

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

YURI HENRIQUE DA CRUZ SILVA

ENCLAVES ÉTNICOS E A PAISAGEM DO CONSUMO: A Koreatown como um
produto do poder suave sul-coreano no bairro do Bom Retiro (SP)

ETHNIC ENCLAVES AND THE LANDSCAPE OF CONSUMPTION: Koreatown as a
product of South Korean soft power in the Bom Retiro neighborhood (SP)

SÃO PAULO

2024

YURI HENRIQUE DA SILVA CRUZ

ENCLAVES ÉTNICOS E A PAISAGEM DO CONSUMO: A Koreatown como um
produto do poder suave sul-coreano no bairro do Bom Retiro (SP)

Trabalho de Graduação Integrado (TGI)
apresentado ao Departamento de Geografia da
Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências
Humanas, da Universidade de São Paulo, como
parte dos requisitos para obtenção do título de
Bacharel em Geografia.

Área de Concentração: Geografia Humana

Orientador: Prof. Dr. Rodrigo Ramos Hospodar
Felippe Valverde

SÃO PAULO

2024

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

S586e Silva, Yuri Henrique da Cruz
ENCLAVES ÉTNICOS E A PAISAGEM DO CONSUMO: A
Koreatown como um produto do poder suave sul-coreano
no bairro do Bom Retiro (SP) / Yuri Henrique da Cruz
Silva; orientadora Rodrigo Ramos Hospodar Felipe
Valverde - São Paulo, 2024.
107 f.

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

1. Enclave Étnico . 2. Paisagem do Consumo. 3.
Poder Suave. I. Valverde , Rodrigo Ramos Hospodar
Felippe, orient. II. Título.

SILVA, Yuri H. C. **ENCLAVES ÉTNICOS E A PAISAGEM DO CONSUMO:** A Koreatown como um produto do poder suave sul-coreano no bairro do Bom Retiro (SP). Trabalho de Graduação Integrado (TGI) apresentado à Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo para obtenção do título de Bacharel em Geografia.

Aprovado em:

Banca Examinadora

Prof. Dr. _____ Instituição _____

Julgamento _____ Assinatura _____

Prof. Dr. _____ Instituição _____

Julgamento _____ Assinatura _____

Prof. Dr. _____ Instituição _____

Julgamento _____ Assinatura _____

Prof. Dr. _____ Instituição _____

Julgamento _____ Assinatura _____

Dedico este trabalho ao Yuri de 2015, muito ansioso com o seu futuro, ao de 2018, completamente confuso e deprimido e ao do futuro, que se orgulhará deste trabalho. Em especial a minha mãe, que me viu iniciar a graduação e infelizmente não me viu finalizá-la, conseguimos.

AGRADECIMENTOS

Ao Prof. Dr. Rodrigo Ramos Hospodar Felipe Valverde, pela atenção e apoio durante o processo de definição e orientação do tema.

À Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, pela oportunidade de realização do curso de Geografia, logo após ter desistido da bolsa de Arquitetura e Urbanismo no Mackenzie. Sou grato a todos os professores que tive lá durante meus dois anos e meio, entre 2016 e 2018.

À Profa. Dra. Yun Jung Im Park, que me ensinou tudo o que sei sobre as Coreias. Suas aulas foram cruciais para este momento.

À minha grande amiga Ana Beatriz, por ter compartilhado noites em claro comigo, em 2020, conversando sobre cultura coreana, o que motivou todos os desdobramentos posteriores. Pela grande ajuda na parte de edição, organização de texto e conteúdo pré-textual deste trabalho. Muito obrigado.

Ao Centro Educacional Coreano em São Paulo, que além de me ensinar o idioma coreano, me motivou a estudar sobre o tema e esclareceu dúvidas, especialmente aos 김진해 선생님, 주로미 선생님 e Ely 선생님.

À minha família, em especial à minha mãe, cujo abraço na minha entrada na graduação guardo na memória. Ao meu pai, um homem incrível que sempre me ofereceu suporte. À minha avó, Rosa, que sempre foi meu abrigo e local de conforto favorito. Ao meu tio, Alex, que sempre acreditou em mim e foi participativo na minha formação, e à sua esposa, Aline, e a família dela, que se não tivesse me apresentado um globo terrestre aos 4 anos, eu não teria escolhido a geografia. À minha tia Amanda, prima Pamela e tia Margarida, que foram minhas primeiras pessoas favoritas. Que inspire minha irmã Yasmin no seu futuro.

Aos meus grandes amigos da graduação em Geografia: Rafaela, Iasmin, Sarah e Miguel, sem a presença de vocês, o curso teria sido muito mais difícil. Aos meus amigos: Catharina, Raquel, Enrico, Marina Nogueira, Marina Pimenta, Isabelle, Maria, Rolando e Bruna, que me deram momentos felizes em dias tristes.

Aos meus outros amigos que também auxiliaram nesse trabalho, seja pela companhia ou com outros detalhes: Gabriel, Marcos Vinicius, Marlucia, Gabriela, Laura e Emy. Aos profissionais que me acompanharam, as professoras Patricia, Katya, Juliane e Cristina. E aos meus professores de geografia: Laura e Miguel.

*“Subiu a construção como se
fosse sólido*

*Ergueu no patamar quatro
paredes mágicas*

*Tijolo com tijolo num desenho
lógico*

*Seus olhos embotados de
cimento e tráfego.”*

Construção,
Chico
Buarque

RESUMO

SILVA, Yuri H. C. **ENCLAVES ÉTNICOS E A PAISAGEM DO CONSUMO: A Koreatown como um produto do poder suave sul-coreano no bairro do Bom Retiro (SP).** 2024. 107 f. Trabalho de Graduação Individual (TGI) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2024.

O presente trabalho analisou a transformação de enclaves étnicos coreanos, com foco no Bom Retiro (SP), em Koreatowns (transclaves), espaços de hiperconsumo, por meio do poder suave sul-coreano. O estudo partiu do levantamento bibliográfico dos conceitos fundamentais de paisagem do consumo, enclave étnico e poder suave, utilizando os autores Ortigoza, Carlos, Choi, Chi e Nye, complementado por outros artigos, livros, dados e sites especializados.

Optou-se por uma análise da construção do espaço urbano pela perspectiva de Lefebvre, tangenciando os conceitos de paisagem do consumo e enclave. Por essa necessidade, também foi realizado um levantamento histórico do bairro e da migração sul-coreana no Brasil e no bairro. Analisou-se como o enclave se desenvolveu e os dois tipos de comércio: étnico e de enclave. Além disso, foram debatidas as sucessões étnicas. O debate sobre a afirmação étnica do bairro percorreu a pesquisa, mas sem ser o foco principal. As disputas e observações também apareceram nas Koreatowns de Los Angeles e Nova York, utilizadas como paralelos.

Este trabalho mostrou como o paradigma do consumo está profundamente enraizado na formação urbana e nas influências do poder suave na construção de opiniões, valores, atrações e desejos. A cultura exerce influência de poder nos novos desdobramentos políticos e econômicos, ao apropriar-se de um espaço de enclave e inseri-lo em uma dinâmica global, transformando-o em um transclave.

Palavras-chave: Coreia do Sul. Bom Retiro. Poder Suave. Paisagem do Consumo. Enclave Étnico.

ABSTRACT

SILVA, Yuri H. C. **ETHNIC ENCLAVES AND THE LANDSCAPE OF CONSUMPTION**: Koreatown as a product of South Korean soft power in the Bom Retiro neighborhood (SP) 2024. 107 f. Trabalho de Graduação Individual (TGI) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2024.

The present work analyzed the transformation of Korean ethnic enclaves, focusing on Bom Retiro (SP), into Koreatowns (transclaves), hyper-consumption spaces, through South Korean soft power. The study began with a bibliographic survey of the fundamental concepts of consumption landscape, ethnic enclave, and soft power, utilizing the authors Ortigoza, Carlos, Choi, Chi, and Nye, supplemented by other articles, books, data, and specialized websites.

An analysis of urban space construction was chosen through Lefebvre's perspective, tangentially exploring the concepts of consumption landscape and enclave. Due to this need, a historical survey of the neighborhood and South Korean migration in Brazil and the neighborhood was also conducted. It was analyzed how the enclave developed and the two types of commerce: ethnic and enclave. Additionally, ethnic succession debates were discussed. The debate on the ethnic affirmation of the neighborhood ran throughout the research but was not the main focus. Disputes and observations also appeared in the Koreatowns of Los Angeles and New York, used as parallels.

This work showed how the consumption paradigm is deeply rooted in urban formation and the influences of soft power in shaping opinions, values, attractions, and desires. Culture exerts power influence in new political and economic developments by appropriating an enclave space and inserting it into a global dynamic, transforming it into a transclave.

Keywords: South Korea. Bom Retiro. Soft Power. Landscape of Consumption. Ethnic Enclave

LISTA DE IMAGENS

Figura 1	Linha Cronológica do K-pop e do Hallyu	32
Figura 2	Três principais estações de televisão coreanas (KBS, MBC e SBS)	32
Figura 3	Logos das três maiores e mais influentes empresas de entretenimento sul coreano (Big 3), SM Entertainment, YG Entertainment e JYP Entertainment.	35
Figura 4	Mapa da área de estudo (Bom Retiro), com limites políticos-administrativos com síntese de fluxos e centralidades.	39
Figura 5	Ortofoto 2020 - PMSP RGB do Bom Retiro	40
Figura 6	Vista para Estação da Luz do Parque da Luz	41
Figura 7	Fotografia de imigrantes sul-coreanos praticando badminton no Parque da Luz	42
Figura 8	Fotografia de imigrantes sul-coreanos praticando badminton no Parque da Luz	42
Figura 9	Mapa Histórico Bom Retiro e Bairros Adjacentes (1933)	43
Figura 10	Mapa Histórico do Bom Retiro (1930) - Sara	44

Figura 11	Sinagoga Israelita Beth Itzchak Elchonon, na Rua Prates	46
Figura 12	Sinagoga Machzikei Hadas "105", na Rua Joaquim Murtinho	46
Figura 13	Mapa Histórico do Bom Retiro (1954) Vasp Cruzeiro	47
Figura 14	Mapa do Histórico Bom Retiro e Bairros Adjacentes (1970)	48
Figura 15	Fotografias do Porto de Busan durante a segunda imigração dos católicos coreanos para o Brasil em 1966	51
Figura 16	Fotografias do Porto de Busan durante a segunda imigração dos católicos coreanos para o Brasil em 1966	51
Figura 17	Igreja Presbiteriana Emanuel, na Rua Prates	56
Figura 18	Dia da inauguração, maio de 2004, Igreja São Kim Degun, na Rua Nair de Teffé	56
Figura 19	Fotografia da Bifurcação entre as Ruas José Paulino e Prates	59
Figura 20	Fotografia de monumento, na esquina entre as ruas Ribeiro de Lima e Prates	60
Figura 21	Fotografia das bandeiras do Brasil e Coreia do Sul com tampinhas plásticas, na Praça Coronel Fernando Prestes	60

Figura 22	Fotografias de murais na Rua Três Rios	63
Figura 23	Fotografias de murais na Rua Três Rios	63
Figura 24	Fotografia de mural na Rua Prate	64
Figura 25	Captura de tela do mural na Rua José Paulino	64
Figura 26	Fotografia do Mercado Otugui (maior mercado de produtos coreanos no Brasil), na Rua Três Rios	68
Figura 27	Fotografia na Rua Três Rios, Mercado Otugui à direita, Casa do Povo (centro cultural) à esquerda	68
Figura 28	Fotografia na Rua Guarani, Salão de Beleza com escrituras em coreano na vitrine ao lado de um Restaurante de culinária paraguaia	69
Figura 29	Fotografia na Rua Guarani, Restaurante Coreano e Chinês	69
Figura 30	Fotografia na Rua Prates, Sinagoga Sinagoga Israelita Beth Itzchak Elchonon ao lado de um mural com elementos culturais sul-coreanos	69
Figura 31	Fotografia do Ksquare (shopping que combina a cultura coreana e brasileira), na Rua Guarani, em primeiro plano, na Rua Correia de Melo, Sinagoga Machzikei Hadas "105", em segundo plano	70
Figura 32	Fotografia de vitrine na Rua Prates	73

Figura 33	Fotografia de vitrine na Rua Guarani	74
Figura 34	Koreatown em Los Angeles (CA)	78
Figura 35	Koreatown em Los Angeles (CA)	78
Figura 36	Koreatown de Manhattan (NY)	80
Figura 37	Koreatown de Manhattan (NY)	81
Figura 38	Mapa do Comércio Étnico	84
Figura 39	Fotografia de açougue na Rua Prates	85
Figura 40	Fotografia da Rua Prates	85
Figura 41	Fotografia da Rua Prates	85
Figura 42	Fotografia da Rua Ribeiro de Lima	86
Figura 43	Fotografia de farmácia na esquina das ruas Prates e Três Rios	86

Figura 44	Fotografia na rua Três Rios	87
Figura 45	Fotografia na rua Guarani	87
Figura 46	Fotografia da Feira do Bom Retiro	88
Figura 47	Fotografia da Feira do Bom Retiro	88
Figura 48	Fotografia da Feira do Bom Retiro	88
Figura 49	Fotografia de apresentação tradicional na Feira do Bom Retiro	89

LISTA DE TABELAS

Tabela 1	Cronologia da chegada dos coreanos	52
Tabela 2	Instituições Religiosas Coreanas por religião e bairros em São Paulo	57
Tabela 3	Tabela de Distribuição dos negócios coreanos nos bairros Bom Retiro, Brás, Aclimação e Liberdade	84

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	16
2. PAISAGEM DO CONSUMO E PODER SUAVE.....	22
2.1. PAISAGEM DO CONSUMO.....	22
2.2. ESPAÇO URBANO.....	24
2.3. PODER SUAVE “SOFT POWER”	26
3. COREIA DO SUL.....	30
3.1. HALLYU E O INCENTIVO SUL-COREANO.....	31
4. BOM RETIRO.....	38
4.1. DE CHÁCARAS PARA UM BAIRRO OPERÁRIO DE MIGRAÇÃO ITALIANA.....	40
4.2. MIGRAÇÃO JUDAICA, COMÉRCIO DE CONFECÇÕES E A VERTICALIZAÇÃO.....	44
4.3. ENCLAVES ÉTNICOS.....	48
5. IMIGRANTES COREANOS.....	51
5.1. BOM RETIRO DOS COREANOS.....	58
5.2. SUCESSÃO DE ETNIAS E POSSÍVEIS CONFLITOS.....	64
6. RELAÇÃO ESPAÇO DE CONSUMO E KOREATOWN.....	73
6.1. EXPERIÊNCIAS DE KOREATOWN.....	76
6.2. MAPEAMENTO DA ECONOMIA ÉTNICA E DO COMÉRCIO DE ENCLAVE.....	83
7. CONCLUSÃO.....	90
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	98

1. INTRODUÇÃO

Somente a análise dialética, que leva em consideração tanto o trabalho social quanto o contexto no qual se insere a forma, somente essa análise atinge o concreto, ou seja, o movimento e os conflitos que ele envolve e desenvolve. (Lefebvre, 1991, p. 139, apud Ortigoza, 2010, p. 12).

Em conversa durante uma reunião da Comissão de Relações Internacionais da Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo, no dia 02 de setembro de 2021, com deputados e deputadas, o cônsul-geral sul-coreano Insang Hwang propôs a implementação de uma Koreatown no bairro do Bom Retiro, através de um plano de intervenção urbanística, pautado principalmente no embelezamento e na segurança. Esta proposta teria como intuito a revitalização do bairro com projetos de melhorias urbanas, que iriam desde a modificação das luminárias públicas, mudança dos nomes de espaços públicos até a pintura de novos murais, todos orientados a ter elementos culturais sul-coreanos. Consequentemente, fortaleceria e estreitaria, dentro do imaginário popular e global, a imagem da identidade étnico-cultural desta relação Brasil - Coreia do Sul no bairro. Uma proposta muito similar à que aconteceu na cidade de Los Angeles (EUA), quando este mesmo cônsul que também era o seu representante, a consolidou por lá. Outro exemplo de Koreatown é a na cidade de Nova York (EUA), que assim como a californiana, ascendeu de um enclave étnico nos seus anos iniciais e passou por transformações que a estabeleceram como uma região de comércio e serviços voltados ao consumo, sob a particularidade dessa identidade.

A preocupação sobre as consequências para os moradores locais, não coreanos, é uma das principais contrapartidas apresentadas a esta proposta, também presentes nas duas cidades estadunidenses citadas. No caso do Bom Retiro, o bairro possui historicamente, desde a sua formação até a atualidade, a contribuição de uma diversidade étnica-cultural de povos, que incluem os imigrantes italianos e europeus, aos judeus e dentre outros, mais recentemente, aos hispano-americanos e aos sul-coreanos com a presença também do seu enclave. Devido ao seu caráter plural, acendeu-se um debate na comunidade local sobre a sua ausência de opinião na participação da implantação deste possível projeto e a quais interesses contemplariam ao demarcar um bairro tão etnicamente plural. Quais seriam os interesses de reivindicar uma identidade territorial única e a priori de um

grupo étnico exclusivo? Quais seriam os grupos apagados nesse processo? E se existiria a possibilidade de se falar sobre os povos sul-coreanos e a sua presença no bairro, sem apagar a dos outros? Raquel Rolnik, em uma matéria de opinião no site do laboratório de pesquisa e extensão da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo, reitera as críticas ao projeto e ressalta a necessidade da participação pública nas tomadas de decisões de interesse público, principalmente a dos coletivos e dos moradores locais:

Este conjunto de ações, contudo, encontra muitas resistências no interior da multiculturalidade que constitui o Bom Retiro. Evidentemente esse é um bairro que tem uma presença coreana que é muito importante e merece ser celebrada. Esse reconhecimento, contudo, não pode jamais apagar uma região que é lugar de múltiplos povos e cuja característica mais importante é, justamente, sua multiculturalidade: italianos, judeus, bolivianos, paraguaios, nordestinos e de vários estados do Brasil e outros povos que compõem a plurinacionalidade do bairro.

Nenhum destes é inteiramente passado, nem necessariamente hegemonicamente presente. A especificidade e riqueza cultural do Bom Retiro é justamente ser feito de ondas sucessivas que nunca desaparecem nem são completamente transformadas pelas seguintes. Por isso é muito importante não fixar a identidade coreana e transmutar o bairro em “Koreatown”. (Rolnik, 2023).

. A referida autora recorda a situação vivida no bairro da Liberdade (SP) e as consequências sociais como o apagamento da sua história negra em prol de uma identidade de um “bairro japonês”.

Apesar do debate ser de suma importância, sua disputa e mediação não são o intuito deste trabalho. Procuraremos retomar brevemente a história do bairro e as participações dos diferentes grupos étnicos para sua consolidação e configurações mais recentes, principalmente a partir da chegada dos imigrantes sul-coreanos, sua relação com a região e o desenvolvimento do enclave. A compreensão do que é um enclave étnico é relevante porque é a partir das suas características que chegaremos, no que segundo Kim (2018), poderiam vir transformá-lo em um transclave, como no caso novaiorquino, consequentemente um produto de uma Koreatown e seus possíveis desdobramentos. O enclave étnico se insere na conceituação que Lefebvre traz ao falar sobre o que é e como é construído um espaço urbano e a imprescindível participação social para a sua produção, o que, pertinentemente, justifica o nosso levantamento ao resgate da memória imigrante deste bairro.

[...] é uma manifestação urbano-espacial, e cada colônia que o constitui tenta exprimir sua marca de permanência nele, com suas instituições, equipamentos, monumentos, etc. Imprimir a marca da identidade cultural e coletiva no espaço, ou seja, trazê-lo ao plano material, projetando a visibilidade através dos monumentos e construções que contêm símbolos identitários, é um ato permanente e importante de reconhecimento da diversidade e preservação da memória coletiva. Assim, o enclave étnico é um território de permanência e de transitoriedade ao mesmo tempo (Chi, 2016, p. 42-3).

Apesar de não aprofundarmos a conceitualização do autor sobre espaço urbano, seu apontamento nos auxiliará na percepção da dimensão espacial onde o consumo será realizado, das condições e meios necessários para realizá-lo, sendo o próprio espaço urbano (cidade) um produto dessa dinâmica (Ortigoza, 2010). O consumo tem participação ativa nas articulações e definições espaciais, presentes e futuras. Por isso, utilizaremos os apontamentos de Ortigoza em seus estudos sobre paisagem do consumo para entender se, anteriormente à proposta da Koreatown, que já é a potencialização de uma paisagem para o consumo, havia sua participação na construção deste espaço.

Veremos que o governo sul-coreano terá participação ativa através dos seus consulados para articular proposituras de ações urbanísticas, como as Koreatowns, viabilizando assim a interferência de organizações e capital privado estrangeiro nesse espaço, que ganha dimensões globais. A construção desses espaços, alinhada com a propaganda e disseminação da cultura coreana por estratégia de poder suave, novamente fomentada pelo governo sul-coreano, cria esses cenários de hiperconsumo étnico, com interesses que ultrapassam a comunidade de imigrantes locais. Seu valor está diretamente relacionado à sua origem, o que desperta o desejo. Os aspectos relacionados ao desejo nos levam ao estudo de um termo cunhado por Joseph Nye, o poder suave, que conceitualiza sua ação no nosso consciente e subconsciente, de maneira individual ou coletiva, em valores que podem ser normalizados. Por exemplo, ao serem ligados à democracia, normas morais e religiosas, ou até se apresentarem no desejo e/ou atração pelo consumo ou uso de algo:

Os valores, que também estão inclusos na cultura, podem gerar atração se forem cumpridos tanto em políticas internas quanto externas. Exemplos como “democracia, paz, liberdade, pluralismo, autonomia, liberalismo, igualdade, prosperidade, sustentabilidade [...] são vistos como globalmente positivos, portanto, fazem parte do que é entendido por Soft Power” (Martinelli, 2016 apud Silva, 2020, pg. 30).

Também analisaremos as ações do governo sul-coreano, que, ao final da

década de noventa, ao enfrentar uma crise financeira, viu a potencialidade do uso do poder suave como uma possibilidade de recuperação, proteção, capitalização e aumento da sua influência a nível mundial. Para aprofundarmos o conhecimento sobre a economia sul-coreana, teríamos que realizar uma pesquisa detalhada sobre sua evolução pós-Guerra das Coreias, os planos quinquenais e a participação dos Chaebols, que “são os conglomerados de empresas privadas com direção centralizada, geralmente familiar, esses se tornaram bastante conhecidos no país devido ao direcionamento da economia pelo Estado (Jitsukawa, 2018 apud Haddad, Mendonça & Constâncio, 2021, p.10), o que não é o foco da nossa pesquisa.

Apesar de o poder suave ter sua ação realizada por vias de capital privado, no caso sul-coreano, veremos que os incentivos governamentais à produção cultural nacional foram determinantes para essa expansão, conhecida como hallyu, a “onda coreana”. Inicialmente por intermédio dos k-dramas, conforme se expandiam para além dos países vizinhos e do continente asiático, suas produções alimentaram o interesse por outros aspectos culturais, como culinária, música, cinema, artes e literatura, retratados nessas obras. O modo de vida sul-coreano, de maneira geral, chamou atenção, o que também foi influenciado pela ascensão das redes sociais e figuras e celebridades sul-coreanas. O valor imaterial dos produtos ou serviços passou a estar associado à sua nacionalidade ou origem.

Elementos da cultura sul-coreana são fundamentais para entendermos seus enclaves étnicos, pois estão presentes neles e atendem à necessidade e demanda dos imigrantes locais. Contudo, com a megaexposição através dos aspectos listados anteriormente, ao se tornarem objeto de desejo, podem encontrar na Koreatown o espaço necessário para serem consumidos por outros povos, interessados e influenciados pela hallyu. A criação desses espaços gera interesse devido à concentração de serviços étnicos em um único lugar, facilitando sua prosperidade e capacidade de capitalização, além de discussões sobre seus impactos na comunidade.

Neste trabalho, entenderemos o espaço urbano do Bom Retiro, seu desenvolvimento, a chegada dos imigrantes sul-coreanos e a evolução para seu enclave. Analisaremos o significado de um enclave étnico, suas características e o mapeamento dos espaços relacionados ao consumo. Estudaremos as medidas tomadas pelo governo sul-coreano para transformar elementos culturais em

mercadorias e serviços de forte exportação através de uma estratégia de uso do poder suave. Veremos se a consolidação das Koreatowns viabiliza ainda mais essa ação, utilizando-se dos enclaves, baseando-nos nas experiências de Los Angeles e Nova York para potencializar seu efeito.

No último capítulo, faremos a sintaxe da relação do bairro com o conceito principal, a paisagem do consumo, e tentaremos entender se todas essas relações culminam nas características desse conceito. Buscaremos compreender se a política intencionalmente dirigida do poder suave sul-coreano pode acentuar os efeitos da paisagem do consumo, um paradigma do espaço urbano, em seus enclaves étnicos através do reconhecimento como Koreatown, transformando-o em um transclave e analisando seus possíveis impactos na comunidade local.

Para abordar a implementação de uma Koreatown no Bom Retiro, basearemos nossa metodologia em uma análise abrangente e detalhada dos conceitos fundamentais de paisagem do consumo, enclave étnico e poder suave. Nossos principais autores são Choi, K. em sua dissertação "Além do Arco-Íris: a imigração coreana no Brasil", sobre a migração sul-coreana no Brasil até o final dos anos 80. Park, K. & Kim, J. e Kim, J. contribuem com suas análises sobre as Koreatowns em Los Angeles e Nova York, "The Contested Nexus of Los Angeles Koreatown: Capital Restructuring, Gentrification, and Displacement" e "Manhattan's Koreatown as a Transclave: The Emergence of a New Ethnic Enclave in a Global City", respectivamente, sobre as características desses espaços, algumas problematizações e consequências, que podemos traçar como paralelos, respeitando as particularidades de cada local, para o contexto do Bom Retiro. Na relação dos coreanos com o bairro, teremos o apoio do mestrado de Chi, Y. com "O Bom Retiro dos Coreanos: descrição de um enclave étnico", que nos fornece um panorama sobre a história do bairro, a distinção entre a economia étnica, economia de enclave e sua própria definição.

Sobre as estratégias adotadas pelos sul-coreanos em relação à ação do poder suave, o trabalho de Silva, M. "SOFT POWER E A HALLYU: UM OLHAR PARA O DESENVOLVIMENTO DA COREIA DO SUL", traça um panorama histórico do desenvolvimento, processos e diferentes fases. Ballerini, F. em "Poder suave (soft power): uma arte africana; arte milenar chinesa; arte renascentista; balé russo; Bollywood; Bossa-Nova; British invasion; carnaval; cultura mag japonesa; Hollywood;

moda francesa; tango; telenovelas" e Nye, J. em "Soft Power: The Means to Success in World Politics", nos ajudam a entender o que é o poder suave, sua ação, efeitos políticos e econômicos. Ao tratarmos de um trabalho de geografia, nossa análise espacial será direcionada sobre a construção das paisagens de consumo, apoiando-nos no que Ortigoza, S. traz em "Paisagens do Consumo". Isso inevitavelmente nos leva ao livro de Carlos, A. em "O ESPAÇO URBANO: Novos Escritos Sobre a Cidade", para entendermos um pouco melhor sobre o espaço urbano, suas configurações e relações de construção com o social, que dialogam diretamente com a paisagem do consumo.

Utilizaremos análise dos registros históricos para traçar a evolução do Bom Retiro e entender as dinâmicas sociais e econômicas influenciadas pela presença sul-coreana. Essa abordagem nos permitirá não só mapear a articulação da sua presença, como os impactos da proposta de Koreatown e traçar paralelos entre as estadunidenses.

2. PAISAGEM DO CONSUMO E PODER SUAVE

2.1. PAISAGEM DO CONSUMO

A conformação da experiência humana está condicionada à vida social e ao espaço geográfico. A paisagem é a materialização mais imediata e momentânea da vida social, e, portanto, precisa ser analisada no contexto do cotidiano, das representações da natureza e dos seus significados. Nesse sentido, tanto as representações da paisagem como a cultura são constituintes da identidade socioespacial. Diante desses pressupostos, a paisagem como categoria de análise pode, então, ser historicamente contextualizada (Ortigoza, 2010, p. 81).

Ao tratarmos da paisagem do consumo, inevitavelmente precisamos também conceitualizar o seu espaço e a sua perspectiva de análise de um espaço que é urbano. Ortigoza aborda que o estudo sobre a paisagem do consumo colabora com o estudo da dinâmica de produção do espaço urbano, por estar justamente inserido nas relações sociais. Sua linha teórica se assemelha muito à de Carlos, quando ambas abordam Lefebvre como referência sobre a importância do social para a produção do espaço urbano, nas relações sociais de produção. Ao integrar o consumo e a paisagem, trazem-nos como prática do social para a produção dos espaços comerciais, caracterizando a relação a partir de um duplo movimento: o de formas (criação de rituais, espetáculos e modos de apropriação) e, por outro lado, por valores culturais (estilos de vida, desejos contidos na diversidade do cotidiano do consumidor) (2010).

Voltada ainda ao comando da cidade, a autora enfatiza as mudanças que Carlos também trouxe sobre a cidade pós-moderna ou pós-industrial:

Se a cidade moderna girava em torno da fábrica e a indústria comandava a sua organização social, cultura e arquitetura, a cidade pós-moderna é acima de tudo um centro de consumo, jogo e entretenimento, organizada em torno dos espaços comerciais e da simulação, dos lugares da hiper-realidade e dos territórios da contemplação. Empenhada em promover o espetáculo, qualquer coisa por mais bela que seja é suscetível de ser representada, tematizada, transformada em objeto de interesse e experiência estética. Todavia, apesar de sua espetacularidade e simbolismo, os espaços de consumo que dão vida à cidade, enquanto realidade material, funcionam apenas como uma pré-condição da sua existência. São necessários, porque fornecem o palco, os cenários e os textos para as representações que alimentam as experiências do consumo, mas de forma alguma são suficientes, porque é no plano simbólico e em diálogo com o consumidor que o espetáculo, as representações e as narrativas são construídas (Cachinho, 2006, p.48 apud Ortigoza, 2010, p.10).

Para além da dicotomia da cidade pós-industrial, através da citação acima, podemos estabelecer a relação intrínseca entre o consumo e o poder suave, o primeiro será estimulado pelo segundo, as características do poder suave, da sedução e atração, são uma dependência para que o consumo se concretize. Tendo sua materialização na paisagem, nos espaços comerciais que podem vir a se tornar tanto lugares de contemplação, espetacularização ou de uma hiper-realidade, independentemente de qual seja o seu propósito visual, sempre será voltado para o consumo. E mesmo tendo este objetivo, ainda serão resultados de um espaço pré-existente, por maiores que sejam as modificações feitas nesse território para o capital, sua existência é inerente às relações com consumidor, ou seja, inerente à participação social. No que confere a influência da atividade comercial, esta será exercida em diferentes escalas, da rua à metrópole, no contexto de globalização, até nas relações entre diferentes países. Consequentemente, impactando na definição dos lugares e dos espaços, a lógica sempre tenderá a atender os seus interesses, o que inevitavelmente, também impacta na vida social (Ortigoza, 2010).

“[...] tanto as representações da paisagem como a cultura são constituintes da identidade socioespacial.” (Ortigoza, 2010, p. 81). Utilizando-se de diversos autores para a definição de paisagem, o que nos interessa é uma passagem da citação de Harvey (2005), no tópico sobre a manipulação racional dela, a partir do Estado e do Capital. Através das intervenções urbanas, a sua pressão na paisagem, exerce força de atração ao capital e as imagens, no intuito de gerar oportunidades econômicas. A cidade passa a ser além dos seus espaços, também a mercadoria, influenciada pelo circuito de trocas.

A cidade do capital revela, em sua paisagem, uma articulação definitiva com a dinâmica do consumo. Sua arquitetura é também veículo de troca, seus signos permitem uma simulação da cultura e da vida urbana. A cidade fornece as bases materiais para o projeto urbano do mundo das mercadorias e, desse modo, atende às necessidades do capital. Folin (1997, p.124) avalia que a cidade, desde o ponto de vista de sua construção e de seu uso, se apresenta como um aglomerado de mercadorias (Ortigoza, 2010, p. 86).

Ao referenciar Sanches, a autora, traz que a cidade-mercadoria, seria um novo patamar da mercantilização do espaço.

Com base em Sánchez (2003), é possível reconhecer que existe um marketing de cidades que apresenta em sua dinâmica uma nova ideologia de planejamento e ação, uma nova visão de mundo, que se impõe na orientação das políticas públicas. E, desse modo, surgem diferentes

concepções de cidades, que é o plano de fundo para entender seus conteúdos contemporâneos (Ortigoza, 2010, p. 89).

A principal definição que nos interessa para análise é a da cidade-espetáculo:

A cidade-espetáculo é onde se fixam os hábitos sociais nos espaços renovados e se reforça a tendência ao consumo de serviços, eventos recreativos e circuitos culturais. Em suas imagens o mundo da aparência predomina; é o habitat do usuário-consumidor. O objetivo principal é oferecer uma arquitetura do espetáculo, de exibição, capaz de transmitir um brilho superficial e de prazer, embora transitório.

Assim, justamente com o *city marketing* tem o *marketing* político, o que é responsável pelo desenvolvimento de mecanismos de credibilidade e confiança da população local em relação às estratégias de governança pública. Nessa fase de reformulação de novas estratégias econômicas e urbanas, a produção de imagens é fundamental para a conquista de efeitos internos e externos. Nesse contexto, torna-se extremamente importante a ampla adesão social a este modelo de gestão e de administração da cidade (Ortigoza, 2010, p. 89 - 90).

As observações sobre o Bairro do Bom Retiro (SP), a partir de uma visão pautada no consumo, geram desafios devido à sua complexidade. Com base na citação acima, e no seu devido recorte de escala, o projeto de uma Koreatown se encaixaria no que Sánchez definiu como cidade espetáculo. Porém, mesmo que a serviço de uma demanda imobiliária e mercadológica, a presença do grupo de sul-coreanos, nos últimos 50 anos no bairro, não pode ser ignorada. Seu impacto na construção deste espaço faz-nos retornar a um dos nossos pontos centrais, que é o papel do social na construção do território, apesar da influência do próprio mercado interferir nos pontos que elencamos sobre espaço urbano, poder suave e paisagem de consumo, no que se refere ao comportamento social.

2.2. ESPAÇO URBANO

A análise espacial da cidade, no que se refere ao processo de produção, revela a indissociabilidade entre espaço e sociedade, na medida em que as relações sociais se materializam em um território real e concreto, o que significa dizer que, ao produzir sua vida, a sociedade produz/reproduz um espaço através da prática socioespacial. A materialização do processo é dada pela concretização das relações sociais produtoras dos lugares, esta é a dimensão da produção/reprodução do espaço, passível de ser vista, percebida, sentida, vivida. O homem se apropria do mundo através da apropriação de um espaço-tempo determinado, que é aquele da sua reprodução na sociedade (Carlos, 2007, p. 21).

O espaço urbano, no seu processo de urbanização, não será uma simples

sintaxe exclusiva de fatores unicamente econômicos ou sociais, mas um produto de sua complexa relação. O espaço só será produzido se tivermos em sua prática a participação de uma sociedade, que será diretamente influenciada e apropriada por uma lógica mercadológica. Estamos partindo de uma lógica de uma sociedade urbana que é fruto da industrialização, Lefebvre (2002), ou mais precisamente, de uma sociedade pós-industrial, profundamente marcada pelo consumo. Quando falamos do urbano, estamos nos referindo a uma demanda, de um modo de viver, desenvolvido para atender a uma lógica pós-revolução industrial, capitalista, que irá pré-estabelecer funções para o mesmo e mudando constantemente de acordo com seus novos interesses e reproduções que são, por vezes, contraditórios. Carlos (2007), enfatiza que no nosso mundo moderno, além da indissociável relação do plano econômico e social, existe também a relação com o político, de uma produção de dominação do Estado e sua consequente dominação da sociedade pela produção do espaço normatizado.

O Estado tem papel fundamental no desenrolar destas ações que modificam o espaço, desde o seu desenho, seu uso, implementação de equipamentos e até no que tange às esferas mais burocráticas, que influenciam em todos os pontos elencados anteriormente. No que poderíamos abordar sobre a disputa do espaço, aos interesses que procedem dessas possíveis modificações, consequentemente suas intenções futuras, o Estado será o seu encabeçador e cabe ao debate descobrir quais interesses pretende atender por suas decisões. Suas alterações ou autorizações de intervenções urbanas modificam a paisagem e promovem intenções, que vão de consolidação de imagens ou signos, a oportunidade econômica (Ortigoza, 2010).

As novas extensões que o urbano produz, não rompem com as anteriores presentes nesse espaço, esse passado, segundo a autora, serve como referencial da vida para este novo e desconhecido que o modifica. “Portanto, essa contradição revela um movimento triádico: preservação/ degradação/ transformação, capaz de caracterizar o processo de reprodução da cidade hoje” (Carlos, 2007, p. 21). Ao olharmos para o Bom Retiro, precisamos retornar mesmo que brevemente, para o seu processo de urbanização e a contribuição de uma pluralidade de grupos étnicos. Não buscaremos retroceder mais do que o necessário para a contextualização do estabelecimento desse espaço urbano, partindo do momento em que o encontramos

consolidado, não fixo, mas mantido dentro dessa sociedade pós-industrial e pautada no consumo.

Além da função desse bairro como território para seu grupo étnico, também podemos pensá-lo como elemento importante no processo de construção da cidade de São Paulo. A cidade se modifica de acordo com a transformação da sociedade ao longo tempo, ela é um eterno devir por processos múltiplos de construção e de destruição de imagens, é sempre uma “obra inacabada”. A célebre diferenciação de Henri Lefèbvre entre os termos cidade e urbano continua válida: “A cidade é uma morfologia material, é a realidade presente, imediata, dado prático-sensível arquitetônico, e o urbano é uma morfologia social, é realidade social, composta de relações concebidas, construídas e/ou reconstruídas.” (Yang, 2011, p. 654).

Será no espaço urbano, que o setor terciário, sob os fluxos de informação e funções, vai reproduzi-lo continuamente para se atender ao consumo, que terá influência direta de uma dinâmica global. Kim (2016) afirma sobre a necessidade de um espaço sedutor para o desenvolvimento do comércio e consumo a nível global na metrópole terciária. “Na cidade pós-industrial, a indústria do lazer, do entretenimento e do turismo está no centro da formulação de políticas para as receitas da cidade” (Hoffman, 2003 apud Kim, 2018, p. 203).

2.3. PODER SUAVE “SOFT POWER”

Na ideologia do consumo e no consumo “real” (entre aspas), o consumo de signos desempenha um papel cada vez maior. Esse consumo não suprime o consumo de espetáculos “puros”, sem atividade, sem participação, sem obra e nem produtor. [...] Torna-se assim, a própria ideologia desta sociedade, cada “bem” se desdobra numa realidade e numa imagem, fazendo essa parte essencial do consumo. Consome-se tantos signos quanto objetos: signos da felicidade, da satisfação, do poder, da riqueza, da ciência, da técnica etc. (Lefebvre, 2001, p. 63-4 apud Ortigoza, 2010, p. 203).

Tanto Harvey quanto Lefebvre, trataram da modificação do produto capitalizado na evolução do século passado. O segundo refere-se a uma modificação qualitativa, que, segundo Carlos (2007), traz a partir dos anos 60, elementos que terão valores de signo, uma produção que explora o imaterial (principalmente as imagens e textos), de forma ambígua e com possibilidades de simular uma realidade existente, que foi potencializada com a virada do século e os avanços tecnológicos promovidos pela expansão da internet. O primeiro autor trata diretamente o elemento cultural como uma nova mercadoria, também referindo-se ao imaterial, de modo um pouco mais amplo e direto, que aponta as possibilidades

com os signos, imagens ou textos, questionando o olhar sobre as mercadorias em comparação com objetos mais concretos e óbvios, mais tradicionais e ligados ao industrial.

É inegável que a cultura se transformou em algum gênero de mercadoria. No entanto, também há a crença muito difundida de que algo muito especial envolve os produtos e os eventos culturais (estejam eles nas artes plásticas, no teatro, na música, no cinema, na arquitetura, ou, mais amplamente, em modos localizados de vida, no patrimônio, nas memórias coletivas e nas comunhões afetivas), sendo preciso pô-los à parte das mercadorias normais, como camisas e sapatos (Harvey, 2005, p. 219).

A sutileza da diferença dos olhares sobre esses diferentes tipos de mercadoria é o que dá poder à forma como o poder suave gere influência globalmente e também ao que o entrelaça com a sociedade pós-industrial. A influência e ação, foram sinalizadas mais notoriamente por Joseph Nye no final dos anos 1980, pelo contexto da Guerra Fria e a mudança do poder do realismo clássico (poder duro) para o suave, apesar de sua contribuição, sua conceitualização, segundo Ballerini, teria influência da teoria de Antonio Gramsci (1831-1937), a qual não nos aprofundaremos.

Ballerini (2017), trata o assunto com o uso recorrente das seguintes palavras: persuasão e sedução, afirmando-as como as principais frentes para sua concretização e ação no subconsciente coletivo e, portanto, com efeito na sociedade. Pontua que apesar de milenar, ao exemplificar como o papel da fé influenciou diferentes povos ao longo de milhares de anos no mundo, foi somente com a Guerra Fria que o poder suave ganhou mais notoriedade. Como um contraponto, determinante, mas não exclusivo, para que os estadunidenses sobressaíssem aos soviéticos, foi devido à sua influência a nível global sobre um modo de viver capitalista, pautado principalmente no consumo. Marketeados com as mídias visuais e sonoras, que conseguiram penetrar inclusive no lado soviético, de modo muito mais efetivo que as formas mais tradicionais dos poderes duros, utilizados nas guerras anteriores e constantemente como ameaças nesta.

O autor, trabalhou no seu livro com o recorte voltado para as artes e/ou entretenimento, que são os elementos protagonistas na produção cultural sul-coreana utilizados em seu poder suave e que analisaremos posteriormente.

Segundo a citação:

É a habilidade de conseguir o que se quer pela atração e não pela coerção ou por pagamentos. Surge da atividade de um país por meio de sua cultura, de sua política e de seus ideais. Quando se consegue que os outros admirem seus ideais e queiram o que você quer, não é preciso gastar muito com políticas de incentivo e sanções para movê-los na sua direção. A sedução é sempre mais eficaz que a coerção, e muitos dos valores como democracia, direitos humanos e oportunidades individuais são profundamente sedutores.

O jogo político na era da informação global indica que a impotência relativa do poder suave vai crescer. Os países mais propensos a ser atraentes e ganhar poder suave na era da informação são aqueles com múltiplos canais de comunicação, que ajudam a lidar com assuntos diversos, cuja cultura e ideias dominantes são mais próximas das normas globais (que agora enfatizam o liberalismo, o pluralismo e a autonomia) e cuja credibilidade é reforçada por seus valores e políticas internacionais (Nye, 2005 apud Ballerini, 2017).

Como exemplificado na disputa Estados Unidos vs União Soviética, o poder suave, residido em uma cultura e seus valores, também terá desdobramentos políticos, conseqüentemente tornando-o mais receptivo e atrativo ao que tem mais influência, criando-se legitimidade. Sua materialização torna-se mais evidente no consumo, um dos interesses centrais do poder suave, é o de incitar o consumo de um determinado produto e a adesão a um hábito, induzidos por imagens e discursos, que, como citado por Ballerini, estão carregados de intenções implícitas. Quando trazemos uma perspectiva da globalização, o virtual potencializa, expande o acesso e a influência de atração de maneira mais efetiva e rápida, com a utilização de algoritmos. O autor trará a crítica sobre a proximidade do poder suave com o poder simbólico, através do trabalho de Bourdieu e sua teoria sobre a cultura e sua construção como um poder simbólico, segundo Ballerini (2017).

[...] aquele invisível, às vezes não notado, bem diferente dos poderes econômicos e políticos e exercido de forma inconsciente por aqueles que lhe estão sujeitos ou com cumplicidade destes. O poder simbólico é gerado com diferentes variáveis, como o mito, a língua, a arte, o entretenimento, a ciência, a religião etc. tais variáveis constroem uma lógica no mundo, estruturam a realidade porque são estruturadas. Trata-se de instrumentos de integração social e de sua ordem.

O poder simbólico tem a prerrogativa de:

[...] constituir o dado pela enunciação, de fazer ver e fazer crer, de confirmar ou de transformar a visão do mundo e, deste modo, a ação sobre o mundo, portanto o mundo; poder quase mágico que permite obter o equivalente daquilo que é obtido pela força (física ou econômica), graças ao efeito específico de mobilização, só se exerce se for reconhecido, quer dizer, ignorado como arbitrário. [...] (Bourdieu, 1996 apud Ballerini, 2017).

Para além de uma mercadoria, a cultura também se tornou elemento de influência de poder, seus interesses serão cunhados na acumulação, mas utilizando-se também de uma influência hegemônica, um pouco mais sutil para concretizá-la. O autor aborda muito sobre a influência estadunidense na América Latina e alguns países do Continente Asiático. Além de se vender essa cultura como algo atrativo para o consumo, o poder suave tem a capacidade de torná-lo como uma prerrogativa hegemônica em sociedades que, no jogo econômico, faz com que sejam subjugadas pelos dominantes. Este trabalho, no recorte que se faz sobre a influência sul-coreana, no Bom Retiro, não adentra, inicialmente, na segunda perspectiva mais impositiva, embora o entendimento do seu nível de alcance seja importante para o entendimento de como as diferentes relações acontecem no bairro, e nem no detalhamento do conceito de poder simbólico, apesar de sua similaridade e relação com o poder suave.

Como observamos, a influência do poder suave propaga-se em escalas que vão além da comercial, que é o foco do nosso estudo e do nosso sistema econômico, implicando em influências diretamente políticas. A criação de uma paisagem de consumo é dependente de um espaço urbano e das suas relações sociais que são atravessadas pelo consumo. A construção do urbano, na nossa cidade pós-moderna, é pautada pelo consumo e o consumo só é realizado através de algum estímulo, e esse estímulo é onde o poder suave se insere. O consumo que tratamos vai além do material, de um objeto ou serviço, atinge o próprio espaço em si, o que abordamos com paisagem do consumo, que novamente só será consolidada, através da persuasão e coerção social caracterizadas como aspectos ligados à influência do poder suave. O valor imaterial está ligado à relação étnica que será agregada como mais um elemento de atração.

No próximo capítulo, entenderemos quais foram as condições que influenciaram o governo sul-coreano na promoção e incentivo de sua produção cultural como estratégia para sua valorização no cenário global, tanto em aspectos comerciais como políticos. Que nasce de uma medida protecionista para o cinema nacional e com o sucesso internacional de duas séries, até se tornar uma das mais bem-sucedidas estratégias de exportação cultural que influencia em aspectos além do seu território, onde seus nativos residem fora do país, contribuindo significativamente na sua própria economia.

3. COREIA DO SUL

Com um território de 110.410 km², equivalente ao estado brasileiro de Pernambuco (98.311 km²) e menos da metade do estado de São Paulo (248.219 km²), e com uma população de 51.628.117 habitantes, 7 milhões a mais que a do estado paulista (44.411.238 habitantes), o mais populoso do país. A Coreia do Sul, segundo relatórios da UNDP (United Nations Development Programme), agência da Organização das Nações Unidas (ONU) para o desenvolvimento global, possui um IDH (Índice de Desenvolvimento Humano) de 0,929 – colocando-a em uma categoria de desenvolvimento muito alto e dentro dos 20 melhores países e territórios no índice, um aumento substancial de 27,1% quando comparado com o índice de 1990, de 0,731.

Localizada em uma península ao leste do continente asiático e com sua história marcada por conflitos, sendo um dos mais notórios e importantes os que ocasionaram sua divisão na linha do paralelo 38°, durante a Guerra Fria. A porção sul ficou sob influência estadunidense e a porção norte, soviética. Essa influência seria tanto de elementos de poder bruto (hard power) como de suave (soft power). Apesar de nosso recorte temporal remeter a meados da década de noventa, precisamos pontuar que, como explicado por Nye, a disputa da Guerra Fria foi marcada por embates desses dois tipos de poderes (hard e soft) e como sugere, os estadunidenses obtiveram vantagem por melhor utilizar-se do segundo.

Essa proximidade com os estadunidenses influenciou a vida sul-coreana tanto em aspectos do dia a dia quanto econômicos e políticos, posteriormente na facilidade de impulsionar-se através do poder suave.

A disseminação da cultura pode ocorrer de várias formas, é possível que um terceiro ator ajude, como é o caso da Coreia do Sul abordado por Nye (2011, pg. 119- 120):

Na China, muitas ideias culturais americanas e japonesas estão se mostrando mais atrativas quando chegam via Coreia do Sul [...] sabemos que a Coreia do Sul e a América têm sistemas políticos e econômicos similares. Mas é mais fácil aceitar o estilo de vida dos sul coreanos porque eles estão culturalmente mais próximos de nós.

Contudo, esse só é um dos lados de como o crescimento da cultura sul coreana pode ter vindo a ganhar tanta popularidade. Entretanto, o envolvimento cultural sul coreano com o exterior já era trocado a partir do intercâmbio cultural, mesmo que em pequena escala, através da promoção

de produtos culturais como a literatura, arte, design, cinema, música, entre outros (Silva, 2020, p. 36).

A mudança do paradigma do poder bruto para o suave, devido ao crescimento da globalização alinhada às evoluções tecnológicas que permitiram maior velocidade de propagação de conteúdo e democratização de acessos, possibilitou às multinacionais, às organizações internacionais e aos meios de comunicação exercerem maior influência no cenário global. Isso foi aproveitado pelo governo sul-coreano como uma oportunidade a ser aproveitada com menor investimento, pois o país enfrentava uma crise financeira ao final da década de noventa. Dessa forma, através dos setores culturais, o país obteve algum tipo de retorno financeiro e influência, a médio e longo prazo, no sistema internacional (Silva, 2020). Esses investimentos nos setores culturais, posteriormente, geraram o que foi denominado de onda coreana (HALLYU).

“[...] após a crise do final da década de 1990, o governo passou a apoiar a exportação dos produtos culturais como nova iniciativa econômica. O orçamento total para o setor cultural de 1998 a 2002, saltou de cerca de 440 milhões de dólares para 1,1 bilhões de dólares (Kim, 2011, p. 9 apud Haddad, Mendonça & Constâncio, 2021, p.13).

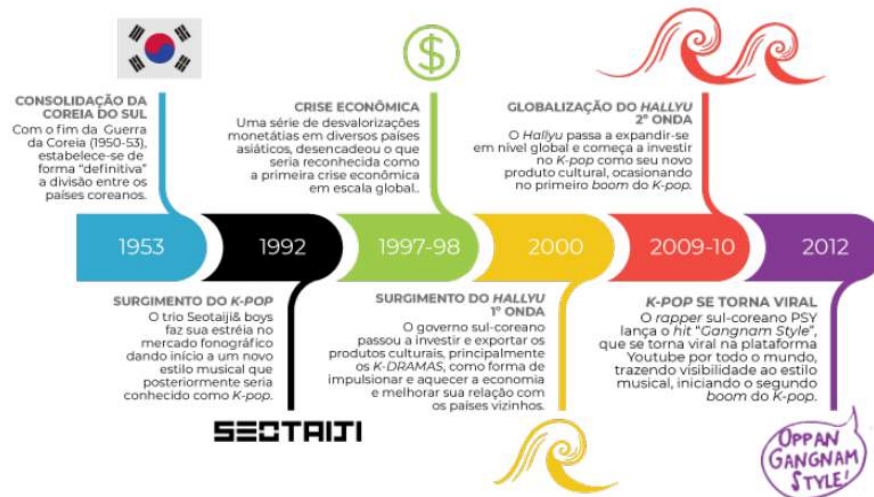
3. 1. HALLYU E O INCENTIVO SUL-COREANO

Em tradução, “Hallyu” significa onda coreana, o que figurativamente representa o conteúdo cultural sul coreano penetrando nos outros países, como uma onda. Aspectos culturais ligados à dramaturgia, música, moda, cosméticos, turismo, esportes, comida e língua (Figura 1), compõem o que são considerados como seus produtos e que podem, direta ou indiretamente, induzir o consumo de mais de um deles. Sua propagação bem sucedida está ligada a dois aspectos, segundo Silva, aos avanços tecnológicos, que aumentaram o poder de disseminação e a valorização da indústria cultural com apoio do governo, utilizando-se das técnicas de soft power.

O debut da Hallyu, pode ser considerado realizado imediatamente após o fim do regime militar autoritário em 1987, onde o mercado de televisão foi liberado na Coreia do Sul (Shim, 2010). A ‘guerra dramática’ interna entre as três principais estações de televisão coreanas (MBC, SBS e KBS) combinada com a pressão exercida pela TV a cabo e pela radiodifusão via satélite levou o governo sul-coreano a estabelecer o primeiro ‘Bureau da Indústria Cultural’ dentro do Ministério da Cultura e Esportes em 1994 (Yang, 2012) para conduzir estratégias culturais que visavam difundir os produtos da cultura popular coreana a nível internacional.

A percepção do governo coreano sob o que estava acontecendo por volta do fim dos anos 90 e início dos 2000, foi rápida e eficaz, com a entrada de filmes estrangeiros no país o governo percebeu que deveria agir rapidamente para frear esse crescimento, pois como o próprio país segue os movimentos do Confucionismo, o nacionalismo e a preservação da cultura nacional eram acima de tudo a mais importante. Nos anos iniciais da Hallyu o governo apoiou a exportação dos produtos culturais como uma nova maneira de iniciativa econômica, além de usufruir de uma saída para a crise financeira que se arrastava pelo território asiático. Dessa maneira, no início do mandato do presidente Kim Daejung (1998-2003) foi criada a Basic Law for the Cultural Industry Promotion, que veio para auxiliar na abertura do comércio (Silva, 2020, p.36).

Figura 1: Linha Cronológica do K-pop e do Hallyu



Fonte: Nascimento, 2019.

Figura 2: Três principais estações de televisão coreanas (KBS, MBC e SBS)



Fonte: Captura do logotipo da emissora, OhMyNews, 2020

Como vimos sobre o poder suave, ele também pode gerar efeitos de aversão, seja por questões diplomáticas ou por proteção da produção nacional contra um mercado hegemônico.

O cinema sul coreano é outro produto da Hallyu que recebeu grande investimento estatal. O gatilho para que o governo observasse a importância de se ter uma indústria cinematográfica forte veio em 1994, após o filme *Jurassic Park* ocupar todas as salas de cinema por três meses ou seja, nenhum outro filme estava sendo exibido além dele e isso chamou a atenção, pois o lucro de Hollywood com apenas um filme na Coreia do Sul era equivalente à exportação de 1,5 milhões de carros Hyundai. Com isso, o governo aprovou a Lei do Audiovisual sul-coreana em 1995, apelidada de "Learning from Hollywood", onde estabelecia uma cota de filmes nacionais nos cinemas de 73 dias por ano e a TV deveria ter 80% da sua programação ocupadas por produções nacionais, além do investimento para a produção dessas obras, financiando produtoras e festivais de cinemas (Rufino, 2018 apud Bonfim, 2021, p.31).

Os signos que representam a identidade e a cultura coreana, sempre se mostraram como uma forma de resistência aos momentos em que passavam por algum tipo de dominação ou regime autoritário, como foi no período da dominação japonesa (1910-1945), quando todos esses elementos foram fortemente oprimidos e suprimidos, incluindo o próprio idioma coreano.

Não foram com todos os aspectos culturais e nem tão globalmente que a hallyu começou, na segunda metade dos anos noventa. Nos mercados chinês e japonês, dois dramas fizeram sucesso nos respectivos países, "What is Love?" e "Winter Sonata". Apesar de não ser o fator determinante e de ainda existir um debate sobre qual seria o seu marco definitivo inicial, o sucesso das duas séries motivou os investimentos das grandes emissoras, já citadas, a quererem exportar mais dos seus dramas para além desses países, também para Taiwan, Cingapura, Vietnã e Filipinas. Ballerini (2017) fala da importância do k-pop também para esse momento inicial, com Seo Taiji and Boys, marcando o início desse novo gênero musical em 1992, influenciado pelo hip-hop estadunidense e outros gêneros musicais nacionais. Foi o pontapé para o crescimento de uma indústria musical que iria, posteriormente, com o advento de novos grupos e cantores de maior projeção internacional, conseguir realizar shows fora do país e se tornar produtos de exportação nacional. Contudo, assim como a Coreia do Sul se preocupou com a invasão de conteúdos entretenimento estrangeiros para dentro do seu mercado, outros países também começaram a se preocupar com a invasão dos conteúdos sul-coreanos em seus países. Na Figura 3, temos as principais empresas pioneiras e mais influentes do entretenimento coreano, no setor relacionado ao k-pop.

No caso chinês, em 2016, houve o que ficou conhecido como *hallyu ban*, medidas e normas que proibiram, por meio de decreto, a aparição de artistas

sul-coreanos na mídia chinesa, como destacado em matéria no site da Coordenadoria de Estudos da Ásia (CEÁsia) da Universidade Federal de Pernambuco. Apesar de o banimento ter sido uma medida de retaliação à inserção de sistemas bélicos estadunidenses em território sul-coreano, visto como uma ameaça para os chineses, a ação demonstrou a percepção do governo chinês de como os produtos oriundos de uma ação de poder suave também podem ser utilizados como medidas de sanções diplomáticas. Essa percepção e a influência estadunidense, como citado anteriormente, nos leva à definição de outro autor sobre o que é a hallyu:

Algumas características sobre a “Onda coreana” devem ser aqui colocadas, para Jang, W. K. Paik existem três especificamente. A primeira informa que a Korean Wave - Hallyu, não é especificamente coreana e sim um conjunto cultural, onde pega questões tradicionais coreanos e culturas ocidentais, usando principalmente a influência norte-americana que desde o fim da Guerra da Coreia, teve um papel importante no desenvolvimento sul coreano. Como aponta Shim (2006), a hibridização cultural tem ocorrido como agentes e atores culturais interagem e negociam com formas globais, utilizando como recursos através dos quais os coreanos utilizam como a base da “Onda Coreana”. Para especialistas sul coreanos a globalização gera a promoção híbrida o que faz com que o alcance seja ainda maior. A cultura pop coreana tanto no mercado global quanto local será ainda mais globalizada (JANG, W. K PAIK, 2012). A segunda característica apresentada é a de que a “Onda coreana” vai ser aceita de formas distintas em cada nacionalidade em que a Hallyu chegar. Como por exemplo na taiwanesa que foi bem recebido e ao contrário de promover uma melhoria da cultura nacional e sim influenciou para que houvesse um maior interesse sobre adquirir o conhecimento tanto de língua, cultura e música sul coreana (JANG, W. K PAIK, 2012). Em terceiro lugar, é a característica de não aceitação da Hallyu. Como apresentado na característica dois a terceira é a não reciprocidade. Cai (2011, p. 2) informa que “A Administração Estatal da China para Cinema e Televisão de Rádio e Televisão também disse em dezembro de 2005 que a China tinha sido muito generosa com a importação de dramas de TV coreanos e exigiu um processo de exibição mais rigoroso.” Isso demonstra que apesar dos países do Leste asiático terem uma boa aceitação alguns podem ver como ameaça a cultura nacional e impor sanções (Silva, 2020, p.39).

Será através do Ministério da Cultura, Esporte e Turismo que os investimentos serão realizados: “O orçamento total para o setor cultural de 1998 a 2002, saltou de cerca de 440 milhões de dólares para 1,1 bilhão de dólares”, o que representou “1,15% do orçamento total do governo em 2002” (Kim, 2011, p.9 apud Silva, 2020, p.37). Isso demonstrou como a rápida ação do governo sul-coreano em observar a potencialidade do fomento e investimento à sua produção cultural, poderia render um retorno financeiro em um período curto de tempo. Somente com o Kpop, no ano de

2018, obteve-se um lucro “US \$4,7 bilhões ao ano para a Coreia, liderado por empresas privadas subsidiadas pelo Estado que possuem capital aberto na bolsa de valores de Seul” (Ortega, 2019 apud Silva, 2020, p.16). O que, em comparação, retornaria o quádruplo do investimento, de US\$1 bilhão, ao fundo criado para o gênero pelo governo em 2005.

Figura 3: Logos das três maiores e mais influentes empresas de entretenimento sul coreano (Big 3), SM Entertainment, YG Entertainment e JYP Entertainment.



Fonte: allkpop, 2020.

Atualmente, a Hallyu possui diversas propostas de divisão de suas fases. Optamos pela de Silva, ao dividi-la em quatro, ressaltando a sua contribuição para a economia e expansão da influência sul coreana. Estas fases serão marcadas tanto pela expansão de influência do nível regional ao global, como para os diferentes produtos e formas de alcance. O destaque para a fase mais recente, a Hallyu 4.0, ainda está fortemente influenciada pela indústria musical e dramaturga, porém com o K-style ditando tendências relacionadas a moda e à rotina de cuidados estéticos (maquiagem, acessórios, roupas e cabelo), através das redes sociais que amplificam as plataformas de divulgação (Silva, 2020).

O Taekwondo será outro dos elementos protagonistas na política de poder suave. Esta arte marcial de origem coreana terá, a partir dos Jogos Olímpicos de Sydney, em 2000, o reconhecimento como um esporte olímpico. Segundo Silva (2020), em entrevista com Kim Yeo Jun, representante da Kukkiwon (órgão responsável pela regulação de todos os faixas-pretas no mundo sediado em Seul) no Brasil, compartilhou que o esporte gera uma receita de quase US\$ 555 milhões ao país ao ano, tanto pelo turismo como pelo processo de se tornar mestre, que é obrigatório no curso da Universidade de Taekwondo, criado pelo governo na década

de setenta. Apenas a história do esporte teria conteúdo suficiente para um outro trabalho, mas pontuaremos que a sua popularização, ainda nas décadas passadas, possibilitou, através dos mestres coreanos que se espalharam pelo mundo, a sua disseminação e do interesse pela luta e conseqüentemente, também pelo país que ainda se apresentava um tanto restrito aos demais.

Uma ação parecida com o que aconteceu no processo desse esporte, de gerar interesse pelo país, será a com a criação das KOIS - Serviço de Cultura e Informação da Coreia e da Fundação Coreana para Intercâmbio Cultural Internacional (KOFICE):

Outra organização que é ligada ao Ministério da Cultura, se chama Fundação Coreana para Intercâmbio Cultural Internacional (KOFICE). É um instituto designado para conectar a Coreia com o mundo por meio da cultura. Que busca esforços para compartilhar a excitante e dinâmica cultura coreana com a comunidade internacional. A Hallyu aproximou pessoas de diferentes origens e transformou a Coreia em uma nação com uma presença cultural inegavelmente impactante. Além das instituições que são voltadas justamente para a propagação da cultura da Coreia do Sul pode-se destacar o Instituto King Sejong, uma instituição pública sob a influência do Ministério da Cultura, Esporte e Turismo da Coreia do Sul, criada para gerenciar o ensino da língua coreana no exterior e expandir o alcance da cultura coreana. (Silva, 2020, p.50)

O poder suave tem a capacidade de exercer influência além do setor econômico, mas também nas relações internacionais nas quais o país que faz uso deste possa estabelecer. O caso sul-coreano se promoveu para além do enriquecimento pela indústria cultural, com o interesse pela sua educação e a melhoria da reputação dos seus produtos, dando às suas grandes empresas no ramo da tecnologia, como LG, SAMSUNG e HYUNDAI, reconhecidas já anteriormente a esta política, mais prestígio. O estudo sobre a indústria sul-coreana e como ela conseguiu se desenvolver ao ponto de conseguir competitividade internacional, após a abertura econômica, diferente da situação latina, também seria material para um novo estudo. A política, alinhada à abertura externa, terá, junto com as embaixadas e as instituições citadas acima, o papel de promoverem o ensino da língua e a promoção de bolsas de estudo no país, com ações que vão desde feiras de intercâmbio a festivais, articuladas com as redes sociais e outras plataformas de conteúdo.

O impacto cultural que o país vem mostrando atualmente para o mundo é de grande importância. A partir da Hallyu o país se viu criando centros próprios para a administração cultural, com o apoio do KOCIS, uma ramificação do Ministério da Cultura, Esporte e Turismo, o país conseguiu abrir mais de 32 centros culturais em 27 países, que ficam responsáveis por essa divulgação

cultural e suporte para empresas coreanas que venham querer atuar em determinado país. Atualmente esse mercado é responsável com gerar um lucro consideravelmente elevado, chegando a passar a casa dos US\$7,4 bilhões (JOSÉ ROMILDO, 2019 apud SILVA, 2020, p.11).

Essa articulação dos KOCIS será muito importante para as Koreatowns, porque, como foi dito, elas articulam e fazem o suporte para que as empresas coreanas atuem em outros países, sendo nelas um espaço mais seguro para o investimento e uma garantia de se atingir seu público-alvo. Quando comparamos as características abordadas por Jang, W. K. Paik, sobre a relação de hibridação cultural como uma das características da hallyu, vemos que essa característica de hibridação será um dos temores da migração sul-coreana no Brasil, com o seu forte caráter assimilatório cultural.

4. BOM RETIRO

A importância da multiplicidade de culturas e a diversidade de etnias que compõem a população do Bom Retiro é reconhecida pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), que lançou, em 2009, o projeto intitulado *Inventário de referências culturais do Bom Retiro: multiculturalismo em situação urbana*, inscrito no Programa Nacional do Patrimônio Imaterial (IPHAN, s/d), em parceria com o Departamento de Patrimônio Histórico do Município de São Paulo, para analisar e catalogar os bens patrimoniais imateriais do Bom Retiro, com o intuito de preservá-los. E, na história da sua evolução urbana, podemos encontrar razões para tal multiculturalidade que o bairro de hoje apresenta (Chi, 2016, p.30).

A multiplicidade é reconhecida e marcada como uma das características identitárias do bairro do Bom Retiro, situado na Subprefeitura da Sé, que integra o conjunto de bairros que formam a região central da cidade de São Paulo, com uma área de 4 km² e uma população de aproximadamente 33.892 habitantes (2010). Por pertencer aos bairros da região central, é marcado pelas características que Ortigoza traz para descrevê-lo como um referencial para a memória coletiva. Outros elementos, como ter sido a primeira hospedaria do imigrante da cidade e ter sua localização estratégica junto à principal estação de metrô (Luz) da cidade, reforçam esse papel. A contribuição da linha férrea será determinante para o seu desenvolvimento, ocupação até os dias atuais e no seu processo de urbanização.

Seus limites são delimitados do sul ao oeste pela linha férrea, que outrora ligava o Porto de Santos (principal ponto de chegada dos imigrantes) até Jundiaí, tendo apenas dois acessos, que lhe transpassam pelo Viaduto Gen. Couto de Magalhães e na Rua Silva Pinto, acima e abaixo, respectivamente, e que ligam aos bairros da Santa Ifigênia e Campos Elíseos. Ao norte, teremos a Marginal Tietê, que continua fornecendo, assim como no passado, uma barreira de circulação devido ao rio e que antigamente, antes da sua retificação, acometia a área com alagamentos, o que atrasou sua ocupação quando comparado com outras áreas na parte mais alta, distinção que Chi (2016) utiliza em relação às curvas de nível do bairro, próximas à estação. A oeste, no mapeamento de distritos, seu limite vai até as avenidas do Estado e Cruzeiro do Sul, sendo cortado pelo rio Tamanduateí. Chi, em seu trabalho, analisará o bairro como uma ilha urbana circundada por rios e uma ferrovia, sendo esta determinante para a circulação de mercadorias e pessoas na região (Figura 4 e Figura 5).

Figura 4: Mapa da área de estudo (Bom Retiro), com limites políticos-administrativos com síntese de fluxos e centralidades.



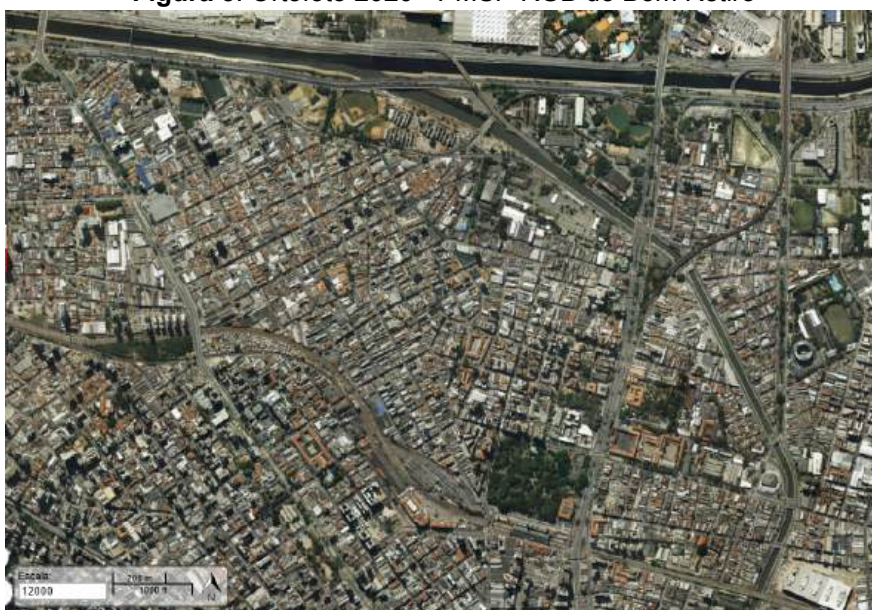
Fonte: Projeto urbano para o Bom Retiro

No recorte de um bairro central, para além do seu papel na memória coletiva, Ortigoza pontua sobre esse espaço como uma possibilidade para um capital mundializado, referindo-se aos processos de reestruturação urbana. A exemplo, poderemos citar a proposta da Koreatown, a qual iniciamos o nosso trabalho e que já teve uma proposta parecida, em 2017, com o nome de um projeto de “Little Seul”, que tinha objetivos semelhantes ao da Koreatown, apenas com um outro nome e com a promessa do prefeito da época, João Dória, em visita à capital sul-coreana, de revitalizações com a participação de sete empresas coreanas, segundo reportagem da publicação crítica da *Le Monde Diplomatique Brasil* (2017) e da organização *Educação e Território* (2017). Estamos tratando de um centro metropolitano, articulado com uma mundialidade que afetará diretamente em uma escala local: “[...] este onde os desequilíbrios e as relações de conflito se chocam no cotidiano de maneira mais intensa. Toda essa dinâmica socioespacial é produto da formação de uma sociedade mundializada e contraditória que se materializa no urbano.” (Ortigoza, 2001, p.58 apud Ortigoza, 2010, p. 105).

Observamos tratar-se de uma dinâmica em que o capital se utiliza de um processo conhecido como o da valorização, desvalorização e revalorização de maneira estratégica para a propriedade do solo urbano privado, que autores como

Alves, G. tratam em Transformações e resistências nos centros urbanos (2015). Em uma matéria da Gazeta SP (2021), afirma-se que 50% dos imóveis do bairro são de proprietários da comunidade coreana. Estamos tratando de um centro metropolitano, articulado com uma mundialidade que afetará diretamente em uma escala local: “[...] este onde os desequilíbrios e as relações de conflito se chocam no cotidiano de maneira mais intensa. Toda essa dinâmica socioespacial é produto da formação de uma sociedade mundializada e contraditória que se materializa no urbano.” (Ortigoza, 2001, p.58 apud Ortigoza, 2010, p. 105).

Figura 5: Ortofoto 2020 - PMSP RGB do Bom Retiro



Fonte: Geosampa, 2024.

4.1. DE CHÁCARAS PARA UM BAIRRO OPERÁRIO DE MIGRAÇÃO ITALIANA

Mesmo com a proximidade com o centro histórico e sem nenhuma barreira geográfica expressiva, a região só vai estabelecer uma conexão direta com a área central a partir do início do século XIX. Inicialmente, a Luz servia como uma intermediária entre a zona rural e a cidade, o que, segundo Truzzi, representava uma ocupação possível pelos sítios e chácaras banhados pelo rio Tietê. Assim, passou a ser um retiro para a elite econômica da época, mas com pouco interesse imobiliário devido às frequentes inundações. O nome de uma dessas chácaras acabou originando a designação de todo o bairro posteriormente.

Seu loteamento só começaria no final do século XIX, com o processo que ficou

conhecido como o loteamento do “cinturão de chácaras” das terras de lazer próximo aos rios. Naquele momento, com a implementação das ferrovias Santos-Jundiaí e Sorocabana, concomitantemente à vinda dos imigrantes, principalmente dos italianos, promoveu-se um novo caráter estratégico de circulação de pessoas e mercadorias. Na figura 6, podemos ter uma vista da Estação da Luz em 2024. As ferrovias serviam até então para o escoamento do café da elite cafeicultora (Chi, 2016):

A partir de 1900, com as obras da nova Estação da Luz, com a construção do viaduto unindo as ruas José Paulino e Couto de Magalhães e com a execução da passagem inferior da Alameda Nothmann sob as linhas da Inglesa, entrou o bairro a expandir-se comercialmente. Nele, se fixaram muitas famílias israelitas. As ruas José Paulino e da Graça e posteriormente a Barra do Tibagi, tornaram-se artérias de intenso comércio. Mas o casario ainda conserva traços de velhas construções dos fins do século passado.

Os Italianos, a partir de 1880, e os israelitas, a partir de 1900, encontraram, para si, um "bom retiro" no bairro. E, graças ao poder de assimilação daqueles e de adaptação ao meio destes, formaram um ambiente propício a outras nacionalidades, no que tiveram o apoio dos portugueses preexistentes. Assim também outros povos vieram encontrar nesse lugar o seu "bom retiro": sírios, libaneses, turcos, russos e outras nacionalidades em menor escala. (Dertônio, 1971, p. 13-14).

Figura 6: Vista para Estação da Luz do Parque da Luz



Fonte: Foto do autor, 2024

Sua localização, naquele momento, era considerada próxima ao centro, mas não exatamente central ao funcionamento da economia, na medida em que cumpria um papel complementar, de transição, pois oferecia aos imigrantes um local para residirem sem incomodar as elites. Durante seu processo de urbanização e industrialização, a presença operária tornou-se sua característica marcante, transformando-o em um dos primeiros bairros com essa identidade. Naquele momento, a ferrovia desempenhava papel central para o bairro, atraindo as novas

indústrias para as proximidades dos seus trilhos, devido ao seu alto poder de escoamento e consequentemente gerando novos empregos para a região, empregos que eram ocupados pelos imigrantes que também chegavam pelos trens e por lá, se estabeleciam. Esse movimento foi tão significativo que resultou na criação da primeira hospedaria do imigrante da cidade, que durou cinco anos (Truzzi, 2001). Outro marco seria a inauguração do Jardim da Luz em 1910, que desde então se tornou um dos poucos espaços de lazer para os moradores. Nas figuras 7 e 8, podemos perceber que o parque continua a ser parte importante do dia a dia da população.

Figuras 7 e 8: Fotografia de imigrantes sul-coreanos praticando badminton no Parque da Luz



Fonte: Fotos do autor, 2024

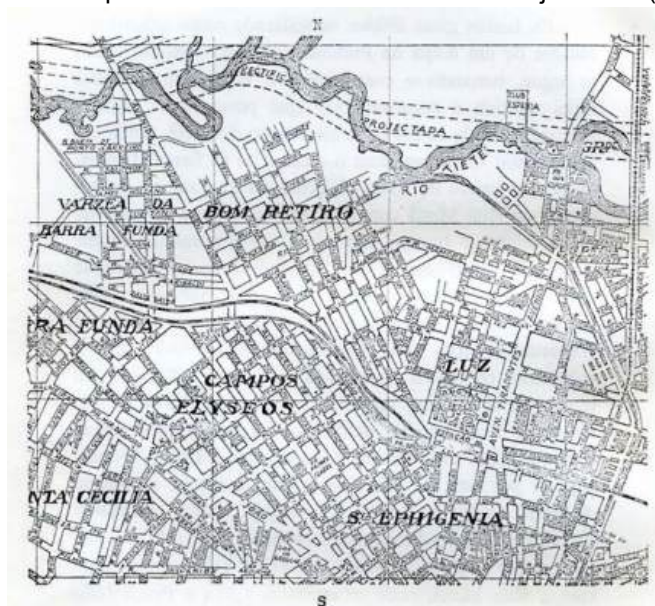
Além de operários, os italianos junto aos portugueses, a partir de uma produção em casa, começaram a constituir seus pequenos comércios, até se tornarem pequenas indústrias, na produção de produtos para seus respectivos grupos, uma economia que Chi (2016) denomina como de economia de base étnica.

A migração judaica foi responsável pela próxima grande transformação no bairro. Presente já em meados da década de 30, houve uma transição dos italianos para os judeus como principal grupo étnico migrante, ainda que sua presença no censo daquela década não fosse tão notada, apesar de já desempenharem papel no comércio de vestuário como vendedores ambulantes. Eles tomam protagonismo na metade da década de 40, na parte alta, estabelecem seus negócios no setor de vestuário e desenvolvem atividades ligadas às suas necessidades também enquanto comunidade e colônia. Criam espaços voltados à sociabilidade, cultura, religião e o comércio de itens de interesse específico, ou seja, desenvolvendo um enclave étnico (Truzzi, 2001):

Uma década depois, o desenvolvimento da atividade comercial mudou a paisagem do bairro. O aspecto residencial, que antigamente era representado por habitações modestas, em sua maior parte de caráter coletivo (pensões, cortiços e casas de cômodos) foi substituído, em algumas áreas, por edifícios residenciais. A grande concentração comercial valorizou os imóveis; e os velhos casarões, adaptados, transformaram-se em fábricas ou lojas. Apenas na parte mais funda do bairro ainda se encontram vilas e ruas residenciais. Nesse trecho, mais próximo à várzea, ainda mora o que restou da colônia italiana. A partir dos anos 50, lojistas e fabricantes começaram a perceber as desvantagens em residir em um bairro misto, isto é, residencial e comercial-industrial. Então, a maior parte dos judeus, à medida que prosperavam, acabaram indo residir em outros bairros (Truzzi, 2001, p. 150).

Nas figuras 9 e 10, podemos observar mapas históricos que mostram as irregularidades do Rio Tietê e o primitivo projeto de retificação (Dertônio, 1971), assim como a diferença de ocupação entre a porção baixa, ao norte, e a porção alta, ao sul. Os loteamentos, correspondentes às datas, estavam no processo de ocupação da comunidade judaica.

Figura 9: Mapa Histórico Bom Retiro e Bairros Adjacentes (1933)



Fonte: Dertônio, 1971.

Em conclusão, poder-se-á admitir que a população estrangeira no bairro do Bom Retiro se tenha distribuído como segue: de 1870 a 1890, em maioria portugueses; de 1900 a 1940, predominantemente de origem itálica; e de 1950 a 1970, de forte predominância israelita. (Dertônio, 1971, p.22)

A contribuição dos diferentes grupos étnicos e suas colônias para a economia do bairro, ao longo das décadas, foi determinante para consolidá-lo como um polo industrial e comercial têxtil de expressão e alcance nacional. Ao passar da sua

ocupação inicial ao desenvolvimento das indústrias e comércio, ascensão e consolidação da indústria de confecção, o bairro da Luz testemunhou mudanças nas edificações e estruturas. Segundo Chi (2016), em dados fornecidos pelo Consulado Sul-Coreano e no trabalho de Choi (2011), cerca de 40% da produção têxtil brasileira, em 2011, era de produção realizada por donos sul-coreanos. Com as mudanças da relação comércio-consumidor e a ascensão das redes de fast fashion e e-commerces internacionais, um novo estudo precisaria ser feito para mensurar esses dados atualmente. Contudo, ainda é possível notar sua expressiva presença e contribuição para a cidade no comércio de rua.

Figura 10: Mapa Histórico do Bom Retiro (1930) - Sara



Fonte: Geosampa, 2024.

4.2. MIGRAÇÃO JUDAICA, COMÉRCIO DE CONFECÇÕES E A VERTICALIZAÇÃO

A etnia predominante do Bom Retiro até os anos 40 foi a italiana, mas quem dominava o comércio da Rua dos Imigrantes - nome antigo da atual José Paulino e rua comercial de maior movimento desde aquela época - eram os portugueses que tinham armazéns de secos e molhados, dando origem à expressão “portugues da venda”. E quem vendia roupas e armarinhos eram sírios e libaneses. Se não tinham ponto, eles vendiam de porta em porta, e eram chamados de “turcos de prestação” (Dertônio, 1971, p.79).

Como mencionado anteriormente, será com os judeus que o bairro sofrerá a transformação do seu caráter operário para um perfil comercial. Sua chegada será a partir da década de 20, tornando-se mais expressiva com o avanço dos regimes autoritários, principalmente o nazismo na Europa e o fechamento de imigração de outros países (Rufato, 2006, p. 102 apud Chi, 2016, p. 32). A atividade comercial autônoma é protagonista na ascensão social e na acumulação de capital.

A cidade de São Paulo passava por um forte crescimento urbano, que gerava um mercado em potencial para que os judeus pudessem explorar. Com um modelo de produção que misturava o comércio e a indústria em um mesmo edifício, eles se multiplicaram pela Rua José Paulino e proximidades, entre o final da década de 20 e meados da de 40, dominando a região com a indústria e o comércio de confecção (Chi, 2016).

Em meados dos anos 30, época em que o censo foi realizado, é provável que a maior parte das famílias de origem judaica que habitavam o bairro vivesse do comércio ambulante, embora vários já tivessem estabelecido lojas no bairro. É evidente a concentração de firmas no ramo de vestuário, sobretudo fabricando e comercializando roupas prontas. Casacos, coletes, vestidos, camisas, pull-overs, meias, ternos, chapéus, sobretudo, roupas brancas, gravatas e pijamas são os itens mais constantes. É interessante constatar que esse é um momento de transição, no qual convivem judeus e outras nacionalidades (sobretudo italianos) no comércio do bairro. Doze anos mais tarde, em 1945, o predomínio dos judeus no comércio da parte alta do Bom Retiro já se tornara absoluto. De fato, para os imigrantes, as perspectivas de uma vida melhor com um negócio próprio eram muito atraentes. (Truzzi, 2001, p.149)

Conforme aumentava o capital, os judeus promoviam transformações no bairro para melhor atender sua comunidade e suas necessidades enquanto coletivo. Alguns destes aspectos eram visíveis, como os relacionados à religião com as sinagogas, os comércios específicos para judeus para comida, vestimenta ou itens domésticos e as escolas. Isso conferiu ao bairro as características de um enclave étnico. Nas figuras 11 e 12, podemos ver durante nossa visita em campo, duas sinagogas remanescentes desse período. A primeira, Sinagoga Israelita Beth Itzchak Elchonon, na Rua Prates, inaugurada em 1956, e a segunda, Sinagoga Machzikei Hadas "105", na Rua Joaquim Murtinho, construída entre 1965 e 1967 (Szwarcbart, 2019).

Figura 11: Sinagoga Israelita Beth Itzchak Elchonon, na Rua Prates



Fonte: Foto do autor, 2024

Figura 12: Sinagoga Machzikei Hadas "105", na Rua Joaquim Murtinho



Fonte: Foto do autor, 2024

Em resposta ao crescimento urbano, a prefeitura promoveu transformações como o “Plano de Avenidas de Prestes Maia, que incluíam a retificação do Rio Tietê e o alargamento da Avenida Santos Dumont” (Chi, 2016, p.34). Observamos que o crescimento desta metrópole privilegiava o automóvel particular, fortemente influenciado pelo fordismo estadunidense e que ganhava popularidade com a ascensão das novas classes médias, incluindo os judeus do Bom Retiro, que já haviam acumulado capital com o comércio têxtil e despertaram o interesse do mercado imobiliário. O bairro passa por um processo descrito por Chi a partir de citação de Mangili (2011, p.75 apud, 2016, p.35) como o de compactação,

aproveitando-se lotes inteiros para a construção de edifícios verticalizados. Isso supria a demanda residencial da comunidade judaica e modificou a paisagem para configurações mais atuais de ocupação total dos lotes, com edifícios mais verticalizados. Na figura 13, podemos observar a evolução do bairro, já com o enclave judeu, as retificações dos rios e o início da ocupação das várzeas, e sua evolução nas duas décadas seguintes, na figura 14.

Figura 13: Mapa Histórico do Bom Retiro (1954) Vasp Cruzeiro



Fonte: Geosampa, 2024.

A ascensão financeira judaica também foi a razão de sua evasão do bairro, pois, conforme prosperavam comercialmente, mudavam-se para bairros considerados melhores, mesmo que seus comércios e indústrias continuassem no Bom Retiro. A mudança se iniciou de fato com a sucessão geracional: por conseguirem prover melhores estudos aos seus descendentes, estes optaram por exercer profissões de maior prestígio e, conseqüentemente, deixavam o ramo das confecções, que foi aproveitado pela comunidade sul-coreana, que consolidava seu processo migratório.

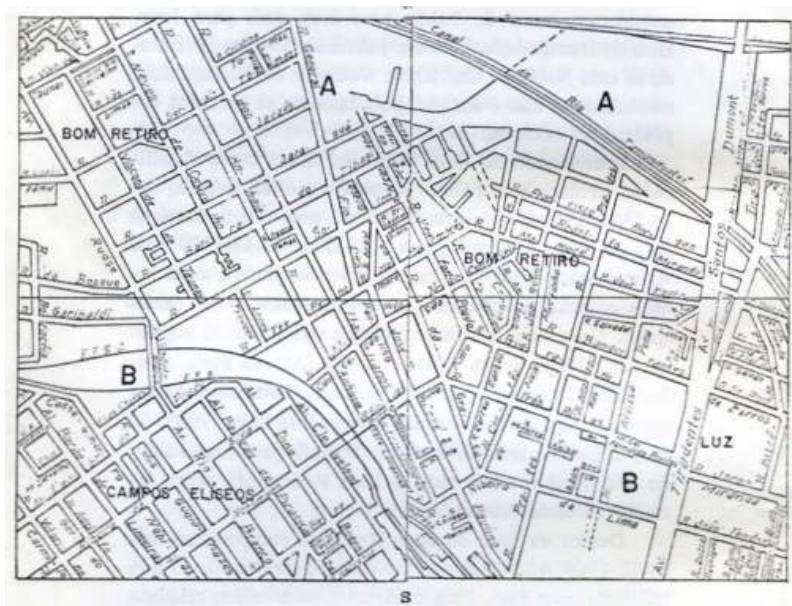
Entre judeus, a ênfase muito maior (em relação por exemplo aos italianos) na educação dos filhos como estratégia de mobilidade da segunda geração acabou deixando-os sem herdeiros para suas lojas. "Prefiro ter filhos engenheiros, médicos ou advogados a vê-los passar a vida atrás de um balcão ou numa máquina de costura", confirmou-nos um entrevistado que fechou sua loja depois que nenhum dos três filhos quis continuar suas atividades. Na colônia, todo imigrante quis ter filho doutor, num mecanismo

em que os pais projetaram nos filhos aquilo que não conseguiram ser e fazer (Oksman, 1990: 19).

Grosso modo, tais elementos sugerem que a defasagem no tempo de chegada na imigração entre os dois grupos vem acarretando certa complementaridade em termos de inserção econômica, que se manifesta no fato de que filhos e netos de imigrantes judeus não se reproduzem nas mesmas posições da estrutura social por onde seus pais ou avós iniciaram. Os judeus, sem herdeiros para tocar o negócio original, vislumbraram nos coreanos uma ótima oportunidade para passar adiante suas lojas. (Truzzi, 2001, p. 157-8)

Como dito, a comunidade judaica foi a responsável pelas construções dos edifícios, que conseqüentemente verticalizaram as edificações e causaram um maior adensamento no bairro. Mais adiante, este mesmo local será ocupado pelos coreanos que também aproveitaram, além da sua estrutura, o seu polo de confecção, predominantemente feminino, para também prosperarem e desenvolverem seu enclave étnico.

Figura 14: Mapa do Histórico Bom Retiro e Bairros Adjacentes (1970)



Fonte: Dertônio, 1971.

4.3. ENCLAVES ÉTNICOS

Outros autores como Truzzi, Chi e Dertônio detalham melhor as transformações que ocorreram no bairro e a contribuição de outros povos para chegar às configurações mais recentes. Em nosso trabalho, antes de adentrarmos na migração coreana no Brasil e mais especificamente no Bom Retiro, analisaremos o

que é um enclave étnico, algo que tanto a comunidade judaica quanto posteriormente a coreana desenvolveram.

Um enclave étnico contrapõe-se, tanto por uma leitura de autores nacionais quanto internacionais, a espaços de segregação como os guetos e bairros étnicos estadunidenses e a modelos mais assimiladores como os brasileiros.

O termo “enclave” tem uma conotação mais positiva, como uma “estação residencial temporária antes da assimilação espacial” (Logan et al. 2002:301), ou um espaço voluntariamente segregado (Marcuse 1997), ao contrário dos guetos urbanos, que implicam segregação e estigmatização por um grupo dominante. Nestas áreas, um grupo minoritário e os seus membros partilham uma língua, cultura, etnia ou nacionalidade (Gans 2008:354) como forma de fortalecer o desenvolvimento económico, sociocultural e político dentro da comunidade (Marcuse 1997); proporcionam habitação acessível, laços familiares e oportunidades de emprego que não são facilmente encontradas fora da rede de imigrantes (Logan et al. 2002). Esses estudiosos consideraram se tais espaços desempenhavam um papel como veículo de assimilação (Portes e Bach 1985; Portes e Jensen 1989; Portes e Manning 2008 [1987]; Zhou e Logan 1991) ou como espaço de incorporação (Sanders e Nee 1987) (Kim, 2018, p.276-277).

Ao analisar esse termo, Chi discorre sobre as concentrações étnicas nas metrópoles, sem combatê-las, controlá-las ou segregá-las, como em um gueto, ou assimilá-las, mas reconhecendo respeitosamente a sua diversidade. A afinidade cultural e a congregação voluntária são os pontos centrais que Marcuse traz em seu trabalho, segundo Chi, que sustentam a nossa perspectiva sobre esses espaços, no debate acadêmico sobre o tema.

A parte comunitária é de suma importância para caracterizar um enclave, com suas instituições e símbolos que unem a comunidade, apesar de outras condições também influenciarem na sua concentração naquele espaço, como foi no caso da comunidade judaica e posteriormente, na coreana. A presença do polo têxtil como principal fonte de renda implicou que ocupassem o bairro, o que conseqüentemente culminou na criação de um comércio étnico secundário para atendê-los. Outro argumento de Chi que sustenta a colônia coreana ser um enclave é sua heterogeneidade social, o que no caso dos guetos, teria a predominância de um status de menor hierarquia, o que não ocorre aqui. A permanência torna-se arbitrária ao sujeito, apesar das situações citadas anteriormente influenciarem essa permanência devido às melhores condições que conseguem vivendo em comunidade, principalmente para recém-chegados.

Assim, o enclave étnico é um território de permanência e de transitoriedade ao mesmo tempo. E o bairro do Bom Retiro atravessa pela sucessão de colônias de imigrantes e vê seu espaço se transformar a cada transição, através da preservação por resignificação (por exemplo, lugares de comunhão no passado que se convertem em lugares de memória e representam identidade simbólicas), da adaptação de usos, da destruição seguida pela nova construção e do abandono (Chi, 2016, p. 43).

A autora destaca que os enclaves não costumam durar muitos anos, como visto no exemplo do enclave judaico, no qual a assimilação e ascensão social sem dependência da comunidade pode resultar nessa mudança ou na dispersão. Entretanto, um enclave sempre será uma manifestação urbano-espacial, que deixará a marca da identidade cultural, de maneira coletiva, desses povos nas metrópoles. “[..] a visibilidade através dos monumentos e construções que contém símbolos identitários, é um ato permanente e importante de reconhecimento da diversidade e da preservação da memória.” (Chi, 2016, p.42).

5. IMIGRANTES COREANOS

Quando falamos sobre a imigração coreana no Brasil, nos deparamos com algumas condições, incluindo as que ocorreram por vias oficiais e legais, a partir de 1963, e as não oficiais e ilegais, que também ocorreram após a data da vinda oficial, por outros países vizinhos e as anteriores ocorridas no período da dominação japonesa (1910 - 1945), quando os coreanos tinham sua nacionalidade naturalizada como nipônica devido ao processo de migração japonesa iniciado em 1908. Outras condições podem ser observadas, como a de presos políticos. A Coreia do Sul passava por um momento político muito delicado, o que pode ser averiguado em sua chegada ao Brasil antes do período destacado (Choi, 1991). Fotografias dos imigrantes saindo do Porto de Busan podem ser observadas nas figuras 15 e 16.

Entre 1948 e 1987, através de sucessivos golpes, vários governos tomaram o poder no território sul-coreano, até ocorrer neste último ano uma transição para um governo democrático. Na Década de 1960, milhares de coreanos migraram para outros países em busca de melhores condições de vida ou liberdade. Foram motivados pela instabilidade econômica, a confrontação entre as Coreias do Norte e do Sul, a atmosfera anticomunista, a ditadura militar, o ambiente opressivo da sociedade coreana e as dificuldades financeiras enfrentadas pelas famílias (YANG, 2011). A acelerada urbanização e o desenvolvimento industrial, que foram resultados do investimento do governo norte americano, proporcionou uma migração dos coreanos que viviam nos campos exercendo a atividade agrária, para os centros urbanos, elevando o número da classe operária. (Park, 1997 apud Leite, 2020, p.25)

Figuras 15 e 16: Fotografias do Porto de Busan durante a segunda imigração dos católicos coreanos para o Brasil em 1966



Fonte: Dang Jin, 2015. Apud Chi, 2016.

Choi será nossa principal referência para entender esse processo até o ano de 1991, data da publicação de seu trabalho, enquanto Chi completou a partir de dados posteriores.

A emigração coreana para o Brasil, como veremos, foi preparada por

civis, membros da Associação Cultural entre o Brasil e a Coreia, na condição de “contrato de emigração”. O governo militar coreano aprovou e apoiou o projeto, promulgando a Lei de Emigração de 15 de março de 1962. Assim, pela primeira vez na história da República da Coreia do Sul, embarcou a primeira leva de emigrantes oficiais para o Brasil em 18 de dezembro de 1962. Chegaram ao porto de Santos, 103 coreanos, no dia 12 de fevereiro de 1963, dando início a um processo migratório que continua até hoje, clandestinamente ou não (Choi, 1991. p. 28).

O apoio sul-coreano foi estimulado devido a quatro fatores: o controle da alta densidade demográfica, a resolução do problema do desemprego, a aquisição de moeda estrangeira e a promoção da cooperação com países não comunistas (Choi). Um pouco antes da vinda do primeiro grupo, a primeira Embaixada da Coreia foi instalada no Rio de Janeiro e a embaixada brasileira na Coreia foi estabelecida em 1965. No quadro abaixo (Tabela 1), retirado dos estudos de Choi, podemos observar a cronologia das vindas oficiais.

Tabela 1 - Cronologia da chegada dos coreanos

Ano	Transporte	Local de Desembarque	Número de Imigrantes	Comentários
1910-45	?	?	4	Os coreanos naturalizados como japoneses ^{a)}
1956	Avião	R.J	52	Os ex-prisoneiros da guerra procedentes da Índia
5.1.1965	Avião	R.J	14	A 1ª Delegação Cultural
12.2.1963	Navio	Santos	103	17 famílias e 11 ex-militares
11.1963	Navio	Santos	100	24 famílias ^{b)}
15.3.1964	Navio	Santos	70 250 30	68 famílias (Total)
18.8.1964	Navio	R.J	285	50 famílias
13.1.1966	Navio	Paranaquá	313	53 famílias
15.6.1966			140	13 famílias
16.8.1966			30	3 famílias

a) Sem que tenham declarado sua real nacionalidade

b) Não foi possível se obter o número de pessoas, por divergências de dados.

Fonte: Choi, 1991

Ao todo, foram quatro levas de imigração oficial e, principalmente as três primeiras, enfrentaram grandes dificuldades para se instalarem e prosperarem nas áreas que lhes foram designadas, além da sua localização distante da capital paulista

Seis ex-militares, que dispunham de capital, adquiriram, em 10 de março de 1963, um terreno de 37 alqueires nas proximidades de Mogi das Cruzes, mais tarde denominada fazenda *Arirang*, onde receberam outros ex-militares.

Um grupo de cinco famílias protestantes, dispondo de pouco capital, alugou terras de propriedade dos japoneses para formar a “Fazenda de Seoul Coreia Nova Bom Sucesso SÃO PAULO BRASIL” sic), mais tarde denominada fazenda *Seul* (Choi, 1991, 57).

Importante ressaltar que estes imigrantes pagaram um valor expressivo para a realização da viagem, pelos trâmites legais burocráticos de documentação e pela compra dos terrenos. Outros detalhes históricos referentes às suas dificuldades iniciais estão detalhadamente registrados no trabalho de Choi, assim como outras experiências do campo, além das citadas fazendas de Arirang e Seul, como as fazendas de Santa Maria, Dona Catarina, Exemplar, Codepal, Amazônia, Santa Cruz Semaui (Cooperations Company) e Miracatu. Nos interessa o momento em que retornam para a cidade. Choi (1991) conclui que o desejo relacionado à independência financeira, tão almejada, mas não encontrada no campo, impôs muitas dificuldades para um povo que não estava acostumado previamente a se deslocar para a metrópole paulistana.

Devido ao seu perfil mais próximo das profissões urbanas, com uma leva de profissionais mais técnicos e as experiências mal sucedidas no campo, cerca de 90% dos imigrantes se mudaram para a capital paulista em um curto período (Choi, 1991).

Ao todo, as quatro totalizavam cerca de 738. Vieram com objetivos bastante diversos daquele do projeto inicial, isto é, de uma emigração fundamentalmente agrícola. Tanto que, dos imigrantes que desembarcaram com o sonho de se dedicar ao cultivo, na condição de proprietários, só estavam, ao completar dois anos de permanência no Brasil, 9 famílias que trabalhavam a terra (Choi, 1991, p. 63).

Esse movimento não foi exclusivo a essa comunidade, pois boa parte da população brasileira, também no processo de êxodo rural, impulsionado pela mecanização do campo e pelas oportunidades que as novas indústrias pesadas ofereciam nas cidades, na década de 70, se mudava para cidades como São Paulo,

que chegou a registrar um aumento de 300.000 habitantes anualmente. Na mesma década, medidas mais restritivas do governo brasileiro impulsionaram a vinda dos imigrantes coreanos de maneira clandestina, principalmente através do Paraguai e da Bolívia, que não possuíam uma política tão restritiva como a brasileira. Assim, os coreanos chegavam a esses países e depois vinham por vias terrestres para São Paulo.

Contudo, mesmo mudando-se para a capital, a vida dos imigrantes pouco melhorou: instalaram-se principalmente na região do Glicério e encontraram, assim como os judeus anteriormente, nas confecções uma forma de sustento com pouco investimento inicial. A situação dos clandestinos era ainda pior: “Os clandestinos no Brasil foram a base da força de trabalho no ramo de confecções de roupas, onde a maioria dos imigrantes coreanos está inserida, não pensando em voltar à sua pátria.” (Choi, 1991, p.III).

Frequentemente, os clandestinos procuravam auxílio junto às igrejas coreanas, em torno das quais, se articula, até hoje, a vida sócio-econômica da comunidade. Ali eram realizados os contatos imprescindíveis: descobria-se quem poderia ajudá-los e para quem poderiam oferecer seus serviços, em troca de abrigo (Choi, 1991, p.116).

nesse: pesar da imigração ter começado com um acordo entre ambos os países, em um primeiro momento, socialmente entre os coreanos, a imigração possuía uma visão estigmatizada e condenada. Devido aos seus valores confucionistas, base da sua formação e organização como sociedade, o cuidado com os túmulos dos antepassados, o respeito e o dever com seu país, eles acreditavam, que não poderiam ser realizados fora da Coreia. O que implicaria em um comportamento negligente e a ser combatido. Contudo, referenciando-nos no fato do presidente da Instituição dos Problemas dos Emigrantes Coreanos colocar a migração como uma oportunidade de contribuição de intercâmbio cultural e econômico entre a Coreia e os países receptores, aos poucos essa ideia foi mudando. Tal ideia será muito bem explorada pelo governo sul-coreano nos anos posteriores, como já vimos com a Hallyu. Entretanto, ainda recaíram ao imigrantes clandestinos, tendo distinção em coreano:

Claro! Vou revisar a ortografia e a repetição de palavras. As mudanças estão em negrito:

Apesar da imigração ter começado com um acordo entre ambos os países, inicialmente, socialmente, entre os coreanos, a imigração possuía uma visão estigmatizada e condenada. Devido aos seus valores confucionistas, que são a base da sua formação e organização como sociedade, o cuidado com os túmulos dos antepassados, o respeito e o dever com seu país, eram vistos como algo que não poderia ser realizado fora da Coreia, implicando em um comportamento negligente e a ser combatido. Contudo, referenciando-nos no fato de que o presidente da Instituição dos Problemas dos Emigrantes Coreanos colocou a migração como uma oportunidade de promover o intercâmbio cultural e econômico entre a Coreia e os países receptores, com o tempo essa ideia foi mudando. Tal ideia foi muito bem explorada pelo governo sul-coreano nos anos posteriores, como já vimos com a Hallyu. Entretanto, ainda recaíram sobre os imigrantes clandestinos distinções sobre sua situação até em coreano:

Para o povo coreano, a concepção da saída da pátria é variável, dependendo da situação de sua história. Os intelectuais coreanos hoje preferem o termo Imin, 移民 - emigrantes, quando se referem à emigração coreana da classe média, para diferenciá-la de palavra, Yumin, 流民 - convocados ou, Gimin, 志敗 - abandonados que são usadas para identificar as dificuldades e sofrimento da “diáspora” dos coreanos, desde que a dinastia Yi perdeu sua autonomia para o Império Japonês (Choi, 1991, p. III).

Uma das preocupações dos imigrantes coreanos era com o forte caráter assimilatório da sociedade brasileira. Segundo Choi (1991), a comunidade buscava permanecer unida, mantendo suas relações sociais reduzidas a este grupo para preservarem seus valores culturais. No seu trabalho, Choi compartilha o arrependimento de uma coreana de migrar para o Brasil devido ao casamento de um dos filhos com uma descendente de japoneses, que apesar dos seus esforços, ainda não conseguia seguir as tradições que uma descendente de coreanos seguiria.

O foco voltado para essa comunidade facilitou para que seu enclave se desenvolvesse. A igreja cristã (figuras 15 e 16) será a instituição centralizadora para essa conexão, não sendo exclusivo ao contexto brasileiro e estabelecendo a conexão entre diferentes colônias fora da Coreia. Outra característica era que os coreanos que migraram para fora do país tinham como objetivo principal os Estados Unidos, devido à forte influência no pós-Guerra das Coreias, assim como às melhores

condições de prosperidade que ofereciam quando comparado a outras localidades. Muitos dos que vieram para o Brasil se instalaram provisoriamente, acumulando um pouco de renda aqui e logo migrando em definitivo para os EUA.

Em números, estima-se que a comunidade coreana em São Paulo esteja hoje em torno de 50.000 pessoas, segundo o Ministério das Relações Exteriores.

Figura 17: Igreja Presbiteriana Emanuel, na Rua Prates



Fonte: Foto do autor, 2024

Figura 18: Dia da inauguração, maio de 2004, Igreja São Kim Degun, na Rua Nair de Teffé



Fonte: Dang Jin, 2015. Apud Chi, 2016.

Em levantamento no trabalho de Chi (2016), podemos observar na Tabela 2 a quantidade de instituições religiosas coreanas por religião e bairro na cidade de São Paulo. Concentradas principalmente no Bom Retiro, com os bairros subsequentes

sendo os locais, que também desenvolveram comércio por um tempo (Brás) e onde os coreanos residem (Aclimação e Cambuci) ou residiram (Liberdade).

Tabela 2 - Instituições Religiosas Coreanas por religião e bairros em São Paulo

Bairro /Religião	Evangelicalismo	Catolicismo	Budismo	Total
Bom Retiro	17	1	2	20
Brás, Pari e Canindé	10	-	-	10
Aclimação, Liberdade, Cambuci e Paraíso	10	0	1	11
Outros	4	-	-	4
Total	41	1	3	45

Fonte: Chi, 2016.

O empenho na confecção das roupas envolvia toda a escala familiar, sendo realizada dentro de casa, o que garantia preços mais baixos que os concorrentes. Outro diferencial era a entrega imediata dos produtos, o que era arriscado devido à incerteza da sua venda. À medida que melhoraram sua situação econômica, mudaram-se do Glicério para a Aclimação, e a atividade comercial, antes na Mooca e no Brás, mudou-se para o bairro do Bom Retiro. Esse modo de produção gerou desconfiança dos judeus, ao verem seus concorrentes ofertarem produtos por um preço mais baixo na região que outrora dominavam (Choi, 1991).

Novas ondas menores de imigrantes começaram a chegar a partir dos anos 2000, na cidade de São Paulo, estabelecendo-se em bairros mais novos e elitizados, fora do perímetro da região central, que já estava desvalorizado pela elite. Esse movimento ocorreu devido às demandas de empresas estrangeiras, conferindo a estes seus funcionários um perfil muito diferente dos que chegaram e se estabeleceram na década anterior. Esse fenômeno trata-se de um movimento de deslocamento da força de trabalho regido por contratos (Chi, 2016). As condições econômicas, os avanços tecnológicos, a melhora da qualidade de vida e o enriquecimento dos coreanos, que ultrapassam os indicadores brasileiros, desestimularam novas ondas de migração para cá.

5.1. BOM RETIRO DOS COREANOS

“Uma prova da evidência de sua existência é a aprovação da Lei 15.100 de janeiro de 2010 do município de São Paulo, que instituiu o bairro do Bom Retiro como *polo cultural das tradições coreanas*, caracterizando-o como um bairro coreano” (Chi, 2016, p. 23).

Chi divide a presença dos coreanos no bairro em duas partes: uma voltada à economia étnica e a outra à economia do enclave, sendo esta diretamente decorrente da consolidação da primeira. Enquanto o ramo têxtil se mostrou o caminho para a ascensão comercial e econômica dos coreanos, aqueles que chegaram na década seguinte, após a sua consolidação nos anos 80, encontraram um mercado saturado, concentrado em seus co-étnicos e extremamente competitivo. A economia étnica teve participação na cadeia produtiva de outros povos, como os bolivianos e outros latinos, enquanto a economia de enclave seria voltada e dependente da comunidade coreana. Como afirmou:

A formação do enclave étnico no sentido mais completo, com sintomas de concentração residencial, formação da economia de enclave étnico e criação de equipamentos coletivos, foi posterior à entrada dos coreanos no polo têxtil do Bom Retiro e também foi uma consequência natural dessa concentração étnica nos negócios do Bom Retiro. O vigor da economia que se criou ali, então, atraiu novos imigrantes da mesma etnia, que arriscavam a vinda a São Paulo mesmo com a proibição do governo brasileiro de receber imigrantes coreanos. Na condição de ilegais e na impossibilidade de ingressar na sociedade formal, eles criaram uma grande rede de dependência econômica em relação aos co-étnicos. Muitos desses novos imigrantes, enquanto juntavam-se à economia étnica das confecções, escolhiam o Bom Retiro para morar, pois havia uma disposição espacial que favorecia morar próximo ao trabalho. No entanto, as mudanças ocorridas no cenário econômico do início dos anos 90 foram o que causou a consolidação do enclave étnico dos coreanos no Bom Retiro. O processo de adaptação das confecções e as mudanças aumentou a estratificação social interna à colônia, com o enriquecimento de alguns e a falência de outros. Além disso, o mercado de confecção já se encontrava saturado com a excessiva concentração dos coreanos, o que provocou uma concorrência acirrada entre os co-étnicos, impedindo a inclusão dos imigrantes recém-chegados. A saída mais acessível para quem ficou fora do mercado de confecção foi a diversificação, o que deu um novo impulso para a formação da economia de enclave étnico, conjunto de comércio e serviços voltados para o público coreano, sendo este um importante elemento constituinte de um enclave étnico. Por outro lado, a acumulação do capital cada vez mais crescente da colônia coreana possibilitou a construção de alguns monumentos coletivos de grande porte, que escolheram a parte baixa do Bom Retiro para instalar-se (Chi, 2016, p.195-196).

Como observado, o enclave se formou no bairro na década de 90, consolidado pela ação comercial étnica dos imigrantes clandestinos, que eram os residentes coreanos predominantes. Inicialmente, também foram a mão-de-obra ativa para a produção de seus co-étnicos e encontraram um espaço mais receptivo devido à presença dos coreanos. A economia étnica ocasionou a concentração e formação do enclave, consolidando-o. A heterogeneidade social dos coreanos foi então formada por dois grupos: os que prosperaram com o comércio da moda atacadista feminina a pronta-entrega, com a abertura comercial brasileira dos anos 90 (sendo mais antigos e não residentes ali), e os mais novos, que desenvolviam o comércio voltado aos co-étnicos no bairro onde também residiam. É importante ressaltar que ambos os grupos partilharam da vida comunitária coreana no bairro, principalmente através das igrejas cristãs.

Nas figuras 19, podemos observar uma das entradas do bairro com um monumento com o nome do bairro. Na figura 20, temos outro monumento, este construído pela associação coreana, na esquina entre as ruas Ribeiro de Lima e Prates (Leite, 2020). Na figura 21, uma intervenção artística com as bandeiras coreana e brasileira, na Praça Coronel Fernando Prestes, em frente ao Jardim Oriental do Quartel do Comando da PM SP. Esses são alguns exemplos que reforçam a presença dos sul-coreanos no bairro, dentre tantos outros que veremos a seguir.

Figura 19: Fotografia da Bifurcação entre as Ruas José Paulino e Prates



Fonte: Foto do autor, 2024

Figura 20: Fotografia de monumento, na esquina entre as ruas Ribeiro de Lima e Prates



Fonte: Foto do autor, 2024

Figura 21: Fotografia das bandeiras do Brasil e Coreia do Sul com tampinhas plásticas, na Praça Coronel Fernando Prestes



Fonte: Foto do autor, 2024

Ao contrário do que ocorre com a comunidade judaica, a ascensão social dos coreanos não promoveu o esvaziamento ou o fim do seu enclave no bairro. Apesar de incentivarem o estudo e a formação em escolas e universidades internacionais, seus descendentes deram continuidade aos negócios da família. As dificuldades

referentes ao ramo de confecção eram decorrentes da mudança no perfil do consumo nas ruas, com o aumento dos shoppings e a facilidade de compra e importação online. Por outro lado, os coreanos envolvidos na economia de enclave mantiveram seus negócios e o espaço necessário para continuarem, ganhando novos desdobramentos e perspectivas com o avanço do soft power sul-coreano na sociedade brasileira, mais especificamente paulista, que encontrava em seus negócios o objeto de desejo de consumo, seja em alimentação, produtos ou serviços sul-coreanos.

Dentre as contribuições da comunidade ao bairro, podemos destacar sua valorização e consolidação no ramo das confecções. Se outrora a área era conhecida pelos prostíbulos, os arredores da Rua José Paulino, como as ruas Aimorés e Lombroso, atualmente abrigam as lojas de maior prestígio e valor de mercado do setor. Seus proprietários são filhos dos imigrantes que ascenderam e nasceram aqui (Chi, 2016). Os coreanos promoveram um novo grau de embelezamento e sofisticação para suas lojas, com influências coreanas, estadunidenses e europeias, sendo que o enriquecimento possibilitou intercâmbios, retornos e viagens a esses lugares com maior facilidade.

Assim, enquanto a Lombroso se ocupava de comércio de roupas e confecções com a intensidade nunca antes vista na sua história, as confecções da Rua Aimorés estavam se preparando para uma iminente troca de geração. Alguns confeccionistas coreanos se enriqueceram escolheram a Aimorés para adquirir a propriedade de imóveis comerciais e, com isso, motivaram a vinda de outros coreanos a essa rua. Rapidamente, a rua se tornou a preferida dos confeccionistas da colônia. Um empresário do bairro, imigrante de origem grega e confeccionista desde 1958, recorda que os edifícios foram se transformando radicalmente à medida que os pontos foram vendidos ou alugados para os coreanos. Ele manteve sua malharia na Rua Aimorés até o ano 2001, quando resolveu vender a propriedade para dois confeccionistas coreanos. Sua História acompanha as mudanças pelas quais a rua passou nos últimos 50 anos.

[...] Os novos proprietários dividiram o edifício ao meio e empreenderam uma reforma completa aproveitando somente a estrutura do prédio antigo, deixando apenas a volumetria como marca do passado (Chi, 2016, p. 133-4)

Em relação a prédios residenciais, não houve construções de novos, sendo o último da década de 1970, o que evidencia que no período de maior presença coreana, poucas intervenções nesse quesito foram realizadas. Contudo, foi a comunidade que encabeçou um movimento de intervenção urbana nos anos 2000,

denominado “Projeto Bom Retiro”, que consistia em pelo menos trinta subprojetos de melhoria pública.

No ano de 2000, o novo polo Aimorés-Lombroso de moda feminina atacadista estava consolidado. E os primeiros cinco anos da década que se seguiram foram marcados por prosperidade econômica e grande entusiasmo. Com isso, organizou-se um movimento de intervenção urbana, chamado de “Projeto Bom Retiro”, que propunha uma coordenação de ações de diversos atores que incidiam sobre o bairro. Segundo as palavras do idealizador do projeto, o arquiteto urbanista Cleiton Honório de Paula.

O projeto Bom Retiro tem incorporado que apenas atividades produtivas possibilitam o resgate social. Pretende consolidar o Bom Retiro como centro e marca referencial da indústria da moda brasileira pela construção de um cluster com características inéditas. (...) Como o corpo da indústria local é formado por pequenas empresas que requerem mão de obra intensiva, será possível uma distribuição equilibrada da geração de riqueza (PAULA, 2004).

[...] O escopo do projeto era composto por trinta subprojetos para serem efetuados com o dinheiro arrecadado dos confeccionistas do local. Como principais subprojetos, podemos citar:

- Enterramento da fiação elétrica;
- Reforma do sistema de esgoto e drenagem;
- Padronização das calçadas, mobiliários, iluminação e paisagismo;
- Reforma e modernização de 200 lojas;
- Construção de um centro de apoio ao visitante na Rodoviária Tietê de onde parariam linhas circulares de vans;
- Novos estacionamentos;
- Criação de logomarca do bairro, mapa de compras, feiras e prêmios para divulgação do bairro;
- Equipamentos culturais;
- Escola Superior de Moda ser instalada no antigo Desinfectório Central;
- Criação de complexos hoteleiros para apoio aos visitantes.

[...] O Projeto Bom Retiro mostrou, então, por uma análise extensa, as potencialidades que o bairro teria do ponto de vista econômico e urbanístico. No entanto, enfrentou dificuldades na tentativa de viabilizar-se, principalmente para juntar os esforços e lidar com divergências de interesses de um bairro plural e dividido como é o Bom Retiro (Chi, 2016, p. 135-6).

Muitas das críticas a esse projeto também apareceram no projeto da Koreatown posteriormente, como a discussão sobre a pluralidade do bairro. O que foi efetivamente realizado, muito já estava previsto independentemente do projeto, como: as instalações urbanas renovadas de luz, água e esgoto e, segundo Chi por Gattoni e Almeida até 2006, “Substituição da fiação aérea por rede subterrânea, ajustes das unidades à nova rede de água e esgoto, reforma de 85% dos imóveis, criação do Luz Plaza, hotel de 4 estrelas e 16 andares”. As revitalizações urbanas

supervalorizaram os imóveis do polo Aimorés-Lombroso, trouxeram empreendimentos imobiliários de grande porte, como a construção de dois hotéis, um com campo de golfe e outro com centro empresarial, com o capital da indústria de confecção (Choi, 2016).

Espaços de convivência são pontos fundamentais para um enclave, pois são onde a comunidade se congrega. Mesmo com sua heterogeneidade social, os elementos em comum que os fazem coreanos os fazem participar desses espaços. Estes incluem a presença de restaurantes, equipamentos coletivos, escolas internacionais e igrejas, que promovem a reunião dos seus integrantes de diversas formas. A limitação do idioma, nesse contexto, não será um problema, especialmente para novos imigrantes ou mais velhos que não dominam o português. Eles encontraram um espaço onde suas limitações são menores do que seriam fora, e por isso, escolhem morar, permanecer e conviver ali.

Uma pesquisa mais aprofundada poderia pontuar mais precisamente as diferentes contribuições dessa comunidade no bairro. Contudo, com nossos apontamentos sobre as revitalizações, o desenvolvimento do comércio étnico e do comércio de enclave que contribuiu para o surgimento do próprio enclave, conseguimos estabelecer a relação dessa comunidade com o bairro. Dos elementos, condições e experiências prévias até chegar em 2017, e posteriormente também com a expansão da Hallyu, surgiu a proposta de uma “Little Seul” e, em 2021, de uma Koreatown, como um projeto urbanístico. As figuras 22, 23, 24 e 25, nas Ruas Três Rios, Prates e José Paulino, mostram além da ocupação dos sul-coreanos no bairro, a consolidação do seu imaginário com o público que frequenta a região.

Figuras 22 e 23: Fotografias de murais na Rua Três Rios



Fonte: Fotos do autor, 2024

Figura 24: Fotografia de mural na Rua Prates



Fonte: Foto do autor, 2023

Figura 25: Captura de tela do mural na Rua José Paulino



Fonte: Google Earth, 2024.

5.2. SUCESSÃO DE ETNIAS E POSSÍVEIS CONFLITOS

Chi não foi a primeira autora a diferenciar o Bom Retiro entre a parte alta e a baixa, tanto Truzzi como Dertônio trazem essa perspectiva em suas análises. A parte alta, sendo mais próxima à estação da Luz e à linha ferroviária, e a parte baixa, na área das várzeas dos rios Tietê e Tamanduateí. O desenvolvimento urbano do bairro

foi diretamente influenciado pela proximidade dessas regiões, com os primeiros comércios e indústrias mais próximos ao trem e o desenvolvimento das zonas de várzea sendo mais tardio, devido aos constantes alagamentos dos rios, antes de sua retificação. A autora defende que essa divisão também reflete uma divisão socioeconômica, o que resultou em espaços segregados, visto que as revitalizações urbanísticas do início dos anos 2000 aconteceram predominantemente na região do comércio étnico e do comércio de enclave, na parte alta do bairro. Isso acentuou a desigualdade em relação à parte mais baixa, predominantemente ocupada por hispânico-latinos, apesar de também existirem outros equipamentos de uso da comunidade sul-coreana.

Essa relação entre as diferentes partes é histórica, um traço do desenvolvimento, relações e convívio entre diferentes grupos étnicos, como italianos e judeus, e posteriormente hispânicos-latinos e sul-coreanos. Notoriamente, os grupos que ocuparam a parte alta acabaram exercendo maior influência nas intervenções no bairro, devido ao seu caráter privilegiado tanto na predominância comercial como na infusão de capital em melhorias ou atração de investimentos. Essa divisão nos ajuda a entender como a ocupação desse espaço desenvolveu diferentes relações para grupos étnicos no bairro.

O bairro foi inicialmente ocupado por operários italianos, que permaneceram na parte baixa mesmo depois da consolidação comercial dos judeus no ramo de confecções. Esses dois grupos tiveram uma convivência pacífica, dentro das limitações da época, com a força do antissemitismo no continente europeu também influenciando a migração da comunidade judaica para cá. “A verticalização alinhada a esse polo comercial-industrial valorizou o preço da terra em dez vezes na área alta, em relação às regiões das várzeas (Mangili, 2009 apud Feldman, 2013, p. 14-15 apud Chi, 2016, p. 65)”. Quando os coreanos sucederam os judeus no ramo de confecções, também se concentraram na mesma região que ocupavam e posteriormente, os hispânicos-americanos (Chi, 2016), na parte baixa, onde os valores de aluguel permanecem discrepantes entre si.

Esse último grupo apresenta aspectos semelhantes aos imigrantes coreanos clandestinos da década de 90, na situação de residirem no bairro devido à proximidade com o trabalho na confecção. Porém, as similaridades permanecem

nesse aspecto, com os clandestinos posteriormente regularizando sua situação, apesar das disparidades com os co-étnicos persistirem, desenvolvendo um comércio no enclave e fazendo parte integrante da comunidade. Enquanto isso, os hispânicos-americanos permanecem restritos ao trabalho no comércio étnico dos coreanos e ainda enfrentam questões de legalidade. Um estudo mais detalhado seria necessário para entendermos melhor a relação dessa comunidade com o bairro.

A questão da parte baixa é uma das questões levantadas no projeto da Koreatown, conforme uma reportagem da Gazeta de São Paulo:

É sobre essa área, próxima à Igreja Católica Coreana São Kim Degun, que o cônsul quer tratar com a prefeitura.

A ideia é remover dez ferros-velhos, citados em um abaixo-assinado que já conta com cerca de 4.000 nomes.

São grandes galpões, muitos deles com a aparência de abandonados, ou terrenos onde se vê pedaços de metal descartado, entre outros materiais recolhidos para a reciclagem.

Em meio a esses lugares, antigos e pequenos sobrados em vias mal conservadas, com tráfego intenso de caminhões.

“Estamos tratando com a subprefeitura, com alguns vereadores. Ao redor dessas empresas, há a Igreja Católica Coreana São Kim Degun, e os próprios seguidores estão reclamando do mau cheiro, do barulho”, afirma Hwang.

O consulado também atrela os ferros velhos ao vaivém de dependentes químicos da vizinha cracolândia, que trocam material de reciclagem por dinheiro para comprar crack (Hoffmann, 2021).

Ainda sobre o convívio de diferentes grupos e co-étnicos:

A mera relação vizinha e de proximidade, por outro lado, não parece ajudar a criar vínculos afetivos entre os co-étnicos, e muito menos entres os vizinhos que têm pouco em comum. A prova disso é a tensão que se cria na convivência de diferentes etnias do bairro. Os preconceitos e os estereótipos são os aspectos negativos da vida no enclave que se potencializa no confinamento social e que são as causas dele ao mesmo tempo. A relação externa a círculos sociais estreitos parece ser marcada por tolerância, mínimo de comunicação, indiferença e até aversão, remetendo ao cenário de acomodação descrito pelos antropólogos da Escola de Chicago. [...] O fechamento e a reserva excessiva, a falta de interação, a exploração de mão de obra e até o aspecto extravagante de seus negócios e a ostentação de símbolos de riqueza são comumente tidos como motivos de preconceito contra os imigrantes coreanos do Bom Retiro. No entanto, o que está por trás dessas queixas - [...] - não são mais do que os sintomas generalizados da sociedade atual, da vida metropolitana e da economia neoliberal. Embora o conflito étnico não seja um traço marcante na convivência dos imigrantes do bairro, pois contaram com “motivos menos ideológicos e mais palpáveis que facilitaram o convívio” (TRUZZI, 2001, p. 163) em razão da relação de complementaridade étnica na sucessão, não se pode dizer que não há preconceitos (Chi, 2016, p. 201-202).

Não podemos confirmar que o convívio entre co-étnicos no enclave foi completamente harmônico, devido à sua heterogeneidade e à exploração dos anos iniciais dos imigrantes clandestinos.

A imigração coreana no Brasil foi constituída, basicamente, por famílias, cujos membros lutaram, desde o início, em conjunto, para conseguirem sua estabilidade econômica. Contando com pequeno capital, visando obter o maior lucro possível no menor espaço de tempo, a família se empenhou no trabalho, não poupando esforços de nenhum de seus membros/ Muitos foram os motivos de divergências entre eles e outros grupos étnicos [...] (Choi, 1991, 199).

Outros fatores ligados à ascensão social por meio do acúmulo de capital aumentaram o espírito competitivo dentro da comunidade, sacrificando essas relações familiares. Segundo Choi (1991), o espírito competitivo entre co-étnicos, muitas vezes, era utilizado contra os próprios, como no caso dos judeus que lhes forneciam tecidos, por exemplo. Choi também destacou a situação dos recém-chegados: “Há falta de um planejamento, visando reduzir os impactos sofridos pelos imigrantes, fruto inevitável da divergência de culturas (Choi, 1991, 201)”.

entro dessa mesma perspectiva, podemos apontar como o fator de isolamento que comodamente um enclave proporciona pode afastar a convivência com outros grupos étnicos e brasileiros no bairro. A comunidade, congregada em torno da religião como elemento central, também pode enfrentar interferências e pressões no âmbito individual.

No entanto, o cotidiano dos bairros centrais, não somente o do Bom Retiro, transformou-se radicalmente com a metropolização de São Paulo: se a vida pública dos anos 40 e 50 dos bairros operários expunha a sua mais exuberante forma, fazendo da cidade de São Paulo uma “sociedade de bairros” (SEABRA, 2004, p. 187), hoje ela se mostra ausente no âmbito maior, encerrando-se cada vez mais nos círculos privados (Chi, 2016, p. 66).

As sucessões e convívios desses grupos acompanharam também as transformações, principalmente aquelas relacionadas à expansão e urbanização de São Paulo. As mudanças de moradores, alinhadas com um novo modelo de ocupação e forma de viver, mudaram a maneira como os moradores se relacionavam com o bairro, além das formas tradicionais de cada grupo. Isso remete ao que vimos na perspectiva de Lefebvre sobre a concepção da construção de um espaço urbano. Mesmo com as sucessões, como vimos sobre a pluralidade do bairro, o convívio

entre diferentes grupos étnicos ainda pode ser observado, como ilustrado nas Figuras 26, 27, 28, 29, 30 e 31.

Figura 26: Fotografia do Mercado Otugui (maior mercado de produtos coreanos no Brasil), na Rua Três Rios



Fonte: Foto do autor, 2024

Figura 27: Fotografia na Rua Três Rios, Mercado Otugui à direita, Casa do Povo (centro cultural) à esquerda



Fonte: Foto do autor, 2024

Figura 28: Fotografia na Rua Guarani, Salão de Beleza com escrituras em coreano na vitrine ao lado de um Restaurante de culinária paraguaia



Fonte: Foto do autor, 2024

Figura 29: Fotografia na Rua Guarani, Restaurante Coreano e Chinês



Fonte: Foto do autor, 2024

Figura 30: Fotografia na Rua Prates, Sinagoga Sinagoga Israelita Beth Itzchak Elchonon ao lado de um mural com elementos culturais sul-coreanos



Fonte: Foto do autor, 2024

Figura 31: Fotografia do Ksquare (shopping que combina a cultura coreana e brasileira), na Rua Guarani, em primeiro plano, na Rua Correia de Melo, Sinagoga Machzikei Hadas "105", em segundo plano



Fonte: Fotos do autor, 2024

Grande parte da defesa da pluralidade e do convívio pacífico está no caráter sucessório, que, segundo Truzzi, beneficiou não apenas os grupos sucessores, mas também os antecessores e as complementaridades que cada um proporcionou ao outro. Não é incomum o incentivo a uma política assimilacionista ou a um discurso de democracia racial no nosso país, o que tende a atenuar ou esconder os conflitos motivados por divergências ou hierarquizações raciais. Mas, como já vimos na introdução do nosso trabalho, há uma disputa de diferentes interesses sobre o que deve ser desenvolvido no bairro, por exemplo, a consolidação de uma Koreatown ou a fiscalização da exploração da mão-de-obra hispânico-americana.

Em destaque na Secretaria da Justiça e Cidadania do Governo de São Paulo, em 2022, o governo libertou 8 imigrantes bolivianos em trabalho análogo ao escravo em uma confecção no Bom Retiro. “As vítimas trabalhavam até 14 horas por dia e ficavam 24 horas no mesmo local – dormiam ao lado da máquina de costurar” (Reis, 2022). Outra denúncia de exploração foi registrada pelo MPT-SP (Ministério Público do Trabalho em São Paulo), que, em 2019, determinou que as confecções Anchor LTDA e MNJ LTDA, localizadas no Bom Retiro e Brás, pagassem R\$ 324.304,92 em verbas rescisórias a 12 trabalhadores também resgatados em situação análoga à de escravidão em suas oficinas. Outras reportagens relacionadas à situação dessa comunidade e à exploração da sua ilegalidade são frequentemente noticiadas, não sendo exclusivas das confecções do Bom Retiro.

Em relação aos projetos como Little Seul e Koreatown, a matéria na *Le Monde diplomatique* Brasil ressalta algumas movimentações de organizações e coletivos a respeito dos projetos:

Alguns dias depois, uma declaração da Casa do Povo, apoiada por outras organizações com atuação na região – Teatro de Contêiner Cia. Mungunzá, Instituto Criar, Centro de Convivência É de Lei, coletivos Tem Sentimento, Mitchossó, Mulheres da Luz e ainda a empresa de confecção Fit – contra-argumenta que “o Bom Retiro é de todo mundo,” “é plural,” “é coreano porque é boliviano, paraguaio, peruano, nordestino, judaico, armênio, grego, sírio-libanês, italiano, inglês, português... ou seja, verdadeiramente cosmopolita, mutante e paulistano. Fixar e rotular a sua identidade é reduzir —privatizar— a sua tão rica diversidade, apagar sua história, excluir boa parte da sua população e acabar com o próprio Bom Retiro”. Representantes da Casa do Povo concordam que a região sofra com uma manutenção precária da ambiência urbana com relação à iluminação, mas para eles isso não justificaria transformá-la em uma “Koreatown”.

Outros veículos de mídia, compartilharam visões de alguns entrevistados em relação aos dois projetos, em suas respectivas épocas. Em reportagem, em 2017, o Programa Educação e Território, trouxe as seguintes entrevistas:

Para refletir sobre a importância cultural e étnica que carrega o nome Bom Retiro, o Portal Aprendiz conversou com migrantes, moradores, pesquisadores e pessoas que atuam diretamente no Bom Retiro.

Jorge Gutierrez, agente comunitário de saúde e comunicador na Associação de Comunicadores Bolívia Brasil

“O nome Bom Retiro tem um significado grande, é viver bem, um lugar do bom e do melhor. Trocar o nome ou colocar outro sobrenome sem conversar com a população que vive aqui é abuso de autoridade. Temos muitos movimentos e equipamentos, como a Casa do Povo, resgatando as memórias e preservando os patrimônios do bairro, não dá para destruir assim a identidade do bairro. O Bom Retiro é uma aglomeração de culturas e foi o bairro que me acolheu quando cheguei ao Brasil, assim como acolhe uma diversidade de comunidades. Não podemos nomeá-lo como bairro de um povo só.”

Gisele Brito, moradora e jornalista

“Os grupos imigrantes presentes no Bom Retiro nunca foram hegemônicos, sequer majoritários. Isso garante que as ruas sejam divididas por judeus, católicos ortodoxos, cholas e forrós. Todas as culturas contribuem para o enriquecimento cultural, nomear o Bom Retiro privilegiando apenas uma das várias culturas que convivem por lá é matar um pouco o bairro. Mas, o problema desse anúncio vai bem além de uma simples troca de nome. O Prefeito fala em investimentos no território, mas não menciona os problemas reais de quem vive por lá. As ações anunciadas parecem estar muito mais conectadas com as ações de marketing do que com a preocupação com a sua população, vítima constante de alagamentos, falta de energia elétrica, para ficar em exemplos menos complexos da vida urbana. A prefeitura parece querer enquadrar o bairro a um determinado “target”, como se a vida cotidiana pudesse ser vendida. Isso tende, em qualquer bairro, a prejudicar os mais pobres, intensificar a segregação

espacial e social e forjar relações superficiais. Tudo exatamente ao contrário do que é a vida no Bom Retiro.” (Moreira e Araújo, 2017)

Na mesma reportagem que usamos da Gazeta de São Paulo (2021), eles também trouxeram as perspectivas dos afetados diretamente com o projeto da Koreatown.

Responsável por um dos locais citados no abaixo-assinado, Nailton Ferreira Bittencourt, 58, nega que o seu negócio seja um estorvo. “Não atrapalho em nada. Ao contrário, ajudo”, diz. “Tiro das ruas, por dia, entre 1.500 kg e 1.800 kg de retalhos. Era um material que entupiria os bueiros”, afirma de dentro de uma portinha na rua Javaés.

Segundo Bittencourt, serviços como o seu geram trabalho na região central da cidade. Ele diz que só o seu espaço de reciclagem oferece 16 vagas. “Todos registrados, tudo direitinho”, afirmou.

[...] Mas, no geral, o plano é visto com bons olhos. “A maioria dos moradores do Bom Retiro vai ficar muito satisfeita com qualquer tipo de investimento nesse momento”, afirma Roberta Tennenbaum, 39, que diz ter forte ligação afetiva com o bairro que recebeu seus bisavós judeus.

Mas ela faz uma ressalva: “Meu único medo é que, a longo prazo, a gentrificação expulso os povos com menos recursos e que se perca esse caráter multicultural”, afirma.

A cabeleireira Veronica Vargas, 29, boliviana de Santa Cruz de La Sierra, diz não ver problemas na criação do bairro coreano. “Traz benefícios. Aqui fica muito escuro, vazio a partir das 18h. Se eles ajudarem a colocar iluminação e segurança, vai ser bom.”

Aglaia Claudia Petrakis, 47, dona do restaurante grego Acrópolis, também é só elogios. “É maravilhoso, seria muito bom, Tudo que dá uma repaginada é positivo”, afirma.

Entre os coreanos, a segurança é a prioridade. “ Quantas vezes já fui assaltado aqui no Bom Retiro? Muitas. E meus amigos também”, diz o comerciante Oh Eun Kweon, 59 (Hoffmann, 2021).

6. RELAÇÃO ESPAÇO DE CONSUMO E *KOREATOWN*

“A era do hiperconsumo começa quando as antigas resistências culturais caem, quando as culturas locais deixam de constituir limites ao gosto pela novidade. (Lipovetsky, 2007, p. 118 apud Ortigoza, 2010, p. 17) “

Quando Carlos (2007) argumenta que a mercantilização do espaço ocorre desde o momento em que a produção de imagens vende a própria cidade e que suas mercadorias urbanas (shopping, hotéis de luxo, feiras, parques temáticos, etc.) são partes do conjunto que forma e cria paisagens de consumo, podemos traçar alguns paralelos com o poder suave e as Koreatowns. O poder suave seria o principal produtor de imagens, configurando-se como objetos de desejo e, para tê-lo, realizá-lo ou consumi-lo, será efetivado nas mercadorias urbanas, podendo ocorrer nas próprias cidades sul-coreanas, ou nas Koreatowns espalhadas pelo mundo. Podemos observar nas figuras 32 e 33, o uso do dorama (k-drama) e k-pop nas vitrines para atrair a atenção dos clientes. Esse fenômeno, segundo a autora, tem como foco sua execução dentro das metrópoles.

A forte vocação na função terciária faz da metrópole um espaço flexível e receptivo aos novos nexos produtivos, valorizando as atividades comerciais e acelerando o consumo no e do espaço. Com esses atributos as metrópoles vão deixando, de forma gradual, de ser fabris para tornarem-se terciárias sem, no entanto, deixar de comandar as redes de fluxos produtivos mundiais, entrando assim em uma nova hierarquia urbana mundial.

É com o avanço da informação que essas transformações acontecem, propiciando a simultaneidade entre os lugares. Essas mudanças apresentam novos controles e níveis de poder nos planos nacional, regional e mundial (Ortigoza, 2010, p.209-210)

Figura 32: Fotografia de vitrine na Rua Prates



Fonte: Foto do autor, 2024.

Figura 33: Fotografia de vitrine na Rua Guarani



Fonte: Foto do autor, 2024.

Essas transformações, baseadas no avanço tecnológico, se articulam com a capacidade de propagação e consequentemente influência do poder suave em seu território e em outros distantes. No caso sul-coreano, podemos observá-la em seus enclaves étnicos nas cidades de São Paulo, Los Angeles e Nova York. Anteriormente, discorreremos sobre algumas das dimensões de atuação de um poder suave, que podem ser a nível político, ideológico e comercial, sendo este último o ponto central para nossa conversa. Em nosso modelo de sociedade atual, pautado em uma política de acumulação neoliberal, sobressai aquele que apresenta uma forma de capitalização mais efetiva, sendo o consumo seu principal meio, com a indústria cultural servindo como a maior propaganda indutora ao consumo.

O consumo que abordamos é induzido pela propaganda na produção cultural, mas outra camada também se desdobra sobre ele: seu valor e desejo estão ligados a sua origem ou associação étnica. Não é o ato de consumir por consumir devido à influência externa; o fator étnico é determinante para a vontade. É nesta característica que podemos estabelecer o quão bem-sucedida foi a hallyu para a economia sul-coreana.

Os elementos culturais tradicionais são trazidos no entretenimento de forma constante dentro de uma estratégia de diferenciação e destaque perante aos países vizinhos, e é por meio do entretenimento que contam sua história escolhendo quais sentimentos desejam passar para o mundo, uma espécie de controle de sua própria narrativa (MANZUR, 2014) enquanto nação. O que define a cultura sul coreana como relevante no cenário globalizado são justamente os desdobramentos do entretenimento para desde o consumo de produtos industrializados, até mesmo questões

políticas, econômicas, e sociais advindas desse entretenimento (Silva & Farias, 2021, p. 590-591)

Carlos (2010) ainda complementa que a diferenciação e o individualismo são elementos que surgem ao final do século passado, agregando valor aos estabelecimentos comerciais para atrair os clientes. A experiência torna-se valorizada e complementar ao processo de consumo, apropriada pelos proprietários sul-coreanos dos estabelecimentos no eixo Lombroso-Aimorés, que elevam o valor de seus produtos e lojas devido a essa experiência e individualidade. Quanto ao comércio étnico, que terá a individualidade como marca distintiva dos outros estabelecimentos não étnicos que prestam o mesmo serviço, por proporcionar uma “experiência coreana”. A própria Coreia do Sul, se beneficia com o turismo, atrai a procura desses serviços devido à sua identidade cultural.

Por fim, o entendimento de que a hallyu é composto de obras audiovisuais e musicais que atrai o público com narrativas que criam um afeto que excede as barreiras culturais (CHIN; MORIMOTO, 2013) mas tornam seus símbolos culturais e artísticas a porta de entrada não somente da cultura coreana mas também promotor da indústria coreana como um todo, onde mercadologicamente a identidade dos “k-produtos” se torna uma espécie de patente cultural, e que garantem a Coreia do Sul direito de exclusividade sobre a produção de uma demanda que eles mesmos criaram. Ainda que sua estrutura possa ser replicada industrialmente por outros países, as condições que determinam o sucesso dependem de uma série de fatores políticos, sociais e principalmente culturais que são intrínsecos à Coreia do Sul. (Silva & Farias, 2021, p. 598)

O comércio é ponto central quando tratamos do consumo em uma paisagem urbana, pois tem o poder de criar centralidades que influenciam no direcionamento de recursos e no desenvolvimento de um bairro, como observado no Bom Retiro e no setor de confecção. Sendo suas edificações ou conglomerados exemplos de mercadorias urbanas, a gestão da cidade tem o poder de ampliar sua influência na relação com o social, seja em benefício da população ou a priori do grupo de proprietários, que nem sempre terão seus interesses alinhados aos da população. Isso se articula com a nossa concepção de construção do espaço urbano em meio a uma paisagem de consumo, em que a participação social é de vital importância, mas que pode ser cerceada para atender os interesses de um capital comercial (Ortigoza, 2010).

Outra influência no social, segundo a autora, está no que descreve sobre cidade-espetáculo e city marketing. No nosso trabalho, ambos os termos estão relacionados à narrativa de construção de um imaginário para o bairro do Bom Retiro, para a consolidação da sua imagem a um público maior do que o dos imigrantes sul-coreanos do enclave, mas também para os outros moradores e pessoas de fora. A exibição de feiras e eventos culturais com esse teor étnico além da comunidade serve como propaganda para que o enclave se consolide como uma Koreatown e incentive o consumo de seus produtos e serviços. A credibilidade com o público está relacionada à produção de imagens de confiança, acreditando-se que o que está sendo posto em perspectiva é uma veracidade, respaldada a priori com uma participação política e estratégias naquele espaço.

6.1. EXPERIÊNCIAS DE KOREATOWN

Respeitando as especificidades do nosso país e da cidade de São Paulo, em relação às experiências estadunidenses, vamos analisar pontualmente alguns tópicos das Koreatowns de Los Angeles e Nova York para traçar possíveis paralelos com a situação no Bom Retiro. Uma das principais diferenças entre o nosso caso e o estadunidense é a política com a população considerada étnica. No caso brasileiro, há um incentivo e uma política de assimilação muito forte, enquanto no caso deles, a política é mais segregacionista. Isso nos faz retornar ao tópico sobre guetos e enclaves. Nesse contexto, o debate acerca dessa diferenciação, e se esse espaço apresenta mais características pertinentes a um ou outro, é mais marcado. No entanto, esse não é o foco do nosso trabalho. Partimos do que definimos como enclave: um espaço de congregação autônoma, pautado em um aspecto cultural e étnico comum, o qual nossos autores de apoio também partem.

“Na Koreatown, os centros comerciais de luxo são concebidos para manter afastados os pobres e fazer com que a burguesia imigrante se sinta segura, protegida e digna, num estilo Angeleno” (Park & Kim, 2008, p. 128, tradução nossa). A migração sul-coreana para Los Angeles iniciou-se nos primeiros anos do século passado, em 1904, mas eles só se estabeleceram na área atual, o distrito central de Mid-Wilshire, entre as décadas de 60 e 70.

No final da década de 1970, os coreanos administravam a maioria dos negócios no Olympic Boulevard e na 8th Street, entre a Hoover Street e a Western Avenue. Assim, a Olympic Blvd tornou-se o centro da atividade comercial coreana, eventualmente expandindo suas fronteiras para a vizinha 8th Street, Western Avenue, Vermont Avenue e outras ruas importantes. Em pouco tempo, a maioria dos negócios nesta área, incluindo centros comerciais e novos centros comerciais, tornaram-se propriedade de coreanos. O crescimento expansivo dos meios de comunicação social coreanos – jornais, revistas, rádio e televisão desempenhou um papel vital na criação de um novo sentido de coesão e identidade comunitária. Este período também testemunhou a fundação de numerosas organizações comunitárias coreano-americanas e de muitas filiais de organizações comerciais coreanas.

Koreatown foi construída sem empréstimos diretos de bancos americanos ou financiamento de empresários não-coreanos. Light enfatizou o papel desempenhado pela Koreatown Development Association (KDA), que esses empreendedores imigrantes coreanos prontamente formaram em 1973. (Park & Kim, 2008, p. 129, tradução nossa).

Percebemos a similaridade com o caso brasileiro, principalmente na questão comercial e no expansionismo da área, como fatores em comum com Los Angeles. Apesar da articulação dentro do enclave envolver corporações de maior valor de mercado, o senso de comunidade e a ajuda mútua, presentes também na comunidade brasileira, marcam a construção da Koreatown. O papel da comunidade será fundamental para a construção da imagem e da credibilidade nessa área, como vimos sobre a paisagem do consumo. Logo após a criação da Koreatown Development Association (KDA), realizaram um festival para comemorar o feriado nacional de Chuseok. Eventos como este são marcadores e um marketing para a consolidação de um imaginário, o que, segundo os autores, perdurou nos anos seguintes.

O evento é patrocinado pela agência governamental sul-coreana, pelo governo da cidade de Los Angeles e por corporações transnacionais sul-coreanas, como Hyundai, LG, Korean Air, Asiana Airlines, bem como por grandes corporações. Os desenvolvedores de Koreatown solicitaram às autoridades municipais que designassem o distrito de Mid-Wilshire oficialmente como “Koreatown”. A cidade de Los Angeles, em 1980, apesar do fato de os coreanos terem então apenas 7% dos moradores da área.

[..] Como resultado, Koreatown emergiu como um centro de negócios central da cidade, mas, ao contrário do Vale de San Gabriel, dos sino-americanos, não como um centro de residência coreana. Em 1980, Koreatown tornou-se um local de assentamento inicial para coreanos recém-chegados. No entanto, assim que puderam pagar, muitos se mudaram para os subúrbios de Los Angeles. Desenvolvedores imigrantes coreanos como Edward Cho, ex-presidente da Associação Coreana de Orange County, orquestrou a suburbanização da população coreana (Park & Kim, 2008, p. 129-130, tradução nossa).

Figura 34: Koreatown em Los Angeles (CA)

Fonte: Google Earth, 2024.

Figura 35: Koreatown em Los Angeles (CA)

Fonte: Hun Young Lee, 2020.

A partir disso, a região começou a concentrar ainda mais negócios e serviços de proprietários sul-coreanos, impulsionados por seu capital e promovendo mudanças simbólicas como a identificação por placas. O artigo traz críticas às disparidades presentes na região, como a exploração da mão-de-obra latina e dos imigrantes mais recentes. Essas condições resultaram em uma alta taxa de adensamento, uma média salarial baixa e um bairro considerado pobre, que foram acentuadas, principalmente, pelos projetos de reestruturação após os distúrbios de 1992. Os coreanos concentraram a renda e as propriedades, apesar de

representarem um grupo menor, 22% quando comparado aos 62% dos latinos, grupo dominante (Park & Kim, 2008).

A população imigrante sul-coreana se concentrará nos subúrbios nos arredores da Koreatown. Na situação deles, percebemos que a formação do enclave se mistura com a própria formação da Koreatown e, com o tempo, adquire mais conotação comercial do que características de comunidade, apesar do uso dos serviços ainda ser feito por eles.

A Koreatown de Los Angeles, na superfície, foi lindamente reconstruída, escondendo alguns estabelecimentos coreanos que não se recuperaram dos danos e perdas dos distúrbios de Los Angeles de 1992. Na verdade, aparentemente existem demasiados centros comerciais, restaurantes, discotecas ou spas de luxo para um dos bairros mais pobres da cidade. Os cafés kitsch e sofisticados estão na moda, incluindo um local em formato de Titanic, onde uma xícara de café normal custa cerca de US\$5, mais que o dobro do preço do Starbucks.

Muitas lojas de varejo, restaurantes e empresas de serviços na área fracassaram durante a crise econômica do início da década de 1990. A agitação de 1992 adicionou lenha ao fogo econômico. As lojas e restaurantes destruídos foram substituídos por bares, karaokês, “salas de canto”, salões de sinuca, cafés e outros negócios centrados na vida noturna. Também é verdade que Koreatown apresenta uma das mais altas concentrações de instituições educacionais privadas, mais de 200 igrejas/templos, bem como mais de 100 organizações comunitárias. (Park & Kim, 2008, p. 137-138, tradução nossa).

A região se consolidou como um “point” para a vida noturna na cidade e com altos índices de criminalidade. Os autores associam a relação com o consumo de álcool nesses estabelecimentos como um dos motivos, entre outros problemas sociais que também surgiram. No processo de gentrificação, associado a uma modernidade sul-coreana que mudou o perfil dos moradores, estabelecendo novos empreendimentos e deslocando os antigos, surgiram novos problemas. Algumas das críticas recaem sobre o processo de desenvolvimento, que apesar dos benefícios associados à arrecadação e ao emprego, “pouca investigação foi feita sobre o impacto que estes projectos terão nas famílias que já vivem, trabalham e possuem negócios nesta comunidade. Além disso, poucos esforços foram feitos para incluir os membros da comunidade no processo de desenvolvimento” (Park & Kim, 2008, p. 142, tradução nossa).

“Argumentamos que o termo convencional “enclave étnico” precisa ser substituído por “nexo étnico” na identificação do papel de Los Angeles - Koreatown

na ligação das difusas comunidades coreano-americanas do sul da Califórnia.”(Park & Kim, 2008, p. 143, tradução nossa), tendo as seguintes características: ser um acordo voluntário, com minoria coreana no bairro, distinção étnica entre consumidores e trabalhadores, sendo o ponto centralizador para uma comunidade localizada em subúrbios, com forte ligação com forças locais, regionais, nacionais e transnacionais ou globais e sendo a área mais importante para o consumo dos imigrantes, assim como para a produção de capital ou indústria de serviços voltada para o consumo ligado ao luxo, além de cumprir requisitos culturais e de idioma. (Park & Kim, 2008, tradução nossa)

O transnacionalismo que permeia a paisagem de Koreatown não é politicamente inocente. Uma bela mistura de persuasão e coerção está sempre em ação na organização do ambiente arquitetônico, espacial e social de Koreatown. Estes lugares são governados pela hegemonia local: a elite imigrante coreana e a sua imaginação – uma que utiliza o discurso da “modernidade” e do “consumo” para legitimar a desigualdade.

Assim, apelamos a uma intervenção teórica orientada para a “distinção” e racializada/classificada/de gênero em futuras análises da gentrificação. Caso contrário, o excedente de riqueza que o entretenimento orientado para o mercado de Koreatown produz continuará a alimentar as desigualdades económicas e culturais e a provocar uma patologia de carência entre várias classes de trabalhadores imigrantes coreanos, mexicanos e centro-americanos desprivilegiados. (Park & Kim, 2008, p.145 tradução nossa).

Figura 36: Koreatown de Manhattan (NY)



Fonte: chensiyuan, 2009.

Figura 37: Koreatown de Manhattan (NY)



Fonte: Ingfbruno, 2013.

Na situação nova-iorquina, localizada em Manhattan, o autor parte da análise da Koreatown como algo além de um enclave. O texto tem um teor crítico em relação à visão da Escola de Chicago sobre enclaves, que os vêem mais alinhados a um modelo de segregação espacial. Na sua análise, ele vê esse espaço como uma resultante da influência global, “espaços onde a cultura de consumo transnacional e as marcas das nações emissoras são transferidas, negociadas e ancoradas num espaço geográfico numa cidade global, e moldam a paisagem desse espaço” (Kim, 2018, p. 276).

[...] um espaço étnico comercializado que existe exclusivamente para consumo, lazer e entretenimento; é um espaço onde a cultura de consumo transnacional de um país remetente está incorporada em um espaço físico em uma sociedade receptora, refletindo a paisagem da cultura de consumo do país remetente através da aparência física de edifícios e lojas, e da inclusão de marcas de franquia de um país remetente. - sociedade. Enfatizo que os transclaves são espaços onde as políticas socioeconômicas do Estado remetente são negociadas com a comunidade étnica e moldam a paisagem da área (Kim, 2018, p. 277, tradução nossa).

O autor não exclui os elementos tradicionais presentes em um enclave; sua distinção, que o transforma em um transclave, está na relação para além da comunidade. Ele define o que vimos no Bom Retiro como comércio de enclave, na situação em Nova York, como sendo a representação de uma identidade étnica

através de um estilo de vida pautado na cultura do consumo. Observamos que o consumo será o tema recorrente ao tratarmos de um enclave e, posteriormente, de uma Koreatown. A Koreatown tem seu reconhecimento e identificação, enfatizando sua localização como espaço de consumo.

Passamos pelos efeitos do poder suave, ao mercantilizar a etnicidade de seu grupo. Esse é um dos elementos que o colocam dentro dessa nova dinâmica de influência global, do país que exportou esses imigrantes, no território que atualmente ocupam em uma cidade global. O enclave tem sua origem datada entre a mudança das décadas de 70 para 80, composta pelos coreanos:

[...] que trabalhavam no distrito comercial coreano (KBD, ruas 24 a 34 entre a Quinta e a Sexta Avenidas), que possuíam ou trabalhavam no comércio atacadista de perucas e roupas.

[..] Um único quarteirão da West 32nd Street de Manhattan, entre a Broadway e a Quinta Avenida, é oficialmente chamado de Korea Way e apelidado de Koreatown. Estendendo-se por algumas partes da 35th Street, Sixth Avenue e Park Avenue, este espaço à primeira vista parece ser um enclave étnico, como é evidente pelas placas coreanas (Kim, 2018, p. 282, tradução nossa).

A popularização da Hallyu foi um dos grandes fomentos para a transformação de enclaves étnicos em transclaves, especialmente na última década, quando ganhou popularidade além da Ásia, impulsionada pelas plataformas de streaming e redes sociais. A atração por experimentar a Coreia encontra espaço nos negócios associados aos sul-coreanos, que nessa nova perspectiva, têm suas franquias ocupando espaços que antes eram dos próprios imigrantes. Essas franquias possuem os atores, os rostos da Hallyu, impulsionando seus negócios. O autor relaciona a importância das Koreatowns com o governo sul-coreano, destacando seu papel como plataforma cultural. No entanto, ele ressalta que, apesar de trazer benefícios aos comerciantes étnicos locais, ao ultrapassarem a transnacionalidade, o capital no território acaba por beneficiar a economia coreana.

As mudanças urbanas em Nova Iorque como um todo, e nos bairros adjacentes em Midtown em particular, remodelaram Koreatown, passando-a de um enclave étnico tradicional para um transclave, aumentando o número de turistas e moradores locais que procuram especificamente o lazer e o consumo diário ao estilo de Seul. O processo, portanto, deve ser entendido tanto local como transnacionalmente (Kim, 2018, p. 290-291, tradução nossa).

Ao trazermos pontos referentes às duas Koreatowns, podemos observar

elementos em comum com sua história, como a forma como o enclave nova-iorquino se desenvolveu em um espaço verticalizado, na época com a substituição de um enclave judeu, similar ao que aconteceu no Bom Retiro. Ou nas relações de comércio e empregados, próximo a uma região desvalorizada, como no caso de Los Angeles, também possuem similaridade com a nossa. Alguns dos desdobramentos, como a relação com os outros grupos locais, o processo de gentrificação ou a disputa por espaço com co-étnicos de franquias, criam um debate pertinente para considerar as possíveis consequências na situação da capital paulista.

Nesse processo de gentrificação causado pela promoção das Koreatowns, onde os três casos se encontram nas centralidades de suas cidades, podemos pensar no processo de revalorização dessas centralidades, conforme Alves (2015) trata ao falar da relação de desvalorização e revalorização que o mercado emprega nessas áreas.

6.2. MAPEAMENTO DA ECONOMIA ÉTNICA E DO COMÉRCIO DE ENCLAVE

Como discutimos sobre a relação entre os imigrantes sul-coreanos e o bairro do Bom Retiro, ela se divide entre a economia étnica, ligada ao setor de roupa feminina atacadista na microrregião da Rua José Paulino e proximidades, e a economia de enclave, composta pelos comércios e outras instituições voltadas para a comunidade. No levantamento de Chi (2016), foi elaborada a Tabela 3, com a localização dos bairros da cidade de São Paulo e dos tipos de empreendimentos comerciais no bairro.

Também foi elaborado um mapa (Figura 38), com os comércios étnicos no bairro. Além dos coreanos, contempla empreendimentos de origem ou relação judaica, hispano-americana, nordestina, chinesa, italiana, grega e armênia. Observamos, conforme pontuado nos capítulos anteriores, a predominância na parte mais alta.

Em visita de campo, fizemos o levantamento fotográfico de alguns desses empreendimentos, que muitas vezes se identificam com luminárias decorativas nas cores vermelha e azul (Figuras 39, 40, 41, 42 e 43) na entrada, estabelecendo assim a relação com a origem e/ou serviços dos proprietários.

Tabela 3: Tabela de Distribuição dos negócios coreanos nos bairros Bom Retiro, Brás, Aclimação e Liberdade.

Bairro / Modalidade	Confecções	Restaurantes	Mercearias	Consultórios médicos	Escolas
Bom Retiro	749	43	12	35	34
Brás, Pari e Canindé	811	5	4	6	8
Aclimação, Liberdade, Cambuci e Paraíso	11	5	1	6	9
Outros	41	1	0	12	0

Fonte: Chi, 2016.

Figura 38: Mapa do Comércio Étnico

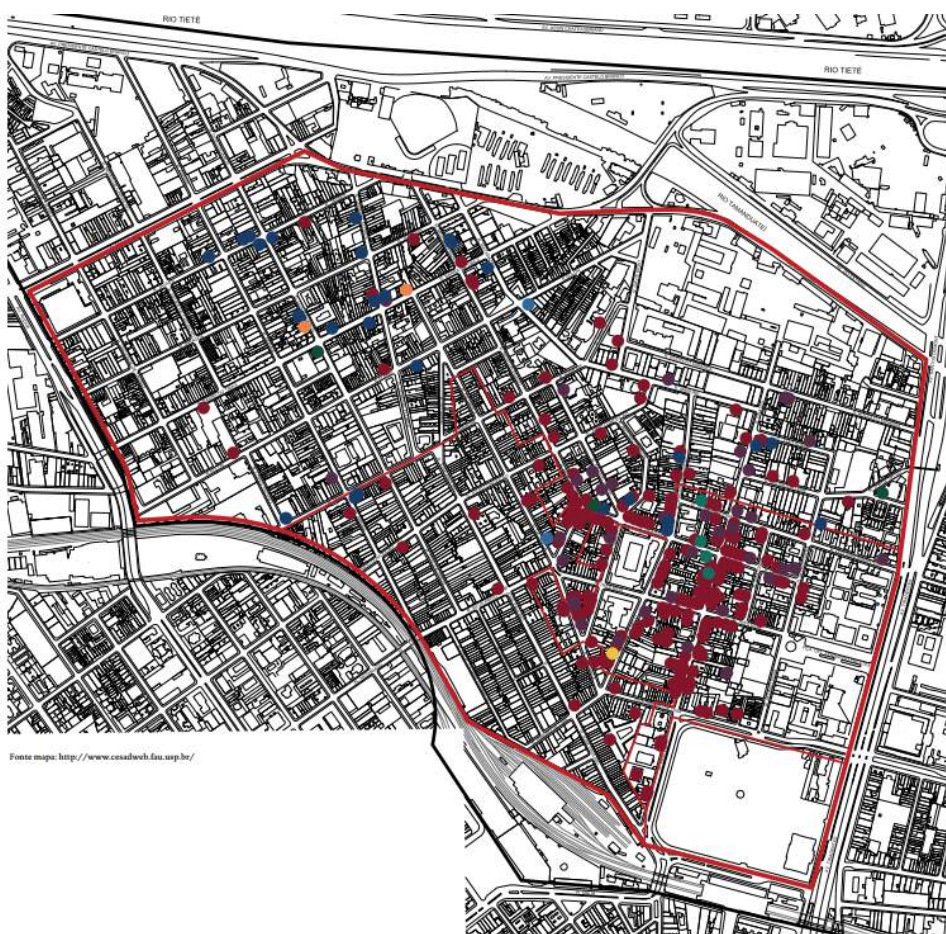
MAPA 2.2
Mapa síntese de localização de estabelecimentos de comércio e serviços e de equipamentos coletivos de diferentes etnias do bairro do Bom Retiro. Elaborado com a base no levantamento de campo realizado entre os dias 18 e 22 de julho de 2014 (ver Apêndice 2).

LEGENDA

- Limites do bairro
- Limites da área de estudo
- Limites dos setores

Estabelecimentos e equipamentos coletivos da colônia:

- Coreana
- Judaica
- Hispano-americana
- Nordestina
- Chinesa
- Italiana
- Grega
- Armênia



Fonte mapa: <http://www.cesadweb.fau.usp.br/>

Fonte: Chi, 2016.

Figura 39: Fotografia de açougue na Rua Prates



Fonte: Foto do autor, 2024.

Figura 40: Fotografia da Rua Prates



Fonte: Foto do autor, 2024.

Figura 41: Fotografia da Rua Prates



Fonte: Foto do autor, 2024

Figura 42: Fotografia da Rua Ribeiro de Lima



Fonte: Foto do autor, 2024.

Figura 43: Fotografia de farmácia na esquina das ruas Prates e Três Rios



Fonte: Foto do autor, 2024.

Para além das luminárias, como nas figuras anteriores, o comércio do enclave tem sua identificação em português e, a priori, também em coreano. Seus serviços ou produtos também servem como uma propaganda. Na figura 44, podemos ver em sua vitrine o hanbok, traje tradicional coreano, e na figura 45, serviços de spa, muito parecidos com os que as Koreatowns oferecem.

Figura 44: Fotografia na rua Três Rios



Fonte: Foto do autor, 2024.

Figura 45: Fotografia na rua Guarani



Fonte: Foto do autor, 2024.

A feira de comida tradicional coreana (Figuras 46, 47 e 48) acontece todos os sábados na Rua Cônego Martins. Além das barraquinhas de comidas e bebidas típicas, apresenta outros produtos relacionados aos artistas e grupos da Hallyu. O espaço, em si, costuma atrair mais visitantes interessados na Coreia do Sul do que sul-coreanos. Devido à sua visibilidade, o local às vezes recebe apresentações tradicionais (Figura 49).

Figura 46: Fotografia da Feira do Bom Retiro



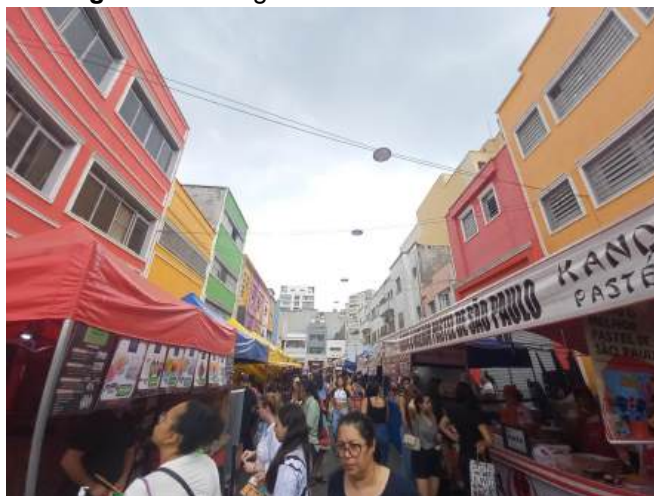
Fonte: Foto do autor, 2024.

Figura 47: Fotografia da Feira do Bom Retiro



Fonte: Foto do autor, 2024

Figura 48: Fotografia da Feira do Bom Retiro



Fonte: Foto do autor, 2024.

Figura 49: Fotografia de apresentação tradicional na Feira do Bom Retiro



Fonte: Foto do autor, 2023

7. CONCLUSÃO

No contexto de uma cidade pós-moderna, debruçamos nosso olhar para analisar as espacialidades presentes neste trabalho. Consideramos as condições de uma formação urbana, marcada pelas características que permeiam as relações sociais dos nossos sujeitos e nas configurações necessárias para que ações em seus espaços sejam efetivadas. Nossa conversa foi norteadada por um estudo focado na ação do consumo, que articula as relações que abordamos sobre a paisagem do consumo, o enclave étnico (economia de enclave) e as Koreatowns.

Nosso espaço de análise, assim como os exemplos estadunidenses, insere-se em um contexto urbano. A análise do consumo, sob a ótica que adotamos, depende das nossas relações enviesadas pelo capitalismo. A produção do espaço urbano envolve relações sociais e práticas sociais, similares à criação de um enclave étnico. Apesar de este possuir suas especificidades, também é construído dentro de um espaço urbano. O consumo em si caracteriza e fomenta esse espaço, mas o espaço em si não é suficiente para estabelecer a relação com o consumidor; é necessário construir narrativas e espetáculos. Esse diálogo será intermediado pelo poder suave e seu poder de atração e persuasão.

As ações públicas orientadas pelo marketing, como o projeto mais recente de uma Koreatown, reforçam no imaginário coletivo, através de circuitos e eventos, uma aceitação dentro da comunidade local para implementações, alterações e/ou modificações de seus signos e espaços para atender aos interesses do consumo de uma identidade sul-coreana. Koreatown, para além da economia étnica, é um espaço comercial de escala transnacional. O espetáculo aliado aos novos espaços configuram uma relação direta com o consumo. Vimos que a construção e representação de uma paisagem com aspectos culturais são os elementos que caracterizam sua identidade, por isso não pudemos ignorar a presença dos coreanos no bairro e adotar apenas uma narrativa crítica sobre interesses mercadológicos. A identidade socioespacial comum é uma das principais características que observamos ao analisar um enclave étnico, e é a partir dela que uma comunidade estrangeira se forma fora do seu território de origem.

A paisagem do consumo trata da mercantilização do espaço urbano. A

mercadoria é um dos pontos de debate, ao mercantilizar o espaço e os elementos culturais. A persuasão ao consumo será realizada sob a influência de um poder suave, que desperta o desejo no consumidor. Contudo, a cidade como mercadoria e espetáculo viabiliza o interesse pela mercadoria, que passa a ser o próprio espaço; por isso, olhamos para a paisagem como um símbolo de consumo. A capitalização através da identidade socioespacial ganha ainda mais camadas no contexto de um bairro tão múltiplo como o Bom Retiro. A crítica de autores como Truzzi e Rolnik recai sobre o apagamento da contribuição de outros grupos na sua construção.

Vimos que a multiplicidade do Bom Retiro é reconhecida pelo próprio IPHAN, assim como seu papel como polo cultural de tradições coreanas. Reconhecê-lo exclusivamente como Koreatown geraria conflitos pelo processo de apagamento étnico de outros grupos. A história do bairro é marcada por sucessões étnicas sem conflitos efetivos, com a ocupação de um grupo sobrepondo-se a outro sem disputas substanciais. A localização central, com os limites circundados por rios e uma ferrovia, o isolaram, favorecendo o desenvolvimento dos enclaves.

Quando olhamos para o Bom Retiro, observamos a contribuição de diferentes grupos, característica do nosso espaço urbano. Os latino-americanos compõem uma população expressiva de moradores e trabalhadores na economia do enclave, especialmente no comércio atacadista de moda feminina nos arredores da Rua José Paulino. Enquanto os coreanos, que geralmente são os proprietários desse comércio, têm sua presença muito mais perceptível nos equipamentos e comércios do enclave. A multiplicidade étnica foi notada em nossa visita de campo, em espaços como igrejas cristãs coreanas, sinagogas, restaurantes judeus e hispano-americanos. A dicotomia da ocupação foi marcada pelo desenvolvimento do bairro, com uma ocupação mais tardia das partes mais baixas próximas aos rios Tietê e Tamanduateí, o que conferiu uma diferença social significativa com a parte mais alta.

O incentivo à marca sul-coreana reverberou para além do consumo exclusivo do entretenimento, valorizando a marca sul-coreana nos setores culturais e comerciais. Seja com a valorização dos produtos e serviços dos chaebols (LG, Hyundai, Samsung, etc.), as principais empresas sul-coreanas com forte participação no PIB e na política, na procura pelo estudo do idioma, no intercâmbio e no aumento do turismo. A legitimidade através do poder simbólico na política é marcante.

Organizações ligadas ao Ministério da Cultura e Esportes, embaixadas e centros culturais desempenham papéis cruciais no intercâmbio, difusão cultural e ensino do idioma em outros países.

Questões relacionadas ao poder suave, desde a invasão japonesa, sempre foram latentes dentro do território sul-coreano, muitas vezes como forma de resistência à influência de nações dominantes, como no caso japonês e, posteriormente, com os blockbusters estadunidenses dominando as salas de cinemas locais. Vimos que aspectos relacionados à economia e à crise asiática dos anos 90 influenciaram e serviram como alternativa econômica no incentivo à produção e exportação cultural. Contudo, a influência estadunidense facilitou a comercialização de seus produtos devido à sua influência, sendo um dos poderes suaves mais notórios desde o fim da Segunda Guerra Mundial e de forte presença no território sul depois da Guerra das Coreias. Aspectos pontuais de similaridade com influências suaves garantiram maior efetividade na comercialização, comparados a países com menor influência. Apesar do poder de atração, o oposto também pode ocorrer quando relações diplomáticas ficam estremecidas, como o banimento da hallyu no mercado chinês. Isso destaca a força de uma política suave, principalmente ligada a fatores econômicos.

Retomando a conversa sobre o Bom Retiro, o bairro evoluiu de um bairro de chácaras da elite no século XIX para, no final do mesmo século, com a chegada dos trilhos e a estação da Luz, um bairro operário predominantemente italiano e português. A partir deles, temos o surgimento da primeira economia de base étnica, que desenvolveu a produção de produtos e comércios para seus respectivos grupos. A migração judaica, dos judeus europeus que fugiam da forte onda de antissemitismo impulsionada pelo nazismo da época, contribuiu para as fortes transformações urbanas que ocorreram oriundas do processo de urbanização pelo qual a cidade passava. A sucessão dos italianos pelos judeus foi gradual. Os judeus atuavam no ramo das confecções e foram, posteriormente, substituídos pelos coreanos. Com os judeus, os espaços ligados à vida comunitária começaram a se articular, assim como os voltados à cultura, religião e comércio étnico, o que lhes conferiu características de um enclave.

Vemos que tanto os portugueses quanto os sírios e libaneses contribuíram

para o comércio do bairro, mas nenhum outro grupo teve uma relação tão direta com a comunidade coreana como a judaica. Eles sucederam os judeus na ocupação, no enclave e no comércio na região. Os judeus mudaram o caráter operário do bairro para um comercial, com atividade comercial autônoma. Exemplos de processos de evolução urbana incluem o Plano de Avenidas Prestes Maia e a retificação dos rios, pautados em um modelo fordista automobilístico, a verticalização e a adaptação de casarões para lojas e fábricas. O enriquecimento mudou o perfil de ocupação dos judeus no bairro e os interesses de seus descendentes para outras áreas de maior prestígio social, criando a oportunidade para os coreanos, que também não residem no bairro, ocuparem a parte comercial. A presença coreana e seu enclave são reconhecidos de forma similar ao que aconteceu com a comunidade judaica em meados do século XX, mas sem ainda apresentar os aspectos relacionados à evasão que sucedeu.

Observamos o enclave sob uma perspectiva diferente da de alguns autores estadunidenses que traçam paralelos com guetos. Aqui, os enclaves são lugares onde as comunidades imigrantes optam por se concentrar, devido a melhores condições e oportunidades de adaptação proporcionadas pelo suporte dos compatriotas. O denominador comum é a afinidade cultural e a forte ação comunitária. No Bom Retiro, há uma pluralidade de status sociais entre os co-étnicos, refletindo as diferentes formas de migração e atividades comerciais desenvolvidas. Temos a presença de um comércio do enclave que atende à comunidade com aspectos mais particulares da economia étnica, justificado pela localização no comércio atacadista, o que culminou na localização do primeiro e da comunidade. A permanência no enclave não é obrigatória, mas as situações que ele proporciona favorecem o permanecimento, seja por motivos de consumo, trabalho ou adaptação dos recém-chegados. Reforçamos que a manifestação do enclave se dá em um espaço urbano, marcado por uma identidade cultural.

A migração sul-coreana iniciou-se em 1963, com quatro expedições oficiais. A maior parte da comunidade se concentrou na capital paulista, em torno de 50 mil habitantes. Com as dificuldades enfrentadas nos anos iniciais ao serem direcionadas para regiões no interior paulista, as quais não aprofundamos, esse movimento não foi restritivo a eles. A década de 70 foi marcada por um forte êxodo rural, com a população migrando para as cidades, com a capital paulista experimentando um

crescimento de 300 mil habitantes anualmente. Muitos coreanos migraram para a região do Glicério, eventualmente beneficiando-se devido a essa proximidade com os locais que posteriormente desenvolveram e negociaram seu comércio de confecções de pronta entrega, na região do Brás e Bom Retiro. Nas décadas seguintes, muitos coreanos imigraram ilegalmente. Sua situação incerta, vulnerável e o saturamento nas confecções contribuíram para a heterogeneidade de status social dentro da comunidade. Para além do estigma social devido a convenções sociais confucionistas, os clandestinos enfrentavam condições ainda mais adversas com o medo da clandestinidade e dependência dos outros coreanos para tirar algum sustento. Assim como na comunidade judaica, foi com a confecção que encontraram uma alternativa de trabalho.

O papel central da igreja cristã, tanto a protestante quanto a católica, é fundamental nas relações sociais da comunidade, intermediando as relações entre os co-étnicos, no período em que os ilegais precisavam de mais suporte dos legais e consequente trabalho no seu comércio, assim como também no recebimento dos novos imigrantes e ensino da nova língua. Em um primeiro momento, o ramo das confecções de pronta entrega envolveu um risco considerável para um grupo que tentava desenvolver alguma forma de arrecadação com o pouco que tinham: o de se produzir e não encontrar compradores. Contudo, sua produção, que envolvia toda a escala familiar, lhes garantia um preço mais competitivo e um novo modelo comercial mais atrativo e rápido, que anteriormente funcionava apenas por encomenda e com prazos maiores.

Os autores alegam que o enclave é uma situação provisória até a assimilação, observando essa condição acometer a comunidade judaica. Contudo, nas gerações coreanas subsequentes, o negócio da economia de enclave persistiu. A partir dos anos 2000, com a melhoria da qualidade de vida na Coreia e o início da política de poder suave, a migração para o Brasil diminuiu significativamente. Os últimos migrantes dos anos 80 e 90 enfrentaram dificuldades para se inserir no comércio étnico, desenvolvendo, assim, o comércio de enclave, que além de atender a uma demanda dos co-étnicos que trabalhavam pela região, fortaleceu ainda mais a relação dos coreanos com o espaço.

Nossa proposta foi analisar a presença coreana e o seu impacto no bairro: dos

restaurantes, comércios e serviços que se configuram como comércio de enclave, até as contribuições do comércio étnico com as confecções. Não podemos atribuir apenas à Hallyu as mudanças que consolidaram signos, novos nomes para as ruas, proposta de mudanças de luminárias, murais e a Koreatown para este espaço. A existência de um enclave já demonstra a forte relação da comunidade coreana com o bairro, que ao longo dos seus cinquenta anos de ocupação carregaram suas influências e mudanças. Contudo, também não podemos dizer que este espaço não está sendo captado por uma lógica transnacional de capitalização, que se apropria das características de enclave para transformá-lo em um transclave.

As contribuições urbanísticas do projeto Novo Bom Retiro e observações de campo mostram uma diferença notória e histórica da conservação entre as partes altas e baixas do bairro. Lembrando-nos da sua configuração como um dos bairros da região central, apresenta os elementos relacionados à sua deterioração comum aos demais, como a presença de lixo em espaços públicos, pessoas em situação de vulnerabilidade, como usuários de substâncias psicoativas e pessoas em situação de rua. No discurso sobre segurança e conservação do bairro, o projeto de uma Koreatown, que promove o embelezamento e melhor segurança, lida com esses aspectos associados à desvalorização.

Sobre as experiências estadunidenses, destacam-se os aspectos de gentrificação que favoreceram uma elite local ou estrangeira, prejudicando o comércio dos imigrantes locais. Especialmente em Los Angeles, que afetou a permanência de outros grupos imigrantes, principalmente latinos, que em comum com a nossa situação, também enfrentavam considerações trabalhistas. Utilizaram-se do uso do city marketing e da cidade do espetáculo, com a participação de organizações comunitárias coreano-americanas e corporações transnacionais (chaebols), que ganharam notoriedade com uma “K” marca, patrocinando esses eventos que fomentavam estas estratégias.

A Koreatown é parte da lógica de mercantilização do espaço, criando paisagens de consumo inseridas na lógica urbana. A criação de imagens, potencializada pelo poder suave da mídia de entretenimento, transforma a mercadoria urbana nos comércios do enclave. A individualidade e exclusividade dos produtos e serviços consumidos nesses espaços refletem sua identidade e são a

motivação para sua atração. O mercado internacional se apropria do enclave, potencializa seus atrativos para os não coreanos, que já foram previamente estimulados pela Hallyu, promovendo uma simulação de uma experiência do que seria a Coreia do Sul em território estrangeiro. Nesse movimento, as redes de franquias que se instalam nela estabelecem uma competitividade com a qual os comércios dos imigrantes anteriores não conseguem competir, e consequentemente prejudicando o antigo comércio de enclave.

Essas foram as observações que os autores nos trouxeram sobre as experiências estadunidenses e que, apesar das semelhanças com outros novos enclaves, quando transformados em transclave, é o único por angariar investimentos pesados do governo coreano. Koreatown em Manhattan é uma plataforma para popularização e comercialização da cultura étnica e nacional, beneficiando tanto o governo coreano quanto as corporações coreanas (Kim, 2018).

Ao sermos apresentados ao termo transclave, compreendemos que se trata de uma transformação de um enclave pela influência da Hallyu ao potencializar o consumo étnico. A transnacionalidade e o transclave se estabelecem quando empresas de fora utilizam-se das condições e potencialidades que uma Koreatown fornece para os seus empreendimentos para capitalizarem. Para além da comunidade local, o transclave terá o seu comércio estimulado pelo consumo transnacional, outros tipos de consumidores são captados. Novamente, retomamos o conceito de poder suave, sua persuasão e desejo pelo consumo. Nesse contexto estratégico, o espaço toma desdobramentos que geram interesse em uma escala global, atraindo as empresas transnacionais coreanas.

O conceito de transclave proporciona um novo modelo para enclaves numa sociedade pós-industrial, refletindo melhor como essa estrutura incentiva a circulação e transmissão cultural e o benefício econômico para a nação remetente. Enclaves étnicos podem se transformar em "parques temáticos étnicos" onde a experiência do "outro" étnico está à venda, especialmente para turistas (Krase, 1997 apud Kim, 2018). O impacto do consumo nas relações e vivências sociais e na criação de uma cultura do consumo influencia e é diretamente influenciado pela criação de espaços de consumo. A produção do espaço urbano, onde a Koreatown surge como um produto das próprias relações sociais com o consumo, resulta em reapropriações por

interesses econômicos que os transformam.

Retomando o foco para o consumo, destacamos seus impactos nas relações e vivências sociais, na criação de uma cultura do consumo que influencia e é influenciada diretamente pela criação de espaços de consumo. É um paradigma do urbano pós-moderno, presente na própria lógica do surgimento da economia étnica e da economia do enclave. Com novos atores transnacionais, como o poder suave sul-coreano e a Hallyu, sua escala e criação de espaços de consumo ganham novos desdobramentos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALESP. Cômulo da Coreia do Sul propõe projeto para revitalização do bairro Bom Retiro, em São Paulo. Disponível em: <<https://www.al.sp.gov.br/noticia/?id=427184>>. Acesso em: 4 nov. 2024

ALVES, Glória da Anunciação. Transformações e resistências nos centros urbanos. Crise urbana. Tradução . São Paulo: Contexto, 2015. . Disponível em: https://biblio.fflch.usp.br/Alves_GA_34_2839815_TransformacoesEResistenciasNosCentrosUrbanos.pdf. Acesso em: 04 dez. 2024.

ALLKPOP. The 2020 third-quarter revenue of the Big 3 (SM, JYP, YG) revealed. Disponível em: <<https://www.allkpop.com/article/2020/11/the-2020-third-quarter-revenue-of-the-big-3-sm-jyp-yg-revealed>>. Acesso em: 24 nov. 2024.

AMADIO, D. *Desenho urbano e bairros centrais de São Paulo: Um estudo sobre a formação e transformação do Brás, Bom Retiro e Pari*. São Paulo: Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, 2004. Disponível em: [capitulo1-reduzido-final.pdf \(usp.br\)](#). Acesso em 09 mai 2024.

ARAÚJO, I. I. S.; MOREIRA, J. B. D. KOREAN WAVE: A INFLUÊNCIA DO MARKETING DE ENTRETENIMENTO NA PROPAGAÇÃO DA CULTURA SUL-COREANA. Revista Multidisciplinar do Centro Universitário FIPMoc, Montes Claros, v. 37, n. 1, jan./jun. 2024. Disponível em: [Korean wave: A influência do marketing de entretenimento na propagação da cultura sul-coreana | Revista Multidisciplinar](#). Acesso em 20 out. 2024.

BALLERINI, F. *Poder suave (soft power): uma arte africana; arte milenar chinesa; arte renascentista; balé russo; Bollywood; Bossa-Nova; British invasion; carnaval; cultura mag japonesa; Hollywood; moda francesa; tango; telenovelas*. São Paulo: Summus, 2017.

BONFIM, L. F. S. OS EFEITOS DO HALLYU: O uso do Soft Power sul coreano como um instrumento de política externa. Monografia do título de Bacharel em Relações Internacionais pela Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais – FAJS do Centro Universitário de Brasília (UniCEUB), Brasília, 2021. Disponível em: [Centro](#)

[Universitário de Brasília - UniCEUB: Os efeitos do hallyu: o uso do Soft Power sul coreano com instrumento de política externa](#). Acesso em 15 out. 2024.

BRANDÃO, E. São Paulo: “Little Seul” e “Nova Luz” - Vermelho. Disponível em: <<https://vermelho.org.br/2017/07/02/sao-paulo-little-seul-e-nova-luz/>>. Acesso em: 6 nov. 2024.

BITTONI, M. M. S.; MANDELBAUM, H. G. OS IMIGRANTES COREANOS NA REMODELAÇÃO DO BAIRRO DO BOM RETIRO, NA CIDADE DE SÃO PAULO - SP: TRANSFORMAÇÕES, VIDA COMUNITÁRIA E TERRITORIALIZAÇÕES, 14º Encontro Nacional de Prática de Ensino de Geografia Políticas, Linguagens e Trajetórias Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2019. Disponível em: <https://www.bing.com/ck/a?!&&p=c792ea2f0e95eaadbcecc26382f344a2c8e772d46e34b70d091723e2cc4a3578fJmltdHM9MTczMzYxNjAwMA&ptn=3&ver=2&hsh=4&fclid=2b8082dc-a7f4-603e-2b77-90aca69f6116&psq=OS+IMIGRANTES+COREANOS+NA+REMODELA%20DO+BAIRRO+DO+BOM+RETIRO%20NA+CIDADE+DE+S%20PAULO+-+SP%3a+TRANSFORMA%20ES%20VIDA+COMUNIT%20RIA+E+TERRITORIALIZA%20ES&u=a1aHR0cHM6Ly9vY3MuaWdlLnVuaWNhbXAuYnlvbm2pzL2FuYWlzMTRIbnBIZy9hcnRpY2xlL2Rvd25sb2FkLzI5MTcvMjc4MC8xMjg3OA&ntb=1>. Acesso em 23 ago. 2024.

CA, A. W 6th St & S Kenmore Ave · Los Angeles, CA 90020. Disponível em: <<https://www.google.com/maps/place/W+6th+St+%26+S+Kenmore+Ave>>. Acesso em: 9 nov. 2024.

CAPOMACCIO, S. Consulado da Coreia do Sul quer mudanças no Bom Retiro. Disponível em: <<https://jornal.usp.br/radio-usp/consulado-da-coreia-do-sul-quer-mudancas-no-bom-retiro/>>. Acesso em: 4 abr. 2024.

CAPOMACCIO, S. Por que transformar o bairro do Bom Retiro em Koreatown? Disponível em: <<https://jornal.usp.br/radio-usp/por-que-transformar-o-bairro-do-bom-retiro-em-koreatown/>>. Acesso em: 4 abr. 2024.

CARLOS, A. F. A. *O Espaço Urbano: Novos Escritos sobre a Cidade*. São Paulo: FFLCH, 2007. Disponível em: [Espaco urbano \(usp.br\)](#). Acesso em 01 abr. 2024.

CAVALCANTI, M. C. Taekwondo nas Olimpíadas: história e todos os pódios. Disponível em: <<https://www.esportelandia.com.br/olimpiadas/taekwondo-nas-olimpiadas/>>. Acesso em: 29 nov. 2024.

CIDADE DE SÃO PAULO. Bom Retiro. Disponível em: <<https://capital.sp.gov.br/web/se/w/noticias/36878>>. Acesso em: 09 ago. 2024.

CHENSIYAUN. File:Koreatown manhattan 2009.JPG - Wikimedia Commons. Disponível em: <https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Koreatown_manhattan_2009.JPG>. Acesso em: 8 nov. 2024.

CHI, J. Y. *O BOM RETIRO DOS COREANOS DESCRIÇÃO DE UM ENCLAVE ÉTNICO*. Dissertação apresentada à FAU. 2016. Disponível em: [O Bom Retiro dos coreanos: descrição de um enclave étnico \(usp.br\)](#). Acesso em 11 mar. 2024.

CHOI, K. J. *Além do Arco-Íris: A imigração coreana no Brasil*. Dissertação apresentada à FFLCH. 1991. Disponível em: [Além do arco-íris: a imigração coreana no Brasil \(usp.br\)](#). Acesso em 11 mar. 2024.

COLETIVO BOM RETIRO É O MUNDO. *Projeto urbano para o Bom Retiro - desenvolvido por moradores e trabalhadores do bairro*. Disponível em: [https://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/upload/licenciamento/Projeto%20de%20Interven%C3%A7%C3%A3o%20Urbana%20Bom%20Retiro%20%C3%A9%20o%20Mundo%20\(1\).pdf](https://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/upload/licenciamento/Projeto%20de%20Interven%C3%A7%C3%A3o%20Urbana%20Bom%20Retiro%20%C3%A9%20o%20Mundo%20(1).pdf). Acesso em: 03 set. 2024.

DALL'ACQUA, F. *Crescimento e estabilização na Coréia do Sul, 1950-86*. Revista Brasileira de Economia (Online), v. 45 n. 1, Rio de Janeiro, 1991. Disponível em: [Crescimento e estabilização na Coréia do Sul, 1950-86 | Revista Brasileira de Economia](#). Acesso em: 09 out. 2024.

DERTONIO, Hilário. *Bairros de São Paulo: Bom Retiro*. São Paulo: Oficina de Artes Gráficas Bisordi SA, 1971

DIARIO DE PERNAMBUCO. Multicultural, Bom Retiro tem projeto de se tornar bairro de coreanos. Disponível em: <<https://www.diariodepernambuco.com.br/noticia/brasil/2023/06/multicultural-bom-reti>

ro-tem-projeto-de-se-tornar-bairro-de-coreanos.html>. Acesso em: 9 nov. 2024.

FELDMAN, S. BOM RETIRO: BAIRRO MÚLTIPLO, IDENTIDADE ÉTNICA MUTANTE. *ANAIS DO XV ENANPUR*. v. 15, n. 1, 10 abr. 2018. Disponível em: [ST6 - 1158 BOM RETIRO: BAIRRO MÚLTIPLO. IDENTIDADE ÉTNICA MUTANTE | Anais ENANPUR](#). Acesso em: 09 jun. 2024.

GAVIOLI, S. M. S. *A cultura coreana como instrumento de soft power da Coreia do Sul: uma análise sobre a Hallyu*. 2023. Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) — Curso de Relações Internacionais, Universidade Federal de São Paulo, Osasco, 2023. Disponível em: <https://repositorio.unifesp.br/items/bd70a78a-ef1d-4561-b138-a8445efdc57b>. Acesso em: 03 set. 2024.

GOOGLE MAPS. Google Maps. Disponível em: <<https://www.google.com/maps/@-23.5323089>>. Acesso em: 8 dez. 2024.

GOVERNO FEDERAL DO BRASIL - PLANALTO. *Governo Federal anuncia R\$ 1,6 bilhão em investimentos para o setor audiovisual*. Disponível em: <<https://www.gov.br/planalto/pt-br/acompanhe-o-planalto/noticias/2024/06/governo-federal-anuncia-r-1-6-bilhao-em-investimentos-para-o-setor-audiovisual>>. Acesso em 07 nov. 2024.

HADDAD, C. S.; MENDONÇA, J. M.; CONSTÂNCIO, V. Z. *COMO A COREIA DO SUL USA SEU SOFT POWER POR MEIO DA SUA CULTURA E ECONOMIA*. Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Relações Internacionais da Universidade São Judas Tadeu, São Paulo, 2021. Disponível em: <https://repositorio-api.animaeducacao.com.br/server/api/core/bitstreams/40024ce6-72f3-4695-8424-c6f4c13ce4eb/content>. Acesso em: 11 set. 2024.

HARVEY, D. *A produção capitalista do espaço*. São Paulo: Annablume, 2005.

HAYDN-AN. The 2020 third-quarter revenue of the Big 3 (SM, JYP, YG) revealed. Disponível em: <<https://www.allkpop.com/article/2020/11/the-2020-third-quarter-revenue-of-the-big-3-sm-jyp-yg-revealed>>. Acesso em: 24 nov. 2024.

HOFFMANN, B. Bom Retiro: cônsul quer que bairro se transforme em “Korea Town”. Disponível em: <<https://www.gazetasp.com.br/cotidiano/bom-retiro-consul-quer-que-bairro-se-transforme-em-korea-town/1093799/>>. Acesso em: 6 nov. 2024.

IBGE | Países. Disponível em: <<https://pais.es.ibge.gov.br/#/dados/republica-da-coreia>>. Acesso em: 03 ago. 2024.

INGFBRUNO. File:USA-NYC-Koreatown99.jpg - Wikimedia Commons. Disponível em: <<https://commons.wikimedia.org/wiki/File:USA-NYC-Koreatown99.jpg>>. Acesso em: 8 nov. 2024.

JR. NYE, J. S. *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York, PublicAffairs, 2005.

KBS, MBC, SBS 로고. Disponível em: <https://www.ohmynews.com/NWS_Web/View/img_pg.aspx?CNTN_CD=IE002711840>. Acesso em: 24 nov. 2024.

KIM, B.R. Past, Present and Future of Hallyu (Korean Wave). *American International Journal of Contemporary Research* Vol. 5, No. 5; 2015. Disponível em: [Microsoft Word - 19.doc](#). Acesso em 23 out. 2024

KIM, H. The Importance of Nation Brand. Institute for Cultural Diplomacy, 2012. Disponível em: [The Importance of Nation Brand](#). Acesso em: 15 nov. 2024.

KIM, J. *Manhattan's Koreatown as a Transclave: The Emergence of a New Ethnic Enclave in a Global City*. *City & Community* Volume 17, Issue 1, p. 276-295, 2018. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/cico.12276>. Acesso em: 08 out. 2024.

LEE, H. Y. , 8 set. 2020. Disponível em: <<https://www.istockphoto.com/br/foto/los-angeles-la-koreatown-street-sinais-coreanos-gm1270529837-373444352?searchscope=image%2Cfilm>>. Acesso em: 8 nov. 2024

LEITE, E. P. *Mobilidades e Turismo urbano: estudo sobre o legado étnico da comunidade coreana no Bom Retiro (São Paulo/Brasil)*. Dissertação de Mestrado à Escola de Artes, Ciências e Humanidades. São Paulo, 2020. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/100/100140/tde-27012020-173735/pt-br.php>. Acesso em: 03 set. 2024.

MINISTÉRIO DAS RELAÇÕES EXTERIORES. 60 ANOS DA IMIGRAÇÃO COREANA PARA O BRASIL. Disponível em: <<https://www.gov.br/mre/pt-br/embaixada-seul/noticias/60-anos-da-imigracao-coreana-para-o-brasil>>. Acesso em: 03 set. 2024.

MINISTÉRIO PÚBLICO DO TRABALHO EM SÃO PAULO. Confeções do Bom Retiro e Brás devem pagar R\$ 324 mil a vítimas de trabalho escravo - MPT-SP. Disponível em: <<https://www.prt2.mpt.mp.br/662-confeccoes-do-bom-retiro-e-bras-pagam-r-324-mil-a-vitimas-de-trabalho-escravo>>. Acesso em: 8 nov. 2024.

MOREIRA, J.; ARAÚJO, D. Não podemos nomear o Bom Retiro como bairro de um povo só, alertam moradores - Educação e Território. Disponível em: <<https://educacaoeterritorio.org.br/reportagens/nao-podemos-nomear-o-bom-retiro-c-omo-bairro-de-um-povo-alertam-moradores/>>. Acesso em: 6 nov. 2024.

NASCIMENTO, R. M. B. JAMAIS VU: requisitos para briefing de produtos culturais de K-pop. Trabalho de Conclusão de Curso - Curso de Design da Universidade Federal de Pernambuco, 2019.

OLIVEIRA, D. Cônsul da Coreia do Sul propõe projeto para revitalização do bairro Bom Retiro, em São Paulo. Alesp, São Paulo, 2 set. 2021. Disponível em: <https://www.al.sp.gov.br/noticia/?id=427184#:~:text=O%20c%C3%B4nsul%20Hwang%20prop%C3%B5e%20instaurar,das%20tradi%C3%A7%C3%B5es%20coreanas%20desde%202010>. Acesso em: 15 jun. 2024.

ORTIGOZA, S. A. G. *Paisagens do consumo: São Paulo, Dubai e Seul*. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010. Disponível em: [SciELO Books | Paisagens do consumo: São Paulo, Lisboa, Dubai e Seul](#). Acesso em 29 abr. 2024.

OURIVEIS, Maíra. *Soft power e indústria cultural: a política externa norte-americana presente no cotidiano do indivíduo*. Revista Acadêmica de Relações Internacionais, v. II, n. 4, p. 168, 2024.

PARK, Kyeyoung; KIM, Jessica. The contested nexus of Los Angeles Koreatown: capital restructuring, gentrification, and displacement. *Amerasia Journal*, v. 34, n. 3, p. 127-150, 2008.

PETIT JOURNAL. K-pop e a influência cultural da Coreia do Sul | Aula Gratuita | BTS | BlackPink | Monsta X. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=8UsL0sTVQoU>>. Acesso em: 4 nov. 2024.

PMSP. Equipamentos Públicos - Subprefeitura - Sé - Prefeitura. Disponível em:

<https://capital.sp.gov.br/web/se/equipamentos_publicos>.

REIS, L. Governo de SP liberta 8 imigrantes bolivianos em trabalho análogo ao escravo – Secretaria da Justiça e Cidadania. Disponível em: <<https://justica.sp.gov.br/index.php/governo-de-sp-liberta-8-imigrantes-bolivianos-em-trabalho-analogo-ao-escravo/>>. Acesso em: 8 nov. 2024.

ROLL, M. Korean Wave (Hallyu) - Rise of Korea's Cultural Economy & Pop Culture. Disponível em: <<https://martinroll.com/resources/articles/asia/korean-wave-hallyu-the-rise-of-koreas-cultural-economy-pop-culture/>>. Acesso em: 08 out. 2024.

ROLNIK, R. 'Bom Retiro é o Mundo': projeto Korea Town exclui outros povos e ignora problemas reais. LabCidade, São Paulo, 24 nov. 2022. Disponível em: <https://www.labcidade.fau.usp.br/de-bom-retiro-a-korea-town-projeto-exclui-outros-povos-e-ignora-problemas-reais/>. Acesso em: 27 jun. 2024.

ROLNIK, Raquel. Por que transformar o bairro do Bom Retiro em Koreatown? Rádio USP, 02 nov. 2023. Disponível em: <https://jornal.usp.br/?p=698951>. Acesso em: 04 dez. 2024.

RUFINO, J. Pedido do consulado sul-coreano de iluminação no Bom Retiro será tema de Audiência Pública na Câmara. Câmara Municipal de São Paulo, São Paulo, 12 set. 2023. Disponível em: <https://www.saopaulo.sp.leg.br/blog/pedido-do-consulado-sul-coreano-de-iluminacao-no-bom-retiro-sera-tema-de-audiencia-publica-na-camara/>. Acesso em: 15 jun. 2024.

SANTIAGO BUITONI, M. M.; MANDELBAUM, H. G. *Os imigrantes coreanos na remodelação do bairro do Bom Retiro, na cidade de São Paulo - SP: Transformações, vida comunitária e territorializações*. In: 14º Encontro Nacional de Prática de Ensino de Geografia, 29 de junho a 4 de julho de 2019, Universidade Estadual de Campinas. Disponível em: [Vista do OS IMIGRANTES COREANOS NA REMODELAÇÃO DO BAIRRO DO BOM RETIRO, NA CIDADE DE SÃO PAULO - SP: TRANSFORMAÇÕES, VIDA COMUNITÁRIA E TERRITORIALIZAÇÕES \(unicamp.br\)](https://www.unicamp.br/portal/pt-br/arquivos/14o-encontro-nacional-de-pratica-de-ensino-de-geografia-2019). Acesso em 01 abr. 2024.

SILVA, Clara Ribeiro. A influência e desenvolvimento da Hallyu para o crescimento

do turismo na Coreia do Sul. 2022. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2022. Disponível em: <https://bdta.abcd.usp.br/directbitstream/f7720248-9e1e-420c-a582-b8b804bcb306/tc4856-Clara-Silva-Influencia.pdf>. Acesso em: 09 nov. 2024.

SILVA, M. C. B. *SOFT POWER E A HALLYU: UM OLHAR PARA O DESENVOLVIMENTO DA COREIA DO SUL*. Trabalho de Conclusão de Curso a Curso de Relações Internacionais da Universidade do Sul de Santa Catarina, Florianópolis, 2020. Disponível em: [Soft Power e a Hallyu: Um olhar para o desenvolvimento da Coreia do Sul](#). Acesso em 23 ago. 2024.

SZWARCBART, M. Sinagoga Machzikei Hadas - Bom Retiro. Disponível em: <<https://artejudaicasaopaulo.blogspot.com/2018/12/sinagoga-machzikei-hadas-bom-retiro.html>>. Acesso em: 8 nov. 2024.

SZWARCBART, M. AS SINAGOGAS EM SÃO PAULO - ARTE E ARQUITETURA JUDAICA: As informações sobre a Ahavat Reim e a Machzikei Hadas vão se alternando. Disponível em: <<https://artejudaicasaopaulo.blogspot.com/2019/03/as-informacoes-sobre-ahavat-reim-e.html>>. Acesso em: 8 nov. 2024.

TOJI, S. “*Little Seul*” e “*Nova Luz*”: *ciudades mundiais e a globalização de políticas urbanas municipais*. Le Monde diplomatique Brasil, São Paulo, 22 jun. 2017. Disponível em: <https://diplomatie.org.br/little-seul-e-nova-luz-ciudades-mundiais-e-a-globalizacao-d-e-politicas-urbanas-municipais/>. Acesso em: 08 nov. 2024.

TOJI, S. “*Koreatown: Entre a cidade de enclaves e a urbe cosmopolita*. Le Monde diplomatique Brasil, São Paulo, 27 ago. 2021. Disponível em: https://diplomatie.org.br/koreatown-entre-a-cidade-de-enclaves-e-a-urbe-cosmopolita/#_ftn4. Acesso em: 08 nov. 2024.

TRUZZI, O. Etnias em convívio: o bairro do Bom Retiro em São Paulo. *Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, n. 27, p. 143-166, 2001. Disponível em: [truzzi.pdf \(usp.br\)](#). Acesso em 09 jun. 2024.

VALVERDE, R.R.H.F. A indústria cultural como objeto de pesquisa geográfica.

Revista do Departamento de Geografia da Universidade de São Paulo, v. 29, p. 391-418, 2015.

YANG, E. M. A “Geração 1.5” dos coreanos em São Paulo: identidade, alteridade e educação. 2011. 506 p. Tese (Doutorado em Educação) - Faculdade de Educação, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011. Disponível em: [A geração 1.5 dos imigrantes coreanos em São Paulo: identidade, alteridade e edu... \(usp.br\)](#). Acesso em 01 abr. 2024.

YU, Eui-Young; CHOE, Peter; HAN, Sang Il; YU, Kimberly. Emerging diversity: Los Angeles' Koreatown, 1990–2000. *Amerasia Journal*, v. 30, n. 1, p. 25-52, 2004. DOI: 10.17953/amer.30.1.m470332320241t24