientes: a escola. Esse projeto, como qualquer outro com o objetivo de estudar algum aspecto econômico-social seria de longo prazo, movido por docentes permanentes e discentes rotativos e produção de relatórios a serem enviados para grupos de estudos e órgãos públicos ou algum tipo de organização não governamental que tivesse interesse no assunto estudado por esse determinado projeto. Esse projeto seria uma devolutiva à sociedade do objetivo de se formar em uma Universidade, principalmente uma pública: contribuir para a melhora social com os conhecimentos adquiridos. Penso que além desse fator importantíssimo, esse movimento acadêmico e social contribuiria para levantar a Geografia da situação desagradável que se encontra atualmente no campo de trabalho.

Agora, a conclusão principal que retirei com a finalização dessa pesquisa é que ela se tornou um começo para outras pesquisas futuras, para as pessoas que desejem estudar processos de territorialização do capital pela cultura, as considerações da banca foram fundamentais para a percepção de que este trabalho sugere vários caminhos, tais como: 1. Estudar a importância das mídias sociais na intensificação/ direcionamento de consumo e produção de diferentes territorialidades na cidade de São Paulo; 2. Compreender como as práticas cotidianas integram a (re)produção espacial; 3. Estudar a conexão comercial entre Coreia do Sul

(produtores) e Brasil (consumidores); 4. Compreender como é a indústria cultural K-Pop na Coreia do Sul e seus campos de trabalho e como essa indústria se articula com outros setores econômicos sul-coreanos e; 5. Que tipos de mercado a onda coreana visa movimentar e como é feita essa publicidade.

A indústria cultural, dado pelo nome, uma indústria como outra qualquer, vende seus produtos visando obter lucros com suas vendas. No entanto, seus produtos, culturais tocam na sensibilidade das pessoas que buscam por eles; pessoas que tem seu comportamento diretamente influenciado pelo lugar que ocupam em seu ambiente e pelas relações de trabalho presentes nas diversas escalas de território, estado e Nação. Dentro de todos esses condicionantes territoriais, a indústria cultural vende uma ideia de pertencimento à determinada cultura; ela vende sonhos, ela vende possibilidades de vir a ser dentro do ordenamento territorial onde uma população está inserida.

Seus produtos e suas investidas em publicidade são cuidadosamente pensadas para que sejam efetivadas. Para isso, muito se é utilizado das tecnologias de ponta com os algoritmos e inteligência artificial para rastreabilidade e mapeamento comportamentais dos pontos de conquista desses produtos, tal como uma estratégia de guerra em conhecer o território para agir sobre ele; nada além do que mecanismos para melhorar a publicidade e venda desses produtos.

A cibernética e sua inteligência coletiva é poderosíssima e quando usada para um bem, um trabalho social, como lembra Postone (2014) pode contribuir para uma democracia mais participativa e para a difusão de conhecimentos, como defendido por Lévy (2010) e Jenkins (2009), mas, quando ela é usada apenas com fins estratégicos expansionistas de mercado, ela considera os seres como partes de um sistema lógico onde serão inseridos comandos para que possam supostamente sentirem desejos e terem ideias próprias que não os deixarão sair da cadeia produtiva do capitalismo.

É nesse sentido que a territorialização do capital pelo trabalho é tão importante para assegurar que esse poder prevaleça. O capitalismo não se sustenta sem o trabalho e capital. Para essa relação haver é preciso que as pessoas que não consigam sair dessa territorialização. Para isso, o trabalho se torna cada vez mais precário e as pessoas cada vez mais doentes com problemas físicos e psicológicos; todos os seres que partilham desse mesmo tipo de territorialização sentem as

consequências da precarização. Como tranquilizante, essa sociedade capitalista oferece por meio de suas mercadorias, inclusas da indústria cultural possibilidades de suprir os valores que lhes faltam; é neste ponto, nos valores atribuídos às mercadorias que as pessoas mesmo que cansadas e muitas vezes sem boas perspectivas continuam presas à essa dinâmica territorial que o capitalismo lhes impõe.

## 6. Bibliografia

BAKSHY, Eytan, Solomon Messing, Lada A. Adamic. 2015. Exposure to Ideologically Diverse News and Opinion on Facebook. *Science* 348 (6239): 1130-32

JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. 2. ed. ampl. e atual. São Paulo (SP): Aleph, 2009. 428 p.

KANG, Hyungseok. Contemporary cultural diplomacy in South Korea: Explicit and implicit approaches. *International Journal of Cultural Policy*, v. 21, 2015.

HORKHEIMER, Max & ADORNO, Theodor. *A indústria cultural: o iluminismo como mistificação de massas*. In: LIMA, Luiz Costa. *Teoria da cultura de massa*. São Paulo: Paz e Terra, 2011.

LEAL, LUÃ FERREIRA . Pop com gentílico. *REVISTA BRASILEIRA DE SOCIOLOGIA*, v. 5, p. 165-193, 2017.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. 3. ed. São Paulo (SP): Editora 34, 2010. 270 p. (Trans). ISBN 9788573261264.

MOURA, C. F. L. . As Fontes de Crescimento Econômica e uma Análise Empírica da Economia da Coreia do Sul. *Contextus* (Fortaleza) , v. 9, p. 97-107, 2011. <https://doi.org/10.19094/contextus.v9i2.32144>

POSTONE, M. *Tempo, trabalho e dominação social*. São Paulo: Boitempo, 2014. 483p.

SUKUP, Viktor. Coréia: "Tigre" em turbulências, mistérios no norte. *Rev. bras. polít. int.* , Brasília, v. 52, n. 2, p. 81101, dez. De 2009. Disponível em

<[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S003473292009000200005&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S003473292009000200005&lng=en&nrm=iso)>. Acessado em 13 de janeiro de 2020. <http://dx.doi.org/10.1590/S003473292009000200005>



