

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
ESCOLA DE EDUCAÇÃO FÍSICA, FISIOTERAPIA E DANÇA
LICENCIATURA EM DANÇA

CAMILA DA SILVA MARTINS

**TRAJETÓRIAS FORMATIVAS E PROCESSOS DE PROFISSIONALIZAÇÃO DE
BAILARINOS KPOP NA CIDADE DE PORTO ALEGRE (DE 2016 A 2019)**

Porto Alegre
2019

Camila da Silva Martins

**TRAJETÓRIAS FORMATIVAS E PROCESSOS DE PROFISSIONALIZAÇÃO DE
BAILARINOS KPOP NA CIDADE DE PORTO ALEGRE (DE 2016 A 2019)**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Escola de Educação Física,
Fisioterapia e Dança da Universidade
Federal do Rio Grande do Sul para obtenção
do título de Licenciada em Dança.

Orientador: Prof. Dr. Márcio Pizarro Noronha.

Porto Alegre
2019

CIP - Catalogação na Publicação

Martins, Camila da Silva
TRAJETÓRIAS FORMATIVAS E PROCESSOS DE
PROFISSIONALIZAÇÃO DE BAILARINOS KPOP NA CIDADE DE
PORTO ALEGRE (DE 2016 À 2019) / Camila da Silva
Martins. -- 2019.
61 f.
Orientador: Márcio Pizarro Noronha.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação) --
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Escola de
Educação Física, Licenciatura em Dança, Porto Alegre,
BR-RS, 2019.

1. Dança. 2. Kpop. 3. Trajetória profissional. 4.
Carreira. 5. Estudo de Caso. I. Noronha, Márcio
Pizarro, orient. II. Título.

Camila da Silva Martins

**TRAJETÓRIAS FORMATIVAS E PROCESSOS DE PROFISSIONALIZAÇÃO
DE BAILARINOS KPOP NA CIDADE DE PORTO ALEGRE (DE 2016 À 2019)**

Conceito final:

Aprovado em: _____ de _____ de _____

BANCA EXAMINADORA

Prof. Ms. Jair Felipe Bonatto Umann– UFRGS

Orientador – Prof. Dr. Márcio Pizarro Noronha – UFRGS

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, agradeço a minha mãe e avó, Cíntia e Jussara, que sempre acreditaram no poder de transformação que a educação possui. Sem o apoio incondicional das mulheres mais guerreiras que já conheci, esse momento não seria possível. A minhas irmãs, Brenda e Larissa por, do jeitinho de cada uma, transmitirem amor e carinho e me aturarem quando nem eu me aturo. Ao meu pai de coração, Fabiano, por embarcar nessa jornada maluca que é fazer parte da nossa família. A minha madrinha, Virginia e minha quase irmã Samantha, vocês duas tem papel fundamental na mulher que sou hoje.

Aos meus amigos do maior e melhor *squad* já visto nessa universidade, o Bonde do Ipê, esses anos com vocês foi um eterno delírio. A Juliana, por aturar todas minhas paranoias, surtos por *idols* de kpop, sempre me dar forças e nunca desistir de mim, tu é jaca! A minha *monbebe* Andressa, por me ouvir e me cuidar sempre, mesmo que o estejamos separadas por 3815 km. A Sarah, por ter compartilhado os momentos mais absurdos que já vivi, tu é incrível amiga. A Fernanda, por ser minha parceira pra todo rolê, mesmo quando dá tudo errado. Ao Bruno, meu companheiro de todas horas, eu te amo muito mesmo que não demonstre muito. A todos os outros amigos que não citei, mas que são muito importantes pra mim, todo meu amor e carinho.

Ao meu orientador, Márcio, obrigada por ter acreditado em mim e ter tornado esse trabalho possível, tu é brilhante. A Maki e Bela, por aceitarem fazer parte desse trabalho, eu admiro muito vocês!

E por último, ao grupo EXO. Eu posso não conhecer vocês fisicamente, mas conheço com meu coração. Vocês me deram apoio e me salvaram inúmeras vezes. Obrigada por tornarem possível que eu conhecesse tantas pessoas especiais. Espero que um dia possa agradecer pessoalmente por terem mudado a minha vida.

“Acima do céu cinzento
Estou certo de que há uma luz mais brilhante
Tenho certeza que brilhará
Depois das nuvens clarearam
Você brilha como as estrelas
Você iluminou meu coração
Após esse dia cansativo
Brilhe deslumbrantemente”

EXO – Been Through (지나갈 테니)

RESUMO

O trabalho intitulado “Trajetórias formativas e processos de profissionalização de bailarinos kpop na cidade de Porto Alegre (de 2016 a 2019)” tem como intuito descrever o modo como se dá a formação e especialização de jovens profissionais de dança kpop que residam na cidade de Porto Alegre/RS. A parte introdutória se dedica a discorrer sobre a história geral do kpop e sua ascensão ao status global. A segunda parte se destina a relatar o kpop no Brasil, narrar a cena kpop em Porto Alegre/RS e identificar e profissionais de destaque no meio. Por meio dessa identificação, foram selecionadas duas profissionais construíram sua carreira no meio kpop e contribuem significativamente para o crescimento da cena local.

Palavras-chave: Dança. Kpop. Trajetória profissional. Carreira. Estudo de caso.

ABSTRACT

The work entitled “Training trajectories and processes of professionalization of kpop dancers in Porto Alegre city (from 2016 to 2019) aims to describe the formation and specialization of young kpop dance professionals residing in the city of Porto Alegre/RS. The introductory part is devoted to discussing the general history of kpop and its rise to global status. The second part intends to report kpop in Brazil, narrate the kpop scene in Porto Alegre / RS and to identify prominent professionals in the field. Through this identification, two professionals were selected who built their career in the field of kpop and significantly contribute to the growth of kpop’s local scene.

Keywords: Dance. Kpop. Professional trajectories. Career. Case Study.

SUMÁRIO

INTRUDUÇÃO	10
1 CONTEXTUALIZANDO O KPOP	14
1.1 A HALLYU.....	14
1.2 O NASCIMENTO DO KPOP	15
1.3 SEGUNDA GERAÇÃO: O KPOP NO CONTINENTE ASIÁTICO	18
1.3.1 A relação do kpop com os países vizinhos	20
1.4 TERCEIRA GERAÇÃO: O KPOP A NIVEL GLOBAL	22
2 O KPOP NO BRASIL	28
2.1 UM PANORAMA GERAL	28
2.2 OS EVENTOS COMO MEIO DE SOCIALIZAÇÃO PARA A COMUNIDADE KPOPPER	32
2.3 PORTO ALEGRE NO MAPA KPOPPER.....	32
3 CONHECENDO AS CENTERS	35
3.1 A CARISMÁTICA MAKI.....	36
3.2 A CATIVANTE ISABELA.....	43
CONSIDERAÇÕES FINAIS	48
REFERÊNCIAS	50
APÊNDICE	60

INTRUDUÇÃO

Lembro muito bem o dia em que vi, pela primeira vez, um grupo de kpop. Assim como diversos outros jovens, conheci através de uma amiga. Assisti o vídeo clipe da música DORADORA do grupo U-KISS, e detestei. O idioma desconhecido era diferente de tudo que já havia ouvido até então, a estética era muito estranha, com homens de aparência andrógina vestidos da maneira espalhafatosa, dançando e cantando dentro de uma caixa colorida. Por algum motivo não consegui tirar o vídeo da minha cabeça e depois de alguns dias me rendi, assisti novamente e, ao mesmo tempo que achava estranho, achava cativante. A primeira coisa que gostei foi a dança e depois de um tempo, fiz download do vídeo para poder aprender a coreografia. Quando me dei conta, já havia diversas fotos do grupo no meu celular, sabia o nome de todos os integrantes do grupo e já possuía minhas músicas favoritas.

De 2011 para cá, muita coisa mudou, porém, meu gosto por kpop só aumentou. Conheci diversos grupos, gostei de vários, desgostei de outros e ainda deixei de gostar daqueles que outrora eram meus favoritos. Fui a diversos shows de kpop e vi meus ídolos de pertinho, mas o mais importante em tudo isso, foram as amizades que fiz em redes sociais ou em filas de shows. Acredito que essa é uma das coisas mais bacanas no kpop, a forma como une as mais diversas pessoas apenas por possuírem um gosto em comum.

Em 2014 ingressei no curso de licenciatura em Dança da UFRGS e no mesmo ano, me tornei fã do grupo EXO (ou uma EXO-L, nome oficial do *fandom*¹ do grupo), os dois sendo marcos importantes para mim. Durante os meus anos na licenciatura me senti deslocada em diversos momentos e muitas vezes me perguntei se era esse o caminho que eu gostaria de seguir. O motivo? Apesar de gostar de dança e querer seguir profissão, sentia que não tinha um foco definido. A única coisa em que sempre estive realmente interessada era kpop, passava horas consumindo todos os materiais possíveis desde vídeos até as

¹ Fandom vem do termo em inglês “fan kingdom”, ou seja, reino de fãs. Se trata do nome dado ao conjunto de indivíduos que são fãs de determinado assunto.

famosas *fanfictions*². Em 2016 que comecei a pensar no kpop não apenas como um passatempo, mas como algo que pudesse me integrar profissionalmente.

Quando iniciei os preparativos para realizar meu trabalho de conclusão de curso, sabia que seria sobre kpop. Por que não falar sobre meu assunto favorito, o qual tenho propriedade o suficiente para desenvolver um trabalho? Poderia focar em diversos aspectos no que tange o kpop e todos eles seriam muito interessantes de serem discutidos. Minha primeira escolha foi que, deveria ter como foco a cena Porto Alegrense, a qual cresce cada dia mais e que possui diversos profissionais e artistas engajados e talentosos. Pensando em todos os profissionais que vi crescerem e ganharem espaço além dos limites geográficos da cidade, decidi focar neles. Descobrir como foi a trajetória deles dentro do kpop e como o *hobby*³ passou a ser carreira profissional. Talvez o meu primeiro objetivo não seja realizar uma monografia e sim, ao mesmo tempo que almejo compreender a carreira alheia, entender a minha própria.

O kpop, ou música pop coreana, é um grande fenômeno na Ásia e se encaminha para ter a mesma grandeza em escala global. O nascimento do kpop remete ao trio SeoTaiji & Boys, que, possuindo uma sonoridade e imagem diferente de tudo o que os sul coreanos consumiam, conquistaram a nação de imediato. Apesar de não serem um trio de kpop propriamente dito, foram a inspiração para o surgimento de uma nova indústria musical.

A indústria do kpop cresceu e tornou a Coreia do Sul, um pequeno país entre os dois gigantes China e Japão conhecido sobre tudo pelo conflito traçado com seus irmãos norte coreanos, popular no mundo todo. O kpop chegou no Brasil por meio da internet e a cada ano que passa, conquista mais espaço no país. A cena kpop na cidade de Porto Alegre/RS cresce a cada dia, sendo possível notar isso quando nos deparamos com o kpop em ambientes fora dos seus espaços próprios de socialização. É possível ver um aumento de egressos dentro do curso de Licenciatura em Dança da UFRGS que simpatizam com o estilo e que

² Fanfictions, outro termo em inglês, pode ser traduzido como “ficção criada por fãs”. Se trata de histórias escritas por fãs com foco em determinado assunto ou indivíduo.

³ Seu correspondente em português é a palavra “passatempo”.

buscam inseri-lo na academia. O mercado da dança kpop cresce de maneira significativa na capital gaúcha, por esse motivo, resolvi investigar esse universo.

Esse trabalho tem como objetivo realizar uma análise interpretativa do processo de formação e especialização dos profissionais de dança kpop na cidade de Porto Alegre/RS. Por acreditar que a carreira no kpop nasce de um processo intimista e não linear, onde cada indivíduo tem diferentes trajetórias, optei por realizar um estudo de caso em conjunto com uma revisão teórica sobre o kpop. como referência teórica para estudo de caso utilizei a obra “Estudo de Caso: Planejamento e Métodos⁴” de Robert Yin, para o qual um estudo de caso “investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos.” (YIN, 1994). O principal método utilizado para analisar as profissionais selecionadas foi a entrevista, que, segundo Yin:

O estudo de caso conta com muitas das técnicas utilizadas pelas pesquisas históricas, mas acrescenta duas fontes de evidências que usualmente não são incluídas no repertório de um historiador: observação direta e série sistemática de entrevistas. (YIN, 1994, p.27.).

Por questões sigilosas, as entrevistas não serão anexadas no final deste trabalho. Esse material é de responsabilidade da pesquisadora e poderá ser consultado caso haja novas pesquisas no campo, com autorização da pesquisadora. O material será armazenado no período de cinco anos, após esse prazo poderá ser eliminada.

Existem diversos conceitos de carreira, focados em modelos tradicionais e em modelos contemporâneos. Para esse trabalho, me baseio nos modelos contemporâneos, nos quais carreira profissional não é apenas um sistema pré-definido para o crescimento do indivíduo em um determinado emprego, mas sim uma combinação dos desejos de um indivíduo com a demanda mercadológica.

Esta geração possui outro conceito de trabalho, baseado em um contrato psicológico diferente do que foi estabelecido pelos seus antecessores. Mais do que uma fonte econômica, o trabalho é fonte de satisfação e aprendizado. Esta mudança altera o entendimento de carreira, promoção, estabilidade e vínculo profissional, aspectos relativos à vida organizacional bastantes valorizados pelas gerações anteriores.

⁴ Obra originalmente publicada sob o título “Case studyresearch: design andmethods”. Tradução autorizada por acordo entre SagePublications, Inc. e Artmed Editora Ltda.

(VASCONCELOS *et al*, 2011 apud LOMBARDIA *et al.*, 2008; VELOSO *et al.*, 2008; COIMBRA; SCHIKMANN, 2001, p.227.)

Essa monografia está estruturada da seguinte maneira: No capítulo inicial realizo uma introdução, contando sobre minhas motivações pessoais, justificava da importância desse trabalho para a academia e meus objetivos ao realizá-lo. No segundo capítulo parto para uma revisão da história geral do kpop, onde falo um pouco sobre as características de cada uma de suas gerações. No terceiro foco no mercado brasileiro, como o kpop se estabeleceu no Brasil e em como o país recebeu esse estilo. Cito os principais acontecimentos como shows e outras atividades relacionadas ao público *kpopper*⁵ e, no final, disserto acerca do kpop na cena Porto Alegre. No quarto capítulo apresento as duas mulheres entrevistadas e busco analisar suas trajetórias, que por vezes se cruzam, na cena kpop. O último capítulo dedico às considerações finais, minhas perspectivas futuras e apêndices.

Antes de encerrar essa introdução, gostaria de fazer algumas observações referentes ao texto. Atualmente existem duas formas de leitura referentes as gerações do kpop, algumas fontes citam três gerações, outras citam cinco ou mais. As duas classificações estão corretas e optei por seguir a abordagem de três gerações pois é a mais utilizada nas publicações acadêmicas que usei como referência. A palavra kpop possui duas grafias distintas: “kpop” e “k-pop”, novamente, as duas estão corretas e por escolha pessoal decidi usar a primeira das opções. O kpop possui um vocabulário próprio, se utilizando muitas vezes de palavras em inglês, decidi manter o uso desse vocabulário de forma a manter a fidelidade com a temática. Sendo assim, ao introduzir palavras do vocabulário kpop, irei apresentar uma breve explicação de seu significado e/ou uso. Por último, é de conhecimento geral que existem duas Coreias, a do Norte e a do Sul. O kpop faz parte do país sulista, portanto, quando utilizar a palavra “coreano”, me refiro a população da Coreia do Sul e quando necessário será feita a diferenciação entre Coreia do Sul e Coreia do Norte.

⁵ Ao nos referirmos ao k-poppers, não podemos caracterizá-los apenas como admiradores de música pop coreana, a identidade atrelada à palavra vai além de preferências musicais e consiste em um estilo de vida. Uma vez autointitulado k-popper, o fã estará representando e pertencendo a um fandom que é construído e desenvolvido pelos fãs todos os dias, estando em constante mutação. (CORDEIRO, 2013, p.52).

1 CONTEXTUALIZANDO O KPOP

1.1 A HALLYU

Para contextualizar o nascimento e expansão do kpop é necessário compreender o que é a *Hallyu* e o que ela representa. *Hallyu* significa Onda Coreana, termo que foi utilizado de início por jornalistas japoneses, em 1999, para se referir à expansão de diversos produtos culturais coreanos pelo continente asiático. Dramas coreanos (*doramas*)⁶, a música kpop e todos seus produtos que ultrapassaram a barreira da música [...] e invadiram culturalmente o território nipônico. (CUNHA, 2013 apud RUSSELL, 2013, p.16.).

Em meados dos anos 1990, antes mesmo de o termo *Hallyu* ser cunhado, os *doramas* coreanos passaram a ser conhecidos fora do território nacional. O *dorama What is Love* foi exibido na China e teve uma audiência relativamente alta para um *dorama* estrangeiro. Outro *dorama* que fez sucesso internacional e alavancou a exibição de mídias coreanas exteriormente, foi o *Winter Sonata*. Exibido na Coréia do Sul pela rede televisiva KBS em 2003, *Winter Sonata* foi exibido posteriormente no Japão pela NHK (e em diversos países, tendo feito parte inclusive do catálogo da Netflix Brasil) e fez muito sucesso no país. Devido a diversos conflitos políticos, coreanos e japoneses possuem muitas ressalvas e preconceitos um com o outro, entretanto, a exibição do *dorama* fez com que os japoneses tivessem uma visão diferente de seus vizinhos:

A síndrome do Yon-sama na verdade mudou as opiniões dos japoneses sobre o povo coreano. Os japoneses agora viam os coreanos como educados, generosos e sofisticados. Um instituto de pesquisa econômica estimou o impacto econômico de *Winter Sonata* em 84 milhões de won no turismo da Coréia e 3 trilhões de won em vendas de DVD no Japão. Locações que apareceram no drama, como Chuncheon, a ilha de Namiseom, e o Resort de ski Yongpyeong, se tornaram destinos de turismo da “Onda Coreana”. Os dramas coreanos são considerados o primeiro produto realmente coreano exportado para o Japão, uma nação que naquele tempo geralmente era considerada como tendo uma mídia e uma indústria do entretenimento mais avançada. (CAMPOS *et al* 2015 apud KOCIS, 2011, p. 26)

⁶“Essas produções são similares às séries americanas no que se refere aos aspectos da transmissão, que ocorrem uma vez por semana durante alguns meses. Também podem ser relacionadas às telenovelas latino-americanas se observado que alguns *doramas* possuem uma continuidade parecida com a das telenovelas, e por sua função de tratar muitos aspectos culturais nas tramas [...]” (CAMPOS, TEODORO, GOBBI, 2015).

Os *doramas* foram o ponta pé inicial para a expansão da *Hallyu* e abriram portas para que o kpop viesse a ser conhecido pela Ásia e posteriormente ao redor do mundo inteiro.

FIGURA 1 – Imagem de divulgação do drama Winter Sonata.



Fonte: Dorama Ever, 2015.

1.2 O NASCIMENTO DO KPOP

A inspiração para a indústria do kpop surgiu em meados da década de 1990 com o surgimento do trio *SeoTaiji & Boys*. Anteriormente à criação do trio, as músicas que eram reproduzidas nas rádios e canais televisivos coreanos tinham como temáticas a exaltação da pátria ou temas considerados inocentes. Músicas com essas características eram promovidas pelo governo pois as consideravam benéficas para a sociedade coreana. O controle da cultura pop foi imposto pelo ditador Park ChungHee, e continuou após o assassinato dele, em 1979. Nesse período, o governo controlava as emissoras, que tinham programas musicais de sucesso (NETFLIX, 2018).

Portanto, a primeira aparição de *SeoTaiji & Boys* em um programa musical coreano, em 1992, causou um furor na população, que não estava habituada a sonoridade e imagem do trio, que muito se diferenciava da estética promovida e aprovada até então. “Eles faziam rap, usavam roupas largas e dançavam como b-boys... coisas que não se costumavam ver em grupos coreanos” (NETFLIX,

2018). O estilo do grupo, inspirado no hip hop americano chamou atenção dos jovens coreanos e tudo o que eles usavam rapidamente virava moda. As letras de suas músicas, diferentes das que eram famosas até então, tinham como temáticas críticas ao sistema educacional coreano e ao próprio governo, motivo que fez a música “*Regret Of The Times*”⁷ ser banida dos canais televisivos. Todavia, estes fatos não impediram o grupo se tornar um dos mais famosos da Coreia do Sul e posteriormente, um modelo para as futuras gerações da música coreana.

FIGURA 2 – Trio SeoTaiji & Boys.



Fonte: Naver, 2015.

Baseando-se no sucesso do trio *Seo Taiji & Boys*, o empresário Lee Soo Man, fundador da SM Entertainment, decidiu criar um grupo pop com características semelhantes ao trio. Tendo como principais características as músicas contagiantes, canto, rap e dança, associados a um visual chamativo, criou, em 1996, o *boygroup H.O.T.*⁸, formado por 5 rapazes. O grupo logo virou febre nacional, os figurinos chamativos e diferentes usados em seus *MVs*⁹ e performances, foram copiados por grande parte dos jovens daquela geração e

⁷ Seo Taiji & Boys – 시대유감 < https://www.youtube.com/watch?v=b04_9WYZxSw > Acesso em 26/11/2019.

⁸ H.O.T. – Candy < <https://www.youtube.com/watch?v=GMsc7wGghy8> > Acesso em 26/11/2019.

⁹ MV é a sigla para Music Video, ou vídeo musical.

suas coreografias tinham passos chaves que eram reproduzidos em todo lugar. Assim nasceu o grupo precursor do kpop, que serviu de modelo para diversas empresas e inspiração para os jovens da Coreia.

FIGURA 3 – Grupo H.O.T. em divulgação do single CANDY.



Fonte: Bias Wrecker, 2019.

Enxergando nesse sucesso um novo nicho no mercado musical coreano, empresas novas e já existentes passaram a investir no kpop. Entre essas empresas, as que se destacaram de forma a se tornarem referência no mercado são a SM Entertainment, YG Entertainment¹⁰ e a JYP Entertainment, que posteriormente receberam a alcunha de *BIG3*. As empresas da *BIG3* posteriormente expandiram seus domínios para outros campos do entretenimento como: agência de talentos, agência de viagens, empresa de produção musical, gestão e produção de concertos. Assim nasceu a primeira geração do kpop, uma era moldada por *idols*¹¹ e empresas que se tornaram ícones da indústria e abriram caminhos para as futuras gerações.

¹⁰ A YG Entertainment foi fundada por Yang HyunSuk, integrante do SeoTaiji& Boys.

¹¹ Idol, do inglês, ídolo. Usado no kpop para identificar os artistas que fazem parte de grupos de kpop.

1.3 SEGUNDA GERAÇÃO: O KPOP NO CONTINENTE ASIÁTICO

Já cientes de como poderia ser lucrativo o mercado do kpop, as empresas coreanas passaram a investir cada vez mais e construir mecanismos para criar grupos que fossem um absoluto sucesso. Sendo assim, passam a sistematizar esse processo o máximo possível.

O primeiro passo é encontrar pessoas que desejem se tornarem *idols* de kpop. Para isso, as empresas realizam audições locais e globais, e recrutamento de rua são realizado por olheiros. Nessas audições, jovens com idades variantes (preferencialmente o mais jovem possível) mostram seus talentos que variam entre canto, dança, rap e atuação na tentativa de entrar para alguma empresa e receber treinamento. Os que obtém sucesso nas audições passam por treinamentos exaustivos, sua estreia em um grupo e até mesmo sua permanência na empresa é incerta. Dentro da empresa também passam por avaliações para mostrar sua evolução, cada empresa tendo sistema próprio para essa avaliação, sendo comum as apresentações mensais para professores, membros da empresa e até mesmo *idols* já debutados. Os que se destacam nessas avaliações passam a ser cotados para futuramente integrar o novo grupo da empresa.

O segundo passo é a criação do grupo, escolhendo o tipo de conceito audiovisual que ele irá adotar. Os principais são: *cute*, *white aegyo* (uma mistura de fofo e inocente), *sexy*, *bad boy/girl*, colegial e *girlcrush*. Alguns grupos mais elaborados possuem conceitos próprios, que são trabalhados em conjunto com os conceitos mais conhecidos. É o caso do grupo EXO da SM Entertainment, que possui uma história fantasiosa sobre a criação do grupo, onde os integrantes são de um planeta chamado EXOPLANET e cada um deles é portador de um poder específico¹² (teletransporte, telecinesia, controle da luz, do fogo, entre outros). É curioso que, na indústria do kpop, ao mesmo tempo em que usam um conceito já existente (não é novidade *boy/girlgroups* pré-moldados) mixam com algo que só eles podem nos oferecer. Só a Ásia pode nos dar um conceito que parece ter saído de um de seus famosos animes e ainda assim fazer isso dar certo, afinal, o EXO com seu conceito extraterrestre possui fãs em todo o globo e é um dos

¹² EXO – Power <<https://www.youtube.com/watch?v=sGRv8ZBLuW0>> Acesso em: 27/11/2019

grupos mais bem-sucedidos na história geral do kpop. Essa história permeia os trabalhos do grupo, sejam nas letras de suas músicas, em seus MV se em suas turnês.

As músicas dos grupos são geralmente canções compradas de diversos compositores, passam pelos produtores das empresas, sendo modificadas para que se adequem ao mercado e posteriormente são atribuídas a um grupo específico. Por fim, após serem decididos os quesitos visuais e musicais que o grupo deve adotar, são escolhidos os trainees que se adequem a essas escolhas. Dentro do grupo cada integrante passa a ser responsável por uma habilidade, sendo elas: vocal, dança, rap, visual (integrante mais bonito baseado no padrão coreano) e face (integrante carismático, popular, usado para promover a imagem do grupo).

O terceiro passo é o próprio lançamento do grupo. As empresas investem em marketing de divulgação, lançando vídeos de treinamento e posteriormente vídeos teaser do grupo e utilizando o máximo possível o nome da empresa e de artistas que fazem parte de seu catálogo, para divulgar o novo grupo na mídia. O *debut*¹³ de um grupo é feito com a divulgação de um *MV*, junto do lançamento de um mini álbum. Participam então de programas musicais, muito populares na tv coreana, e realizam eventos diversos destinados a serem conhecidos pelo público e conquistarem mais fãs. Muitas vezes, o marketing em cima do grupo começa na fase de *pré-debut*, tornando o grupo conhecido para que, dessa forma, conquistem público antes da sua estreia. O esperado, com todo o marketing massivo, são boas vendas de álbuns físicos e uma colocação razoável nos principais *charts*¹⁴ coreanos. Se os resultados forem bons, o grupo continua a receber apoio da empresa ganhando novos *comebacks*¹⁵ com direito a álbuns completos, turnês e participação em programas de variedade.

A concorrência no kpop é gigantesca, o que torna difícil manter um público fiel, por esse motivo, alguns grupos acabam recorrendo a medidas extremas. É o

¹³ Do francês, *début*, pode significar início, começo. Nesse contexto, se refere a estreia de um grupo idol. O *pré-debut* diz respeito ao período antes da estreia.

¹⁴ Parada musical.

¹⁵ Significa "retorno", "volta". Como sugere o significado, se trata do retorno do grupo, após um período sem atividades.

caso do grupo feminino *Stellar*, o grupo não obteve atenção e começam a passar maus bocados, desde se deslocarem a pé para seus compromissos até precisarem dividir um único prato de comida entre todas as integrantes. Receberam um ultimato de sua empresa: precisariam investir em um conceito chocante o bastante para chamar atenção da Coreia, caso essa estratégia não desse certo, o grupo acabaria. Foi assim que lançaram o single *Marionette*, altamente sexual, e que de fato chocou a Coreia. Na mesma medida que foram duramente criticadas pelos coreanos, que são deveras conservadores, receberam atenção dos mesmos. Após esse episódio, o grupo lançou a música *Mask*, falando das dificuldades que passaram, do quão desesperadas estavam a ponto de aceitarem realizar um conceito desconfortável para que fossem vistas. O resultado? Uma música com baixo desempenho e totalmente ignorada pelo público. Por esse motivo, o grupo retornou com *Vibrato*, uma música com conceito puramente sexual e novamente receberam atenção instantânea da mídia. Infelizmente a indústria do kpop possui um lado obscuro, e nos últimos foram sendo revelados diversos casos onde jovens são submetidos a situações humilhantes sob a promessa de que, agindo assim, terão um bom retorno.

1.3.1 A relação do kpop com os países vizinhos

Assim como os *doramas*, o kpop também passa pelo processo de exportação, inicialmente para países vizinhos como Japão e China, e futuramente chegando a nível global. Segundo Vinicius Cunha, em sua monografia que possui como temática o kpop e o papel da comunicação com o pop ocidental:

Com mercado doméstico limitado, a Coréia, ao contrário do Japão com o J-pop, viu como saída o mercado internacional. Necessitava-se de mudanças que dialogassem com esse mundo de maneira flexível, mas que conservassem os elementos inerentes aos coreanos. (CUNHA, 2013)

O mercado musical dentro da China se mostrou aberto ao kpop e algumas empresas coreanas resolveram investir em solo chinês, lançando músicas em mandarim para cair no gosto dos chineses. O mercado japonês, ao contrário do chinês, é bastante fechado para produtos externos, e com o kpop não foi diferente. Se utilizando novamente do lançamento de músicas em idioma nativo

para conquistar o público, iniciaram as tentativas de inserir o kpop no Japão. Essas tentativas foram bem-sucedidas, principalmente por parte da solista BoA, artista que, ainda na adolescência, abriu espaço para o kpop na terra do sol nascente. BoA é precursora do kpop em diversos aspectos e, por esse motivo, é uma das artistas mais consagradas da história do kpop.

Naturalmente, jovens chineses e japoneses (e de diversas outras nacionalidades) passaram a desejar fazer parte desses grupos *idols* e ingressam em empresas coreanas por meio das audições globais. A entrada de trainees estrangeiros fez com que o houvesse maior identificação do público com eles e, desde então, é comum os grupos terem ao menos um integrante estrangeiro, ainda que não seja obrigatório. Para Cunha:

O cenário ganhou mais possibilidades quando as agências procuraram atingir um público crescente. Trainees estrangeiros foram contratados para facilitar a aceitação dos grupos em outros países além de contribuir no aprendizado de idiomas. O valor agregado ganhou importância na seleção dos futuros ídolos e qualquer talento a mais é visto com bons olhos para não se limitar ao “dançar” e “cantar”. (CUNHA, 2013, p.19.)

Posteriormente foi revelado que diversos trainees estrangeiros, principalmente os chineses, recebiam tratamento inferior aos trainees coreanos, embora esses também fossem explorados. Em meados de 2003 a SM Entertainment debutou o *boygroup TVXQ!*, grupo que posteriormente seria creditado como "As Estrelas da Ásia" e "Reis do Kpop"¹⁶ por terem contribuído imensamente com a expansão do kpop (e da *Hallyu*), no Japão sendo, inclusive, o primeiro grupo de kpop a performar no gigantesco Tokyo Dome. Inicialmente o grupo possuía cinco integrantes, todavia, em meados de 2009 Hero Jaejoong, Micky Yoochun e Xiah Junsu entraram com um processo contra a sua empresa, pedindo a rescisão provisória de seus contratos. O trio afirmou que houve diversas alterações nos termos de seus contratos, que os horários de trabalho eram exaustivos e que o lucro não era dividido de maneira similar entre os integrantes. A SM por sua vez entrou com um processo contra o trio, que havia se juntado a outra empresa sob o nome de JYJ, por não estarem cumprindo o seu contrato. Essa disputa judicial se arrastou durante anos e teve seu fim em 2011, quando as partes concordaram

¹⁶ É comum que os grupos que, de alguma forma, contribuíram significativamente para a hallyu, recebam títulos diversos. Geralmente esses títulos são concedidos pela comunidade do país e não são oficiais.

em retirar os processos. Tanto JYJ quanto TVXQ! permanecem ativos atualmente, sendo o TVXQ! uma das maiores fontes de sua empresa. Após esse caso a SM Entertainment foi instruída, pela KFTC (Comissão de Comércio Justo da Coreia do Sul), a revisar todos os contratos de seus artistas. O JYJ parou de promover nos programas musicais coreanos e especula-se que, embora não tenham sido banidos, sua antiga empresa “pressiona as emissoras a se afastarem do JYJ”. (KOREAIN, 2019)

Posteriormente a empresa viria enfrentar processos judiciais pelos mesmos motivos, movidos pelos ex-integrantes do grupo EXO, Tao, Luhan e Kris, com o agravante de todos serem chineses, o que causou polêmica já que eles acusavam a empresa e seus funcionários de xenofobia.

1.4 TERCEIRA GERAÇÃO: O KPOP A NÍVEL GLOBAL

Ainda na segunda geração do kpop, ocorreram tentativas de expansão do kpop para fora do continente asiático. De lançamentos de singles cantados em inglês, passando pelo *girlgroup* Wonder Girls abrindo alguns shows da turnê do trio Jonas Brothers, até colaborações com artistas americanos. Apesar de não terem obtido muito sucesso, esses foram os primeiros passos dados em direção a globalização do kpop.

A terceira geração nasce em um contexto onde a internet é uma realidade para boa parte do globo, e o kpop já sendo disseminado, principalmente pela plataforma de compartilhamento de vídeos YouTube. As empresas de entretenimento enxergaram na popularização da internet uma maneira de elevar o status do kpop a nível global. A tentativa de inserir o kpop no mercado internacional foi realizada de forma massiva, lançando músicas cantadas totalmente em inglês, tendo grupos nomeados a premiações internacionais, como o *MTV Europe Music Awards* e *Teen Choice Awards* chegando a colaborações com empresas de grande porte, como a Samsung, uma empresa coreana de status global.

Todavia o reconhecimento global não veio através de todos os esforços empreendidos até então. Em 2012, o solista PSY lançou o single *Gangnam*

*Style*¹⁷, que conquistou o mundo e se tornou um símbolo quando se fala de kpop como um fenômeno global. Com uma melodia grudenta, um visual extravagante e coreografia simples, *Gangnam Style* se tornou um viral (talvez o maior viral de kpop) e exemplifica a estética base de um vídeo de kpop. O mais interessante a se observar, é que, o cantor da música não se encaixa no padrão exaustivamente buscado no mercado do kpop: quando *Gangnam Style* estourou, ele já tinha passado da casa dos 30 anos, uma idade avançada para os *idols* coreanos, é artista solista quando boa parte da indústria foca em grupos e foge da estética corporal vigente, na qual a magreza é desejada.

Para os fãs, o sucesso e repercussão alcançados em 2011 já era além das expectativas, mas em 2012 um fenômeno viral surgiu e mudou os rumos do K-pop mundo afora, esse fenômeno era Psy, com seu hit *Gangnam Style*. A canção foi lançada em julho de 2012 e pegou a todos de surpresa. Enquanto grupos jovens mais próximos do padrão de beleza coreano lutavam para alcançar os holofotes, foi Psy, um homem de 34 anos, cuja aparência distancia-se desse padrão, quem levou o K-pop ao topo do mundo musical, quando chegou ao 2º lugar na Billboard Hot 100, em 10 de junho⁷. O sucesso foi surpreendente, Times, The New York Times, Wall Street Journal – e no Brasil - Veja, G1, Globo, Época e outros grandes portais publicaram notícias sobre o single coreano. A popularidade da música gerou impacto no Brasil, que, a partir daquele momento, receberia cada vez mais shows de Kpop e passaria a produzir cada vez mais matérias sobre K-pop, dando destaque a vários grupos, muitas vezes tentando acertar quem seria o próximo Psy. (REIS, 2018, p.26).

Com essa ligação feita, o kpop começou a ser reconhecido pelo público ocidental. Vendo o kpop como um mercado a ser explorado, empresas de diversos países, incluindo o Brasil, traçam parcerias para realizar eventos de forma a testar terreno e ver se seria rentável investir. Tais tentativas se mostraram bastante frutíferas e em 2013 o grupo Super Junior, da SM Entertainment, trouxe a turnê “Super Show 5” para países da América do Sul, passando pela Argentina, Chile, Peru e Brasil.

De 2013 para cá, o kpop se tornou bastante popular no mundo da música, chegando a ganhar um *chart* próprio na Billboard. Essa disseminação global pode ser atribuída, principalmente aos grupos BTS, BLACKPINK, TWICE e EXO, os dois primeiros sendo os mais famosos atualmente. É importante lembrar que, sem o êxito de grupos das gerações passadas, assim como os da geração atual,

¹⁷ PSY- Gangnam Style < <https://www.youtube.com/watch?v=9bZkp7q19f0> > Acesso em: 01/12/2019

como o EXO, que desde seu debut quebra recordes e estabelece um novo modelo a ser seguido, não seria possível que grupos como o BTS, vindo de uma pequena empresa, chegassem ao reconhecimento *worldwide*¹⁸ que possuem hoje. Com a grande popularidade do kpop entre os jovens, grupos de kpop passam a receber muita visibilidade mundial. Os grupos BTS e SuperM foram convidados do popular programa *The Ellen DeGeneres Show*. O grupo BLACKPINK se apresentou no festival de *Coachella* em 2019. O grupo EXO fez parte do show de encerramento dos Jogos Olímpicos de Inverno de *PyeongChang*, teve sua música “Power” tocada na *Dubai Fontain* e posteriormente “foi a primeira figura que não pertence à realeza dos sete países do golfo Pérsico a protagonizar um espetáculo no Burj Khalifa”.

FIGURA 4 – EXO no encerramento das Olimpíadas de Inverno em Seul.



Fonte: The Guardian, 2018.

Cada uma das três gerações possui estéticas próprias, todas elas tendo influências não só de países asiáticos, mas do pop americano. Apesar de existirem diferenças, se mantêm as principais características do kpop. Os vídeos geralmente possuem cenas extravagantes. As coreografias sempre possuem um dance point, ou ponto de dança, que são passos simples, mas que referenciam determinada coreografia. Nas letras de música também existem as palavras-chave, que geralmente são em inglês, mas não se restringem ao idioma,

¹⁸ Em tradução livre, significa “no mundo todo”. Termo utilizado para denominar grupos de status global.

utilizando o coreano também, desde que seja proferido da maneira mais “chiclete” possível.

A primeira geração é um misto de vídeos semelhantes aos que eram transmitidos pela emissora MTV, visuais que remetiam as estrelas de j-pop e visuais futurísticos.

FIGURA 5 – Grupo SHINHWA.



Fonte: Twitter, 2018.

A segunda geração é conhecida por seus MVs serem gravados nas famosas “caixas”, que nada mais é do que um cenário brilhante, cheio de luzes e tudo que tiver mais de mais chamativo e que se assemelham a uma caixa.

FIGURA 6 – Cena do MV de The Boys, do grupo Girl’s Generation.



Fonte: YouTube, 2011.

Na terceira geração os MVs buscam mesclar sua estética chamativa com a estética abstrata, ainda que as cenas sejam interligadas uma com a outra. O uso da caixa ainda é presente, geralmente nas cenas de dança, entretanto o que predomina são cenas conceituais, que podem ou não ter ligação com a letra da música.

FIGURA 7 – Cena do MV de Love Me Right, do grupo EXO.



Fonte: YouTube, 2015.

O governo coreano tem seu mérito nesse sucesso. Antes mesmo do kpop ser esse monstro global, já investia verba estatal na indústria de entretenimento.

O estalo para o investimento público no setor nem foi musical. Foi a explosão de audiência de uma novela sul-coreana na China, "What is love", em 1997, que fez o governo pensar em globalizar sua cultura pop. É o que contam os pesquisadores Tae Young Kim e Dal Yong Kim. Foi nesta época que o Ministério da Cultura, que havia sido criado em 1990, começou a receber mais investimentos e modernizar seus programas. A atenção não era apenas às manifestações tradicionais coreanas, mas também à cultura pop, com o tal "departamento de k-pop". (G1, 2019).

Esse incentivo teve retorno bastante positivo. Estima-se que o kpop movimentava mais de 4 bilhões de dólares por ano e o turismo na Coreia do Sul triplicou. Também fazendo o viés de mediador, em 2019 o presidente dos EUA Trump e sua família foram recebidos pelo presidente sul coreano MoonJae-in para um encontro diplomático. Ivanka Trump já mencionou interesse por kpop, e por este motivo, o grupo EXO foi convidado a estar presente na reunião. Em 2017 o grupo BTS, em parceria com a UNICEF, fez parte da campanha *Love Myself* contra a violência e em 2018 discursaram na ONU, sendo o primeiro grupo de kpop a realizar esse ato. O discurso fez parte campanha "*Generation Unlimited*" ("Geração Sem Limites", em tradução livre), que tem como objetivo "melhorar e

aumentar as oportunidades/investimentos para crianças e jovens, entre 10 e 24 anos.” (BRASIL, 2019).

Em menos de três décadas o kpop se tornou uma potência musical, se tornando globalmente conhecido e capaz de unir pessoas das mais diversas nacionalidades. Com um trabalho sistemático do início ao fim e um marketing impecável, se tornou uma indústria gigantesca, que talvez um dia venha bater de frente com a indústria fonográfica Estadunidense.

2 O KPOP NO BRASIL

2.1 UM PANORAMA GERAL

Por volta dos anos 2010, o kpop começa timidamente a ser conhecido no Brasil. Plataformas como o YouTube e a rede social Twitter foram fundamentais para a divulgação do kpop entre o público adolescente. O kpop apareceu muito nos comerciais do YouTube e em divulgações de produtos com os quais faziam parceiras. Segundo Alessandra Silveira Levay (2013) o YouTube “possui características e recursos que podem proporcionar às empresas uma grande chance de promover seus produtos ou serviços, ou até mesmo consolidar suas marcas em mercados distintos”. Em 2012 era comum passar em frente a lojas de eletrodomésticos e ver *MVs* de grupos de kpop sendo exibidos nos televisores da Samsung, que, como já citado, é uma empresa coreana e que diversas vezes fez parceiras com grupos de kpop. Também foi sucesso nas famosas máquinas de *Pump it Up*, uma máquina de dança em que é necessário pisar nas setas do tablado iluminado, sem errar, de forma a realizar uma coreografia. Essas máquinas ainda são encontradas em casas de jogos diversos e possuem diversas coreografias de kpop.

E claro, o viral *Gangnam Style* contribuiu ativamente na disseminação do kpop no Brasil. Ainda hoje quando se quer explicar o que é kpop, é de senso comum citar o hit. Em eventos de kpop é uma música que não pode faltar, pois é, para a história do kpop, um dos grandes marcos, tendo reconhecimento amplo.

O kpop construiu um público considerável no Brasil o que fez com que, aos poucos, o país fosse inserido na rota dos shows de kpop. O primeiro grande festival que o Brasil recebeu, em meados de 2011, foi o “United Cube – Fantasy Land”, que nada mais era do que um concerto com os principais artistas, naquele período, da empresa Cube Entertainment. Em 2013 o Super Junior, creditados popularmente como *Hallyu Kings*¹⁹, realizou um show único no Brasil, na cidade de São Paulo. A vinda do grupo, considerado de alto escalão dentro do kpop, abriu portas para o mercado brasileiro. No ano seguinte, o Brasil recebeu o Music Bank World Tour, um consolidado festival da KBS (rede televisiva coreana) que

¹⁹ Reis da Hallyu, em tradução livre.

reúne shows de diversos grupos de kpop. O destino desse concerto foi a cidade de Rio de Janeiro, e trouxe artistas como SHINee, Infinite e a solista Ailee. Ainda em 2014, o grupo que anos depois se tornaria febre mundial, o BTS, realizou seu primeiro de muitos shows no Brasil. O primeiro evento foi um *fanmeeting*²⁰, em uma casa de festas deveras pequena, que mostrou ao grupo o amor fervoroso de seus fãs e garantiu que o país se tornasse parada obrigatória nas turnês do grupo. Em 2015 o grupo retornou, possuindo um *fandom* maior do que em sua primeira visita, foi necessário um espaço maior para o evento. Em 2017 retornaram e, pela primeira vez, realizaram dois shows seguidos no Citibank Hall. No início de 2019, já consolidados como um grupo de kpop de nível global, voltaram ao país, realizado dois shows no Allianz Parque, uma arena multi eventos que recebe, principalmente partidas de futebol, sendo propriedade do Palmeiras. Todos os shows do BTS no Brasil foram realizados na cidade de São Paulo, cidade que sempre é mencionada pelo grupo quando são questionados sobre os melhores públicos que já tiveram, sendo citada, inclusive, na letra de uma das canções do grupo. De 2014 para cá, diversos outros grupos visitaram o Brasil, passando por várias outras cidades fora do eixo Rio de Janeiro – São Paulo.

FIGURA 8 – Fãs do grupo BTS na fila do show em São Paulo



Fonte: G1, 2019.

²⁰ “Fanmeeting é um showcase com mais interação com o público. Os artistas também apresentam menos músicas, porém há brincadeiras e jogos com a plateia.”
<http://www.hwstar.com.br/saiba-mais-sobre-eventos-de-interacao-com-artistas/>

Na esteira do sucesso do kpop em solo tupiniquim, ocorreu a ideia de criar um grupo brasileiro de música pop com moldes de kpop, que foi chamado bpop. O primeiro grupo a surgir dessa iniciativa, foi o Champs, criado em 2014 pela JS Entertainment, contando com 5 integrantes. O grupo antes de debutar treinou por durante dois meses em Seul, capital da Coreia do Sul, onde também gravaram o seu single de estreia, *Dynamite*. Apesar do treinamento pesado e focado que tiveram, o grupo teve seu *disband*²¹ em 2015, não sem antes se tornarem conhecidos pela comunidade *kpopper* brasileira e plantarem a ideia de que, com um bom gerenciamento e foco seria possível investir nesse mercado. Foi questão de tempo para que outras empresas decidissem seguir essa ideia de criar um grupo nacional que fosse inspirado em kpop. A K.Ö.Entertainment lançou o grupo feminino High Hill, composto por cinco meninas, que rapidamente chamaram atenção do público. Em 2018, a K.Ö.Entertainment criou o projeto *Idol School*, que teve como foco o gerenciamento de um grupo feminino. O projeto uniu duas youtubers do meio kpop, uma das integrantes do grupo High Hill e quatro meninas que foram selecionadas em audições da empresa. O grupo resultante desse projeto foi denominado EVE e contou com a participação da rapper NaDa (ex-integrante do grupo *Wa\$\$up*) em seu single de estreia “*Oy Mama*”. Diferente do Champs, que tinha como ideia fazer uma música cuja sonoridade e estética eram claramente de kpop, o EVE juntou o melhor dos dois mundos e, ao mesmo tempo que trouxe conceitos do kpop, trouxe uma sonoridade latino brasileira, conquistando mais público.

Essas tentativas de criar um produto nacional com ares de kpop colocou o Brasil em um novo patamar e ampliou a participação do país em iniciativas voltadas para a concepção de um produto próprio e não apenas *cover*. Em 2017, a SM Entertainment trouxe, pela primeira vez, a SM Global Audition para a América do Sul, passando pelo Chile, Argentina e Brasil. A audição brasileira aconteceu em São Paulo, e as categorias disponíveis para inscrição foram: canto, dança, atuação, modelo e composição. Os candidatos que fossem selecionados poderiam assinar um contrato com a empresa, porém não houve divulgação se, de fato, algum concorrente passou nas audições.

²¹ Disband se refere ao momento em que um grupo se dissolve.

2.2 OS EVENTOS COMO MEIO DE SOCIALIZAÇÃO PARA A COMUNIDADE KPOPPER

Nos anos 90, os animes (desenhos animados japoneses) se tornaram populares nacionalmente e a partir desse sucesso acabaram por surgir os eventos de anime, encontros onde os fãs (popularmente conhecidos como *otakus*²²) pudessem socializar. O mercado voltado aos animes e produtos nipônicos se tornou bastante estável no Brasil, e com sua crescente popularidade, surgiram eventos de socialização voltados ao público simpaticante. Os eventos de anime se tornaram comuns no Brasil e, se antes eram voltados apenas para o público *otaku*, atualmente abraçam o público gamer e *kpopper*.

No passado, relacionados exclusivamente à cultura asiática, estes eventos começaram há alguns anos a receber outros fãdons como: amantes de séries de TV e também amantes de livros de ficção como Harry Potter e Senhor dos Anéis, os quais não tinham muitos eventos para se promoverem. Aos poucos os eventos foram cedendo lugar para o k-pop em suas convenções, e, em suas edições no ano de 2012, muitos eventos passaram a ter expositores com produtos de kpop e também a realizar concursos de covers, uma das práticas mais recorrentes dentro do fandom. (CORDEIRO, 2013, p.60).

Os eventos de anime se adequaram ao seu novo público, contando com salas voltadas ao kpop, onde geralmente exibem *MVs* dos grupos mais famosos com Girl's Generation e BIGBANG, dança livre e posteriormente, concursos de dança. Ocasionalmente, o kpop foi se tornando popular a ponto de surgirem eventos voltados apenas para o público *kpopper*. Os eventos contam com as já citadas exibições de *MVs*, apresentações de dança livre, competições de dança, stands de venda de produtos diversos e *quizzes* sobre os grupos mais famosos. Posteriormente foi incluso o famoso *random play dance*, atividade em que as músicas mais famosas do momento são tocadas aleatoriamente e todos que sabem as respectivas coreografias devem se encaminhar ao meio da sala e dançar, uma opção para aqueles que gostam de dançar mas não se sentem atraídos pelos palcos.

Para o público dançante, esses espaços ainda não eram o suficiente, e pensando nisso, começaram a ser criados eventos voltados apenas a dança

²² "Otaku é uma expressão de origem japonesa utilizada para designar pessoas que são consideradas fãs obsessivos de determinado assunto, no ocidente essa palavra é mais utilizada para definir fãs de anime." (SCHLUSAZ, 2018)

cover de kpop, sendo divididos entre mostras e competições. Um dos maiores eventos de competição no Brasil é o KDT - Kpop Dance Tournament, onde diversos grupos covers de diversos já competiram e que já teve como jurados o grupo de kpop Blanc7 e a rapper NaDa.

Saindo um pouco dos palcos, o kpop também conquistou as escolas de dança, estas que tem buscado agregar o novo estilo a sua grade aulas. Em 2017 a embaixada coreana situada em Brasília passou a ofertar aulas de kpop ministrada por professores brasileiros com experiência em dança kpop, cobrando apenas um valor simbólico para uso administrativo. A oferta de cursos pelo governo coreano não se restringe apenas a aulas de kpop, investem também em diversas atividades que propaguem a cultura coreana, quase sempre de forma gratuita ou de baixo custo.

2.3 PORTO ALEGRE NO MAPA KPOPPER

Assim como em outras localidades do país, o kpop se tornou febre entre jovens gaúchos. Os dois maiores eventos de anime do sul do país, o *Animextreme* e o *AnimeBuzz*, possuem salas e atividades voltadas para o público *kpopper*. A equipe do Anime Buzz foi um pouco além e, em 2012, criou o evento *K-buzz Contest!*, que tinha como premissa a competição de dança. O evento cativou o público gaúcho e contou com uma edição em 2013 e duas em 2014. Após essas edições, tiveram um hiato de cerca de quatro anos, retornando em 2018 renomeados apenas como K-Buzz e trazendo, além da competição, outras atrações. Apesar de a organização ser apenas da equipe do Anime Buzz, grupos como o KPOP-RS auxiliam na divulgação e disseminação do evento, contando inclusive com a participação do Leo Rosa, parte da equipe do KPOP-RS, como MC do evento. Um breve levantamento no site oficial do K-Buzz na página referente as apresentações livres, prevê mais de 100 performances, sendo elas divididas nos dois dias de evento e em, pelo menos, três blocos diferentes.

FIGURA 9 – Apresentações previstas para o evento K-Buzz.

a inibir o uso dos corredores como sala de ensaio e os jovens migraram para outros espaços como a Usina do Gasômetro ou salas alugadas em escolas diversas. Uma peculiaridade da comunidade *kpopper* é que, não é necessário que exista um espaço definido para que haja interação entre eles. Ao pesquisar no YouTube “kpop na rua” é possível achar diversos vídeos que consistem no desafio de dançar uma coreografia de kpop em público. Ao andar pelo centro de Porto Alegre com adereços relacionados a grupos de kpop, é possível ser abordado a qualquer momento. Ao andar por lojas, desde as populares lojas de acessórios ou até mesmo a grandes franquias como Renner e Lojas Americanas, é possível ouvir músicas de kpop sendo tocadas pelos alto falantes, possivelmente uma ou duas pessoas registrando esse momento e, as mais desinibidas, dançando pelo local. Isso tudo é resultado de um sentimento de pertencimento que o kpop traz, é o que faz com que uma jovem do Rio Grande do Sul se torne amiga de uma jovem do Ceará, o compartilhamento de um amor em comum.

Para muitos dos correspondentes, se tornar *kpopper*, fazer parte dessa comunidade, significa ter uma identidade coletiva, que os permitiu sair de uma zona de isolamento social. Embora muitos relatem ter passado a gastar mais horas em redes sociais, a maioria destaca que foi apenas a partir do K-pop que puderam conhecer gente nova e “fazer amigos”. (REIS, 2018, p.47).

3 CONHECENDO AS CENTERS

Na cultura dos grupos de kpop existe os chamados *centers*. O *center* nada mais é que o personagem central, o foco de um determinado trabalho. Escolher as personagens principais da minha pesquisa veio de forma natural. Por estar inserida na cena porto alegre, ainda que na condição de observadora passiva, tive oportunidade de conhecer diversas pessoas, vê-las tomar forma e crescer como profissionais. Foi assim que cheguei naquelas que futuramente seriam o foco da minha pesquisa.

Conheci a Maki quando assisti ela se apresentando no *K-Buzz Contest!* em 2014, realizando um *cover* do solista Taemin, artista que até hoje ela acompanha. Naquele momento achei ela uma artista incrível e não sabia que, futuramente, teria a oportunidade de estudar sua carreira. Anos se passaram e a jovem Maki que realizava *covers* por *hobby* se tornou uma figura importante dentro da cena kpop em Porto Alegre. Não só isso, para além do seu trabalho de *cover* ela floresceu como profissional e se tornou professora em um dos mais conceituados estúdios de dança em Porto Alegre, o Carol Dalmolin Estúdio de Dança. Sua crescente carreira mostra que para além de *hobby*, com esforço direcionado, o kpop pode se tornar sua principal ocupação.

Já a Isabela conheci no curso de Licenciatura em Dança da UFRGS, mas por sermos de barras diferentes, nunca nos esbarramos. Foi por intermédio de uma colega em comum, que gostaria de realizar um *cover* para o MIX DANCE, mostra anual do curso, que nos conhecemos. Ao trabalhar com a Bela nesse projeto percebi que ela era alguém muito profissional e dedicada com seus trabalhos. Em 2017 ela se mudou para a Coreia do Sul, para realizar o sonho de trabalhar com dança no país de origem do kpop. Um tempo depois ela retornou ao Brasil e começou a ministrar aulas de kpop na Allegro Ballet, outra escola prestigiada na capital gaúcha. Além das aulas de kpop, Bela oferece aulas do idioma coreano, mostrando sua versatilidade enquanto profissional. Escolhi investigar a carreira da Isabela pelo diferencial de ter experienciado o kpop na Coreia do Sul, vivenciando na pele as diferenças culturais entre Brasil e Coreia.

3.1 A CARISMÁTICA MAKI

FIGURA 10 – Apresentação da entrevistada Maki.



Fonte: Instagram, 2019.

Gabriela Borges, ou Maki, como futuramente viria a ser conhecida, já dançava antes de conhecer o kpop, mas foi a partir do kpop que passou a gostar de dança. Seu primeiro *cover* foi a coreografia de *Wanna* do KARA que aprendeu em 2009, mas só gravou ele em 2010. Como surgiu a vontade de realizar um *cover*? Segundo ela:

Eu queria muito me sentir bem e confiante do jeito que os artistas de kpop eram, então eu acho que foi isso que me buscou a ir atrás do *cover*. Eu queria passar essa confiança que eles tinham e também me tornar mais confiante por causa por causa do *cover*. (BORGES, 2019).

O kpop pode se tornar um agente no que tange o aumento da autoestima e confiança. O grupo GOT7 traz em sua música *Just Right*²³ essa mensagem:

Espelho, espelho, diga a ela
 Balança, por favor diga-lhe também
 Que não precisa mudar em nada
 Que ela é linda e perfeita como ela é agora
 Apenas seja feliz, não se preocupe
 Não olhe para as suas falhas
 Não olhe para o espelho, olhe nos meus olhos
 Ao invés da balança, segure minhas costas" (GOT7, 2015).

²³ GOT7 – Just Right <<https://www.youtube.com/watch?v=vrdk3IGcau8>> Acesso em 26/11/2019.

Essa é uma das características que chamam atenção no kpop, os *idols* buscam passar uma imagem de carisma e confiança para que seus fãs se sintam inspirados a serem assim.

Antigamente Maki demorava um par de semanas para realizar um *cover*. Primeiro “tirava” (gíria usada para nomear o ato de aprender uma coreografia já existente) a coreografia, depois ensaiava e por último gravava. Entre 2015 e 2017, ela gravava e disponibilizava em seu canal do YouTube pelo menos um vídeo por mês (algumas vezes mais que isso). No início de 2018, quando iniciou sua carreira como professora, diminuiu a quantidade de *uploads*, sendo os últimos vídeos dedicados a coreografias originais que criou para músicas de kpop.

Os anos de prática fizeram com que ela aprimorasse essa atividade, sendo capaz de realizar esse processo em algumas horas. Novamente, essa prática, apesar de não ser exclusiva, é uma característica do kpop. É esperado que os *trainees* consigam realizar esse processo rapidamente de modo a não atrapalhar a equipe com demoras consideradas desnecessárias. E o mais importante, aprimorar a coreografia para que ela saia a mais sincronizada possível. No YouTube é possível encontrar vídeo dos grupos *idols* e de *covers* realizando o chamado “Performance Stage Mix” onde, como sugere o nome, realizam edições de performances de uma determinada música e, apenas a troca de figurino e cenário, delatam que se trata de performances diferentes.

Em relação a suas escolhas estéticas, ela não possui um conceito fixo a ser seguido, mas admite que, conceitos fofos não são os que mais lhe agradam. Quando decide de que música irá fazer *cover*:

Eu simplesmente faço o que tá bombando ou o que eu gosto... ou o que tá bombando e eu gosto, que é melhor ainda. E tento ir atrás do que fique mais parecido com o artista. Não exatamente em buscar a mesma roupa que ele veste, mas algo que represente o conceito e algo que eu me sinta confortável usando. (BORGES, 2019).

A escolha de realizar um *cover* e, posteriormente aulas, com as músicas mais famosas do momento é necessária. No kpop, diversas músicas são lançadas por mês e, para ela que trabalha com um público atento a todos lançamentos, é imprescindível se mostrar antenada, mantendo seu público cativo.

Quando questionada sobre a existência de um marco de passagem do kpop *hobby* para profissão, ela cita sua entrada para o quadro de professores do Carol Dalmolin Estúdio de Dança, no ano de 2018. Outro ponto de virada, foi começar a ser convidada a participar de eventos de kpop em uma posição diferente, como jurada e MC. De uma perspectiva externa, a enxergo como profissional desde o momento em que ela passou a realizar *covers* de maneira mais comprometida. Entretanto, suas falas mostram o quão necessário foi se enxergar em uma posição considerada privilegiada em conjunto da remuneração, para que ela passasse a se ver como profissional.

O processo para tomar o posto de professora aconteceu por meio das redes sociais, meio que difundiu o kpop e que, cada vez mais, afeta nossa vida social em diferentes esferas. Foi por intermédio de um questionário no Instagram do estúdio (no qual fazia aulas) que ela demonstrou seu desejo de se tornar professora.

O estúdio (em) que eu era bolsista *tava* abrindo uma nova escola, com mais salas e *tal*. E eles perguntaram no Instagram: “que modalidades gostariam de ver por aqui?” e aí eu mesma cheguei e falei assim “olha eu dou aula de kpop, não quer dar uma olhada e ver se tem gente interessada?”. E aí já chegou uma turma com 15 pessoas no meu primeiro dia. (BORGES, 2019).

Sobre a metodologia de aula, admite não possuir uma própria, mas deixa explícito seu desejo de um dia trabalhar essa questão. Apesar disso, possui um padrão no qual realiza um aquecimento e por vezes conversas com seus alunos, para verificar quais são suas perspectivas para as aulas e se estão com dificuldades. Por estudar danças urbanas, acaba instruindo seus alunos em conceitos básicos do hip hop, pois o kpop possui influência de diversos estilos portanto, ela entende ser necessária essa vivência para compreender a dança kpop melhor.

Durante os aquecimentos eu passo alguns exercícios de base e já parto pra sequência. Gosto de dar bastante tempo pra gente aprender, gosto de dividir em grupos, gosto que as pessoas se olhem dançando, passem energias positivas pros colegas. E acho que é isso que faz as minhas turmas serem tão grudadas. (BORGES, 2019).

Para montar seu plano de aulas Maki seleciona músicas dos grupos mais pedidos por seus alunos, sendo BTS, BLACKPINK e TWICE os principais. Ensinar coreografias antigas de kpop é essencial para ela, pois considera

essencial que seus alunos conheçam um pouco dos grupos mais velhos e saibam da história do estilo que estão dançando. Ela garante que essa mescla é feita de maneira natural pois, muitas vezes, os grupos que seus alunos ouvem são os que ela também gosta. Maki parte da premissa de que a única experiência que muitos de seus alunos possuem em dança, é com ela, portanto precisa prepará-los de modo que a experiência seja boa e não cause danos (físicos e até psicológicos) posteriormente.

Por adotar uma postura horizontal em suas aulas, passa por situações adversas, mas que não prejudicam o andamento de suas aulas e nem sua relação com seus alunos. Nada que uma conversa para lembrar que, apesar de amiga, ela é professora e necessita de foco em suas aulas, não resolve.

No início eu tratava (meus alunos) muito como se fossem crianças e hoje em dia eu falo como se eu tivesse falando com amigos. Claro, eu tenho as minhas turmas de crianças então eu falo diferente. Mas as minhas turmas de adolescentes pra cima eu tratava como se eles fossem muito mais novos que eu, hoje em dia é uma relação bem horizontal que eu tenho com eles. (BORGES, 2019).

Atualmente ela investe em criações próprias, e o desejo veio de forma gradual, tendo como uma das influências as aulas do curso de Licenciatura em Dança da UFRGS, onde muitas vezes os alunos são encorajados a realizar coreografias autorais. Suas coreografias foram integrando suas aulas e dali, foi um passo para decidir gravá-las. No primeiro vídeo autoral, uma coreografia para a música *Home* do *BTS*, a movimentação foi surgindo naturalmente, sem um roteiro para seguir e seus alunos e amigos foram convidados a performar no vídeo. Para o segundo vídeo, da música *Make It Right*, também do *BTS*, Maki estudou a movimentação do grupo, assistindo diversos vídeos para que se assemelhasse a algo que o grupo *idol* dançaria.

Quando eu coreografei *Make It Right*, eu tinha sete pessoas direitinho, como o *BTS*, assisti muitos vídeos deles, pra pegar movimentação, pra pegar troca de lugar. [...] A (coreografia) de *Make It Right* foi pensada, como eu coreografaria o *BTS* se eles fossem dançar essa música. É claro, tem movimentações que são típicas deles, mas tudo de danças urbanas que é o que eu tenho estudado. (BORGES, 2019).

Quanto aos profissionais com quem fez aulas e que contribuíram significativamente em sua vida profissional, ela cita diversos nomes. Todos eles, exceto a coreana Lia Kim, são naturais do Rio Grande do Sul.

Meu primeiro professor de *street dance*, real oficial, foi o Mike Junior, ele que me ensinou muita base. E depois disso foi quando eu recebi a bolsa da Juana Chi, eu acho que ela moldou meu corpo como bailarina. Foi quando eu consegui identificar o que eu queria pra mim e o que não era meu estilo. E hoje em dia é a Gabriela Policarpo, que eu faço aula direito, e ela tá me levando mais pra esse lado do hip hop, que eu acho que tem muito a ver com cover. E acho importante citar também a Lia Kim. Porque eu estudava muito com ela a distância e, quando eu tive aula com ela pessoalmente, foi quando eu *tava* muito certa de que era isso que eu queria fazer isso pra minha vida. (BORGES, 2019).

A artista Lia Kim, residente da 1MILLION DANCE STUDIO, é referência em dança kpop, tendo coreografado diversos grupos *idols*. Fazer aulas no estúdio é um desejo de todo simpatizante de dança kpop, principalmente para quem almeja seguir carreira. Maki conseguiu realizar o sonho quando visitou a Coreia em 2017 e seu desempenho foi bom o bastante para que fosse reconhecida, sendo convidada por uma das professoras para assumir o papel de center na gravação final da aula. Outro ponto de importante para si foi quando participou de um concurso mundial de *covers* promovido pelo canal 1theK em parceria com o grupo feminino *Gugudan* e foi selecionada pelas integrantes do grupo como uma das vencedoras. Para ela, essas experiências de certa forma validam sua carreira profissional para o público externo.

Isso também foi tipo, me jogando pra pensar que nossa “eu acho que eu posso trabalhar com isso, eu tenho um reconhecimento legal pra que outras pessoas vejam que eu posso trabalhar”. (BORGES, 2019).

O Instagram é, provavelmente, sua maior ferramenta de divulgação. Além de ter conquistado sua primeira turma pela rede social, ela conseguiu outros trabalhos.

Em síntese: a carreira se amplia e tem sido construída na relação com as redes sociais em geral, não somente na relação organizacional; e começa, gradativamente, a levar em conta um equacionamento das várias dimensões da vida, além do trabalho, como importantes para o planejamento e desenvolvimento da carreira, como o movimento *opt-out*. (ARONI, 2011, p. 36).

Por divulgar seu trabalho na internet, via Instagram e Youtube que ela se tornou uma figura conhecida e ampliou sua network. Maki foi convidada para integrar o júri de uma competição de kpop no Paraná e posteriormente em um evento no Espírito Santo, esse realizado virtualmente. Para ela, ser jurada nesses eventos foi interessante por poder conhecer a cena kpop de um outro local. Por outro lado, destaca a necessidade de ser necessário uma postura um pouco distante dos competidores, pois, qualquer contato amigável abre caminho para questionamentos a respeito das suas avaliações.

Já a experiência como MC do evento K-Buzz surgiu a partir de sua escolha em não participar mais do evento na categoria competitiva. Seus alunos foram sua motivação, pois considera a participação em eventos desse cunho importante para o desenvolvimento deles como dançarinos de kpop e:

Tem toda a questão de que eu como professora, quero que meus alunos tenham essa experiência, e eu acho que é intimidador tu competir com teu professor. Eu prefiro mil vezes ficar no meu cantinho cuidando das minhas coisas e eles terem essa vivência que é participar de uma competição. Que eu acho que é uma vivência sensacional de se ter, mas que eu não tenho tempo pra me dedicar e nem interesse pra fazer isso agora. (BORGES, 2019).

Ela entrou em contato com a equipe do evento, com quem possui relação amistosa, e explicitou que gostaria de participar do evento de maneira distinta da qual vinha participando até então. Tudo ocorreu bem e ela, uma figura carismática e conhecida por outros participantes do evento, se tornou apresentadora do mesmo.

O *cover* surgiu como um *hobby* pra ela e foi, por muito tempo, uma atividade que consumia muito do seu tempo. Sua primeira apresentação *cover* foi no evento *Animextreme*, em 2011, e foi uma experiência tão marcante pra jovem Maki, que ela não conseguia parar de assistir ao vídeo do evento. Outro momento marcante como *cover* foi sua participação no evento *K-Buzz Contest!* (ainda não haviam trocado o nome do evento), no qual seu grupo ganhou em uma das categorias. Entretanto, atualmente não se sente muito inclinada a realizar *covers*:

Eu acho que é uma vivência sensacional de se ter, mas que eu não tenho tempo pra me dedicar e nem interesse pra fazer isso agora. Mas se eu vou competir, eu procuro fazer isso fora do RS, que é onde eu acho que eu tô muito estabelecida como profissional, e aí prefiro fazer isso fora daqui. (BORGES, 2019).

Contudo, nem todas suas experiências foram boas. Em 2017, Kim Jonghyun do SHINee, um de seus artistas favoritos, faleceu. Ela afirma que, se não tivesse começado a dar aulas de dança kpop, teria abandonado o kpop, pois não teria um motivo forte o suficiente para continuar no meio. Para ela, é necessário que as pessoas entendam o quão importante é o cuidado e o estudo para que, futuramente, possam repassar conhecimento para outros indivíduos.

Eu tenho um estudo com dança, principalmente danças urbanas e um cuidado com o corpo das pessoas que a galera que tá dando aula hoje em dia parece que não tem. É só pegar uma coreografia em casa e passar na hora. [...] Mas é claro que eu tenho que fazer algumas

diferenciações, por exemplo, quando a gente tá dançando danças urbanas geralmente não vai dublar a música. E isso é uma técnica que eu tenho que bater pros meus alunos que na minha aula eu preciso que dublem porque é kpop e kpop dubla. (BORGES, 2019).

Atualmente ela acredita possuir um diferencial em relação a outros profissionais, pois, além de suas vivências únicas, possui um olhar crítico para com seu trabalho. E, por meio do Instagram, sua principal ferramenta de divulgação, divulga seu trabalho de modo que ele seja o que seu público alvo busca.

Sobre a cena kpop porto alegreense, percebe o quão incrível é que ela esteja crescendo exponencialmente nos últimos anos. Devido a esse crescimento muitos jovens estão fazendo novas amizades, se interessando por dança e outras atividades ligadas ao kpop. E para ela, pessoal e profissionalmente é um bom negócio, já que tem a oportunidade de fazer novas amizades e ao mesmo tempo ampliar seu trabalho para o público *kpopper*.

Em 2016 realizei um trabalho para uma disciplina da universidade, e realizei uma pequena pesquisa informal, para descobrir se os integrantes de grupos *covers* tinha contanto com dança anteriormente. A resposta de uma maioria significativa foi negativa. Muitos passaram a se interessar por dança depois de consumir kpop e, muitos não faziam aulas regulares pois eram raras as aulas de kpop em escolas de ensino livre. Para além da dança, atividades relacionadas a Coreia do Sul possuem muito entusiastas. A Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS) em parceria com o King Sejong Institute oferta aulas do idioma coreano, de forma gratuita. O sucesso é enorme e as inscrições para o primeiro módulo esgotam em um par de dias.

E para Maki, esse entusiasmo todo também possui um lado negativo. Esse entusiasmo todo faz com que muitos grupos *covers* se interessem nos eventos de kpop, obrigando a organização do evento a ampliar o horário de duração do evento de modo a incluir todos grupos na programação. Para ela, além de ser cansativo, pois os eventos contam as vezes com três blocos de apresentação em cada um dos dias, muitos não compreendem o esforço empreendido para conquistar espaço na cidade.

O curso de Licenciatura em Dança da UFRGS teve papel fundamental em suas práticas profissionais. Além de auxiliar na organização de suas aulas e o trato

com seus alunos, é possível que os ensinamentos do curso permeiam suas práticas e falas. Principalmente no cuidado que possui em aprender de onde surge cada coisa e de repassar esse conhecimento, sempre com cuidado com o corpo alheio.

Isso de conseguir me ver como profissional foi por causa do curso, da gente mesmo se valorizar como trabalhador de dança. Então não tenho dúvida de que o curso me colocou nisso e me ajudou a fazer o que eu tô fazendo. (BORGES, 2019).

3.2 A CATIVANTE ISABELA

FIGURA 11 – Apresentação da entrevistada Isabela.



Fonte: Instagram, 2019.

Isabela não lembra exatamente quando ou como decidiu fazer *covers*, muito menos quando passou a compartilhá-los no YouTube e foi a partir do compartilhamento dos vídeos que passou a realizar os *covers* de forma comprometida. No início, os *covers* era realizados em intervalos mensais e apenas se gostasse bastante de uma coreografia. Em 2015, passou a postá-los regularmente e passou a buscar uma estética visual mais agradável, conquistando assim mais inscritos em seu canal no YouTube. Nessa época, buscava atualizar o canal semanalmente e muitas vezes realizava *covers* de músicas que não eram de seu agrado, mas eram populares, para dar visibilidade ao seu trabalho *cover*.

Eu gosto de compartilhar isso com as pessoas e eu gosto de receber comentários bons dizendo “ai, tu me ajudou muito nisso e naquilo”. (NUNES, 2019).

Por realizar *covers* por um período considerável, aprendeu coreografias de diversos conceitos, mas o que mais gosta, é o fofo alegre. Para que acompanha sua carreira, sabe que o conceito fofo não se limita apenas aos seus *covers*, sendo possível ver esse traço até mesmo em sua personalidade. Todavia, conforme sua carreira foi amadurecendo, passou a explorar conceitos novos:

Ultimamente eu tenho tentado explorar outros conceitos também. Se tu me perguntasse, três anos atrás se eu ia fazer algum conceito sexy, eu nunca ia fazer, eu nem usava short nos meus vídeos. (NUNES, 2019).

Atualmente, além dos quatro ensaios semanais, todos eles relacionados ao seu trabalho como *cover*, coreógrafa e professora, busca praticar todos os dias da semana. Da mesma forma que a entrevistada Maki, sua amiga e companheira de trabalho, consegue aprender uma coreografia nova em um par de horas. A busca por cenários belos e que sejam compatíveis com cada um de seus *covers*, bem como o auxílio externo para a gravação da *cover*, faz com que leve mais tempo para disponibilizar seus vídeos. Outra mudança que aconteceu gradualmente foi a escolha de quais coreografias realizar *covers*. Se antes fazia *cover* de tudo que estava em alta no momento, hoje em dia busca fazê-lo apenas do que lhe agrada. Ao realizar essa escolha, se torna independente da demanda dos inscritos em seu canal e leva em conta apenas suas preferências.

Antes de tentar na carreira em dança kpop, Bela ingressou em três cursos superiores, inclusive a Licenciatura em Dança da UFRGS, sendo esse o último curso que se aventurou antes de se mudar para a Coreia do Sul em 2017.

Começou com eu querendo compartilhar como o mundo, querendo dançar, uma coisa que eu faço desde pequena, e como eu não gostei de mais nada que eu resolvi tentar carreira nisso. (NUNES, 2019).

A decisão de trabalhar com dança veio concomitante com sua mudança para o país do kpop. Seu objetivo enquanto vivia na Coreia era se tornar *back dancer*, ou seja, fazer parte do time de bailarinos que integram as performances dos grupos *idols*. O processo, segundo ela foi muito mais rápido do que pensava. Ao apreciar algumas apresentações de rua, muito comuns na Coreia, fez contato

com um rapaz. Seu objetivo era uma parceria para dar visibilidade ao seu canal, e ela mal imaginava que a partir disso, iria ampliar sua network na Coreia. O desejo de investir em coreografias próprias sempre existiu, mas foi enquanto esteve na Coreia que decidiu investir e quando retornou ao Brasil, deu continuidade a esse desejo.

Suas coreografias autorais são todas de músicas dos seus grupos favoritos. A inspiração para toda a parte estética surge naturalmente, sempre em conjunto com a estética própria de cada grupo.

Eu coreografo como se eu tivesse coreografando literalmente para o Red Velvet ou para o SHINee. Então eu penso nos conceitos deles, nas integrantes e penso o que que combinaria. (NUNES, 2019).

Por cada grupo possuir elementos visuais, estilo de dança, pautas estruturadas etc., é possível para ela coreografar algo semelhante. Ao coreografar uma música que não é de kpop, perde essas referências, o que, apesar de tornar a tarefa mais trabalhosa não a impede de concluir.

Seus projetos atuais têm sido gravados e divulgados em seu canal no YouTube desde que retornou ao Brasil. Por suas criações serem pensadas para o grupo intérprete das músicas, buscar parcerias é essencial. Desde que iniciou sua carreira *cover*, fez amizades com diversos grupos *covers* locais, e os convidou para integrarem o projeto como bailarinos. Durante sua carreira já mostrou possuir uma network diversificada, pois possui bons contatos tanto em seu país de nascimento quanto na Coreia.

Em conjunto com seu trabalho como coreógrafa, Bela ministra aulas do idioma coreano e de dança kpop, se mostrando versátil e aproveitando todo seu conhecimento em assuntos referentes à Coreia. Sua primeira turma de kpop foi repassada pela Maki, em quem Isabela se inspira para organizar suas aulas. Em suas aulas, passa um aquecimento e parte direto para coreografias de kpop, já que esse é o foco principal de seus alunos. A escolha de quais coreografias irá ensinar em aula parte do desejo da turma, sempre em conjunto com seus conhecimentos próprios:

Honestamente, eu não tenho muito tempo na semana pra aprender, sei lá, se elas quiserem aprender um BTS, que é superdifícil, eu não muito tenho tempo pra aprender o BTS. Então eu tento pegar uma coisa que

eu já meio que sei, mas que elas queiram pra passar. Porque eu já tentei ensinar uma coisa que eu queria, mas elas não ligavam e eu senti que dispersou muito, elas não focavam. Então eu tento pegar alguma coisa que elas se interessam pra ser bom pra elas. (NUNES, 2019).

Para ela, o kpop foi tomando forma como profissão quando passou a realizar outros trabalhos além do *cover*. Considera seus trabalhos profissionais aqueles pelos quais recebeu remuneração ou visibilidade significativa. Além de sua viagem para a Coreia e as aulas de dança kpop e idioma coreano que ministra, outra experiência que considera profissional, foi o trabalho como jurada de um evento de kpop. Esse trabalho surgiu da indicação de uma amiga, e foi o mesmo em que Maki participou, sendo Isabela jurada virtual da pré-seleção e Maki jurada presencial do evento propriamente dito. Bela considera essa experiência significativa, pois sempre teve o desejo de participar do júri de um evento, mas ao mesmo tempo, desafiante.

E eu tinha que dar uma nota pra todos eles e eu sinto que dar nota é algo tão subjetivo é só um número. [...] Tinham três notas pra dar, sincronia, fidelidade a dança original e mais alguma coisa. Eu tinha que olhar especificamente pra isso e aí tinha a nota final, que era minha nota no geral. O que eu acho mais importante... ok a dança ser boa sim, mas eu foco muito na expressão facial. Então se a pessoa dançou superbem, mas *tava* com cara de nada, eu dava uma nota menor do que uma pessoa que dançou um pouquinho pior só que *tava* claramente se divertindo, *enjoying*. Pra mim isso é o mais importante. (NUNES, 2019).

Por ter tido pouca experiência em aulas de dança regulares (fez aulas na escola de dança Dullius Dance, e aulas informais com pessoas com quem trabalhou na Coreia) Bela acredita que sua metodologia de aula tem muito a melhorar. Quando se mudou para a Coreia, se deparou com um mercado de trabalho mais rígido, que pouco se importa com a saúde mental alheia. O diálogo sobre saúde mental no país ainda é muito fraco, tendo se tornado pauta após *idols* famosos falecerem devido a quadros de depressão, que se agravaram pela pressão sofrida por meio da mídia e sociedade coreana. Por conta dessa pressão, que atinge a todos independentemente de serem famosos ou não, Bela sentiu sua paixão por dança se tornar um fardo. Ela chegou a passar por situações difíceis devido à resistência a esse assunto:

Eu tinha um amigo que *tava* tentando fazer uma performance e ele me pegou pra ser dançarina. Só que nessa época eu *tava* bem mal mentalmente [...] e eu não consegui focar. Ele ficou muito brabo comigo, parecia que ele *tava* sempre reclamando de mim e que *tava* matando minha paixão pela dança. E eu só fui até o dia do showzinho dele porque

eu me comprometi com ele, porque a última coisa que eu queria fazer era ensaiar e me apresentar. *Tava bem difícil.*” (NUNES, 2019).

Sua experiência na Coreia não se resume a momentos difíceis, pelo contrário. Um dos momentos mais expressivos para si, foram as apresentações na rua, que fez com um amigo. Essas apresentações de rua acontecem principalmente no bairro *Hongdae* em *Seul*, e são muito famosas no meio kpop, tendo apoio do governo e contando as vezes com a presença de *idols*.

Questionei por último sua visão sobre as diferenças entre a cena kpop em Porto Alegre e em Seul. Para ela, a primeira diferença é a competição no mercado de trabalho. Apesar de ter tencionado atividades diferentes, lá seu foco era ser *back dancer* e aqui trabalha como professora e coreógrafa, acredita que os mercados são bastante diferentes. Enquanto na Coreia o trabalho com dança kpop é levado muito a sério, sendo um trabalho árduo em uma indústria rígida, aqui no Brasil ele tem ares mais leves, já que o kpop é consumido principalmente como *hobby*. Essa leveza nem sempre tem significado positivo. Justamente por se tratar de um *hobby* para a maior parte das pessoas, acontecem conflitos pela falta de comprometimento com seu trabalho profissional.

Lá a música é deles, todo mundo conhece e tem um monte de gente competente pra dançar e coreografar. Aqui é um mercado em crescimento, mas ainda assim não é gigante, então é mais possível tu fazer uma carreira aqui do que lá, por causa da competição. (NUNES, 2019).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O kpop cresceu velozmente, se pensarmos que começou a surgir na década de 1990, cerca de 30 anos atrás. De forma cativante conseguiu chegar ao outro lado do globo e a tendência é que cada vez mais, seja consumido pelos amantes da cultura pop. Surgiu como forma de entretenimento e possibilitou o crescimento de um mercado de trabalho não só focado no canto e dança, mas em outros mercados como o design e comunicação.

Pode-se notar que de fato existe um mercado dentro da dança kpop, que esse mercado vem se estabelecendo de forma positiva em Porto Alegre e a tendência é que cresça cada vez mais. Para a comunidade dançante evidencia a existência um novo mercado de trabalho que pode e deve ser explorado, de forma responsável e sensível.

Cada vez mais escolas de ensino livre buscam ofertar aulas de kpop e a resposta é positiva, já que, por meio do kpop, muitos jovens vem se interessando em dançar. Nos festivais escolares também já se nota a presença do kpop em algumas apresentações. Na mostra anual do curso de Licenciatura em Dança, desde o ano de 2015, além do aumento de performances de danças urbanas percebe a inserção de *covers* de kpop.

Quanto a escolha das profissionais Isabela e Maki, sabia que possivelmente surgiriam questionamentos, já que além de elas serem próximas também são pessoas com quem tenho muita proximidade. Justamente pela proximidade com elas, que sabia o quão importante é a contribuição delas para a cena kpop. Apesar disso, cada uma delas possuem trajetórias individuais, cada qual com sua peculiaridade, seguindo caminhos distintos. Maki atualmente foca muito em seu trabalho como professora, buscando se aperfeiçoar seus trabalhos e possui um cuidado muito grande com seus alunos. É possível notar claramente a influência do curso de Licenciatura em Dança da UFRGS em sua metodologia de trabalho, bem como seu entendimento da profissão. Já Isabela, apesar de trabalhar como professora, tem um foco muito grande em sua atuação como bailarina e coreógrafa. O tempo em que viveu na Coreia do Sul influenciou muito em suas práticas, no modo como trabalha com seus alunos, entendendo que, para eles se trata de um *hobby* e no modo consciente e comprometido com que

lida com seu trabalho como coreógrafa e bailarina. Foi com o auxílio delas, e de diversas outras pessoas, que participaram como grupos *covers*, apresentadores, produtores ou apenas observadores, que a cena local teve oportunidade de crescer e tomar forma. Cada vez mais eventos vem surgindo, mais festas vem sendo criadas, mais pessoas vem se interessando em kpop e na cultura coreana.

Isto me permite retomar a ideia inicial, da investigação do conceito ou da noção de carreira para esta geração de artistas da dança na cena pop (kpop). Observamos que certos princípios de competição e modalidades de dança que se assemelham a formas usuais em áreas de dança como o salão, as danças de tradição e ballet. Mesmo assim, seus critérios não são estritamente construídos formalmente no campo de dança, eles incorporam estratégias e metodologias comerciais de empreendedorismo cultural e midiático. *Centers* e cultura *cover* não são apenas elementos da linguagem do kpop, são estruturas de produção deste cenário globalizado de danças pop. Envolvem uma integração da linguagem da dança nas tecnologias de comunicação, com ênfase para os ambientes virtuais e se assemelham a mecanismos de tradução (*google translator* através do corpo, da estética, do gesto e do movimento).

Também é importante ressaltar que esta pesquisa permite abrir janelas de conversação entre o campo da dança e o da comunicação e das mídias – nas relações entre dança, imagem, virtualidade, gamers, geeks, animes e demais personagens desta cena – e das formas de transformação da cena internacional em cena globalizada dos anos 2000 até os dias atuais, promovendo reflexões as ondas mexicanas e a cultura de Bollywood.

Um dos intuitos desse trabalho era entender como se dá a carreira no kpop, os caminhos que são possíveis seguir e, simultaneamente, entender a mim mesma nesse cenário. Apesar de não ter chego a uma conclusão especifica na questão pessoal, compreendo que posso seguir diferentes caminhos. Inicio aqui a tarefa de buscar expandir meus conhecimentos e aplicá-los na minha profissão. Na verdade, compreendo que esse processo tem início quando comecei a consumir kpop e quando decidi aprender o idioma coreano, na esperança de um dia usar essa informação de forma prática.

REFERÊNCIAS

AGENCY, Yonhap News. **EXO's new album sells over 1 mln copies**. 2019. Disponível em: <<http://english.yonhapnews.co.kr/search1/2603000000.html?cid=AEN20131227002300315>>. Acesso em: 22 nov. 2019.

ALLKPOP. **Stellar honestly open up about why they had no choice but to go the sexy route**. Disponível em: <<https://www.allkpop.com/article/2015/07/stellar-honestly-open-up-about-why-they-had-no-choice-but-to-go-the-sexy-route>>. Acesso em: 19 out. 2019.

AMÁ, Vitória Prieto; SILVA, Gabriella Lima. FEBRE K-POP: A TEMPERATURA DO CONTEÚDO JORNALÍSTICO PRODUZIDO NO BRASIL SOBRE MÚSICA POP COREANA. **Anagrama**, v. 12, n. 1, 2018.

AOKI, Beatriz Yumi; MARCELINO, Rosilene Alves Moraes. **A indústria musical pop asiática: estudo comparativo sobre a construção de celebridades japonesas e coreanas**. 2015.

ARONI, Fernanda. **Carreira: visão acadêmica e práticas do mercado de trabalho relatadas pela publicação Guia Você S/A Exame as melhores empresas para você trabalhar**. 2011. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

BELUS, Natasha Nunes de Lima. **Corpo e voz: estilo k-pop**. 2016.

BERTO, Rachel Goulart; ALMEIDA, Mariza Costa. Quem são os fãs de k-pop no Brasil? **Diretor-Geral**, v. 20271, p. 38.

BILLBOARD. **BILLBOARD KOREA K-POP 100**. Disponível em: <<https://www.billboard.com/charts/billboard-korea-k-pop-100>>. Acesso em: 22 nov. 2019.

BILLBOARD. **EXID Release New Version of Breakout Hit 'Up & Down' After Sexy Viral Video Success**. Disponível em: <<https://www.billboard.com/articles/columns/k-town/6473206/exid-up-down-lg-video-fancam>>. Acesso em: 26 out. 2019.

BRASIL, Embaixada da República da Coreia na República Federativa do. **Embaixada da Coreia oferece aulas de dança pop coreana.** Disponível em: http://overseas.mofa.go.kr/br-pt/brd/m_6092/view.do?seq=759536&srchFr=&srchTo=&srchWord=&srchTp=&multi_itm_seq=0&itm_seq_1=0&itm_seq_2=0&company_cd=&company_nm=&page=5. Acesso em: 22 nov. 2019.

BRASIL, E! Online. **BTS faz discurso nas Nações Unidas para lançamento da Generation Unlimited.** Disponível em: <https://www.eonline.com/br/news/971068/bts-faz-discurso-nas-nacoes-unidas-para-lancamento-da-generation-unlimited>>. Acesso em: 19 nov. 2019.

BRASIL, E! Online. **BTS leva susto de Ellen DeGeneres e canta Fake Love ao vivo.** Disponível em: <https://www.eonline.com/br/news/939038/bts-leva-susto-de-ellen-degeneres-e-canta-fake-love-ao-vivo>>. Acesso em: 19 nov. 2019.

BRAZILKOREA. **Music Bank Brasil.** Disponível em: <http://www.brazilkorea.com.br/category/mbb/>>. Acesso em: 22 nov. 2019.

BR, Suju. **Super Junior comemora sucesso do "Super Show 5" na América do Sul.** Disponível em: <https://www.suju.com.br/noticias/super-junior-comemora-sucesso-do-super-show-5-na-america-do-sul/>>. Acesso em: 22 nov. 2019.

BORGES, Gabriela Puga. Entrevista por Camila da Silva Martins. Porto Alegre, set. 2019.

CAMPOS, Thalita Bianchini; TEODORO, Mariana Carrion; GOBBI, Maria Cristina. Dramas: cenários da cultura asiática. **Iniciação Científica Cesumar**, v. 17, n. 2, p. 173-181, 2015.

CANANI, Laura. **Bela.** Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BzPB6hsJrIU/>. Acesso em: 17 nov. 2019.

CAPRICO, Revista. **BTS faz discurso emocionante para líderes da ONU!** Disponível em: <https://capricho.abril.com.br/famosos/bts-faz-discurso-emocionante-para-lideres-da-onu/>>. Acesso em: 19 nov. 2019.

CAPRICHIO, Revista. **Estrelas do k-pop, CL e EXO brilham na cerimônia de encerramento.** Disponível em: <<https://capricho.abril.com.br/famosos/estrelas-do-k-pop-cl-e-exo-brilham-na-cerimonia-de-encerramento/>>. Acesso em: 19 nov. 2019.

CHEATSHEET, **Showbiz. SuperM Made Their US TV Debut on ‘The Ellen DeGeneres Show’.** Disponível em: <<https://www.cheatsheet.com/entertainment/superm-made-their-us-tv-debut-on-the-ellen-degeneres-show.html/>>. Acesso em: 19 nov. 2019.

CORDEIRO, Talita Gomes de Oliveira. **O Fenômeno do K-pop no Brasil: práticas de lazer a partir da Web 2.0.** Universidade de São Paulo., São Paulo, 2013.

CUNHA, Vinícius Ferreira. **A ascensão do pop coreano: o boom do K-pop a trotes de cavalo, o papel da comunicação e as articulações com o modelo pop ocidental.** 2013.

DA CRUZ, CAIO AMARAL. **E precisa falar coreano? Uma análise cultural do K-Pop no Brasil.** 2016.

DEWET, Babi; IMENES, Érica; PAK, Natália. **K-Pop: manual de sobrevivência: Tudo o que você precisa saber sobre a cultura pop coreana.** 1. ed. - Belo Horizonte: Gutenberg Editora, 2017.

DE SOUZA, Marco André Vinhas. Os novos fluxos midiáticos da cultura pop coreana. **Galáxia. Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica. ISSN 1982-2553**, n. 29, 2015.

DOMINGOS, Amauri. **K-Pop: A propagação mundial da cultura sul-coreana.** 2016.

ENTERTAINMENT, SM. **Company introduction.** Disponível em: <<http://www.smentertainment.com/Overview/Introduction>>. Acesso em: 21 nov. 2019.

ENTERTAINMENT, SM. **Our Business Unit. 2019.** Disponível em: <<http://www.smentertainment.com/Overview/BusinessArea>>. Acesso em: 21 nov. 2019.

ENTERTAINMENT, YG. **About YG.** Disponível em: <<https://www.ygfamily.com/company/history.asp?LANGDIV=E>>. Acesso em: 21 nov. 2019.

EVER, Dorama. **Dorama Winter Sonata terá sequência.** Disponível em: <<http://doramaever.com/en/2015/04/15/dorama-winter-sonata-tera-sequencia/>>. Acesso em: 26 nov. 2019.

EXO 엑소 'LOVE ME RIGHT' MV. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=RuqaVryDRd0>>. Acesso em: 26 nov. 2019.

EXO 엑소 'Power' MV. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=sGRv8ZBLuW0>>. Acesso em: 26 nov. 2019.

EXPLICANDO: K-pop. S.i: Netflix, 2018. P&B. Disponível em: <<https://www.netflix.com/watch/80216753?trackId=13752289&tctx=0%2C16%2C0b27fbc0-29ca-44c6-9007-40dd3ec0ebf1-75266424%2C%2C>>. Acesso em: 11 out. 2019.

FERNANDES, Cintia S.; TRAVANCAS, Paula R. Otakus, k-poppers e cosplayers: performance e jogos identitários nos Eventos de Animê. **XXVI Encontro Anual da Compós, Faculdade Cásper Líbero, São Paulo-SP**, v. 6, 2017.

FRANCISCO, Karoline Candido. Na onda Hallyu: a influência da cultura sul coreana em grupos de estilo no Brasil do século XXI. **Tecnólogo em Design de Moda-Florianópolis**, 2017.

GIRLS' Generation 소녀시대 'The Boys' MV (KOR Ver.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=6pA_Tou-DPI>. Acesso em: 26 nov. 2019.

GLOBO, O. **Grupo de K-pop gera US\$ 3,6 bilhões por ano para a Coreia do Sul.** Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/economia/grupo-de-pop-gera-us-36-bilhoes-por-ano-para-coreia-do-sul-23313910>>. Acesso em: 17 nov. 2019.

GOT7 "Just right (딱 좋아)" M/V. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=vrdk3IGcau8>>. Acesso em: 26 nov. 2019.

GUARDIAN, The. **EXO: K-pop boyband thrills Winter Olympics closing ceremony.** Disponível em: <<https://www.theguardian.com/sport/2018/feb/24/who-are-exo-the-boyband-about-to-thrill-the-winter-olympics-south-korea-k-pop?page=with:img-2#img-2>>. Acesso em: 17 out. 2019.

G1. **Fãs do BTS aguardam começo do show em São Paulo: FOTOS.** Disponível em: <<https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2019/05/25/fas-do-bts-no-show-sao-paulo-fotos.ghtml>>. Acesso em: 17 out. 2019.

G1. **K-pop é poder: Como Coreia do Sul investiu em cultura e colhe lucro e prestígio de ídolos como BTS.** Disponível em: <<https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2019/05/23/k-pop-e-poder-como-coreia-do-sul-investiu-em-cultura-e-colhe-lucro-e-prestigio-de-idolos-como-bts.ghtml>>. Acesso em: 17 nov. 2019.

G1. **Super Junior estreia em SP para 'sentir paixão do Brasil' pelo k-pop.** Disponível em: <<http://g1.globo.com/musica/noticia/2013/04/super-junior-estreia-em-sp-para-sentir-paixao-do-brasil-pelo-k-pop.html>>. Acesso em: 22 out. 2019.

HUFFPOST. **K-pop: Soft Power for the Global Cool.** Disponível em: <https://www.huffpost.com/entry/kpop-soft-power-for-the-g_b_1088238>. Acesso em: 19 nov. 2019.

H.O.T - Candy MV. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=GMsc7wGghy8>>. Acesso em: 26 nov. 2019.

IDOL School - Ep. 01. S.i: K.Ö. Entertainment, 2018. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=UrUneTZfHqE>>. Acesso em: 17 out. 2019.

JÚNIOR, Mesquita; DA SILVEIRA, Fernando. **Consumo e subculturas juvenis: um estudo sobre as práticas de consumo dos fãs de K-Pop no Brasil**. 2015.

KARAM, K.; MEDEIROS, M. C. Subcultura, estratégia e produção de gosto: uma análise do k-pop no Brasil. In: **COMUNICOM—CONGRESSO INTERNACIONAL DE COMUNICAÇÃO E CONSUMO**. 2015.

KOREAIN, Revista. **A “lista negra” da indústria musical coreana e a “Lei JYJ”**. Disponível em: <<https://revistakoreain.wordpress.com/2015/05/20/lista-negra-da-industria-musical-coreana-lei-jyj/>>. Acesso em: 17 nov. 2019.

K-BUZZ. **APRESENTAÇÕES LIVRES - GRUPOS E SOLOS: GRUPOS E SOLOS SELECIONADOS PARA SE APRESENTAREM NO K-BUZZ!**. 2019. Disponível em: <<https://www.kbuzz.com.br/apresentacoes>>. Acesso em: 21 nov. 2019.

K-BUZZ, Evento. **Sobre o evento K-BUZZ**. [mensagem pessoal] Mensagem recebida por: <cami_mrts@outlook.com>. em: 18 nov. 2019.

LEVAY, Alessandra Silveira. **Youtube como ferramenta de marketing na carreira de novos cantores**. 2013.

MEDIUM. **Otaku**. Disponível em: <<https://medium.com/tend%C3%AAncias-digitais/otaku-99d250440caa>>. Acesso em: 17 out. 2019.

MEDIUM. **Review: BTS’ Monumental Speech at the Launch of the “Generation Unlimited”**. Disponível em: <https://medium.com/@shadow_twts/review-bts-monumental-speech-at-the-launch-of-the-generation-unlimited-bce1e4bd740f>. Acesso em: 17 nov. 2019.

MEDIUM. **Stellar e o Feminismo**. Disponível em: <<https://medium.com/@capoperia/stellar-e-o-feminismo-9ee14f155039>>. Acesso em: 21 nov. 2019.

METRO. **Donald Trump lines up to meet EXO as group gifts President with signed K-Pop album**. Disponível em: <<https://metro.co.uk/2019/06/29/donald>>

trump-lines-meet-exo-group-gifts-president-signed-k-pop-album-10090610/>.

Acesso em: 11 out. 2019.

METRÓPOLES. **BTS faz discurso na Assembleia Geral da ONU, em Nova York**. Disponível em: <<https://www.metropoles.com/entretenimento/bts-faz-discurso-na-assembleia-geral-da-onu-em-nova-york>>. Acesso em: 16 nov. 2019.

MONTEIRO, Camila. Fandom: cultura participativa em busca de um ídolo. **Anagrama**, v. 4, n. 1, p. 1-13, 2010.

NATIONAL, The. SHARE Extended Power: **Exo's hit song to play at the Dubai Fountain until March 31**. Disponível em: <<https://www.thenational.ae/arts-culture/music/extended-power-exo-s-hit-song-to-play-at-the-dubai-fountain-until-march-31-1.698272>>. Acesso em: 22 nov. 2019.

NAHAS, Markus Vinicius; DE BARROS, Mauro VG; FRANCALACCI, Vanessa. O pentáculo do bem-estar-base conceitual para avaliação do estilo de vida de indivíduos ou grupos. **Revista Brasileira de Atividade Física & Saúde**, v. 5, n. 2, p. 48-59, 2000.

NAVER. **청년문화, N 포세데**. Disponível em: <<http://blog.naver.com/PostView.nhn?blogId=niyes4920&logNo=220582660536>>. Acesso em: 27 nov. 2019.

NORONHA, Jéssica Menezes. **POP COREANO, O NASCIMENTO DE UMA NOVA SUBCULTURA**. Universidade Católica de Brasília., Brasília, 2016.

NUNES, Isabela Canani. Entrevista por Camila da Silva Martins. Porto Alegre, set. 2019.

NUNES, Isabela Canani. **Maki**. 2019. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B4GnOzoHSpk/>. Acesso em: 17 nov. 2019.

POP, Papel. **EVE lança vídeo-vertical para “Oy Mama”, parceria com rapper sul-coreana NaDa**. Disponível em: <<https://www.papelpop.com/2019/07/eve-lanca-video-vertical-para-oy-mama-parceria-com-rapper-sul-coreana-nada/>>. Acesso em: 19 nov. 2019.

POP, Slaves Of. **High Hill: Inspiradas no K-Pop, Conheça o Pop Feminista Dessa Girl Band Brasileira.** Disponível em: <<https://slavesofpop.com/2018/09/05/high-hill-inspiradas-no-k-pop-conheca-o-pop-feminista-dessa-girl-band-brasileira/>>. Acesso em: 19 nov. 2019.

POVO, Correio do. **K-pop rompe barreiras e arrebatou fãs no Brasil e no RS.** Disponível em: <<https://www.correiodopovo.com.br/arteagenda/k-pop-rompe-barreiras-e-arrebatou-f%C3%AAs-no-brasil-e-no-rs-1.321829>>. Acesso em: 17 out. 2019.

PSY - GANGNAM STYLE (강남스타일) M/V. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=9bZkp7q19f0>>. Acesso em: 26 nov. 2019.

REIS, Roberta Machado de Paulo. **A onda coreana: um levantamento sobre o k-pop no Brasil e o kpopper brasileiro.** 2018.

RIBEIRO, Arthur Aguiar Lafayette Pinto et al. **A Representação Feminina no K-Pop e seus Reflexos nos Padrões de Consumo e Comportamento Social.** 2017.

SAKURAI, Hikari. **UM POUCO MAIS SOBRE... EXO!** Disponível em: <<https://kopinie.com.br/2017/03/um-pouco-mais-sobre-exo.html>>. Acesso em: 22 nov. 2019.

SeoTaiji and Boys (서태지와 아이들) - Sidae Yugam (시대유감 (時代遺憾)) Music Video (MV). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=b04_9WYZxSw>. Acesso em: 26 nov. 2019.

STATES, Kpoppers. **'United Cube Concert' no Brasil!** Disponível em: <<https://kpoppersstates.com/united-cube-concert-no-brasil/>>. Acesso em: 17 out. 2019.

SUPERINTERESSANTE. **A Diplomacia do K-Pop.** Disponível em: <<https://super.abril.com.br/especiais/a-diplomacia-do-k-pop/>>. Acesso em: 17 nov. 2019.

TAB, Uol. **GEOPOLÍTICA DO KPOP.** Disponível em: <<https://tab.uol.com.br/edicao/kpop/>>. Acesso em: 16 nov. 2019.

TERRA. **O que o BTS está fazendo discursando na Assembleia Geral da ONU?** Disponível em: <<https://www.terra.com.br/diversao/purebreak/o-que-o-bts-esta-fazendo-discursando-na-assembleia-geral-da-onu,838823139fbacd378d3da6f3e925874e36vzutda.html>>. Acesso em: 22 nov. 2019.

TIMES, New Straits. **SUPER JUNIOR became the first Korean group to receive award at 2015 Teen Choice Award!** Disponível em: <<https://www.nst.com.my/news/2015/09/super-junior-became-first-korean-group-receive-award-2015-teen-choice-award>>. Acesso em: 22 out. 2019.

TIMES, The Korea. **YG is different.** Disponível em: <https://www.koreatimes.co.kr/www/news/culture/2016/01/142_177281.html>. Acesso em: 19 nov. 2019.

UAI. **Lembra deles? Jogos de dança Just Dance e Pump it Up.** Disponível em: <<https://www.uai.com.br/app/noticia/games/2017/02/10/noticias-games,201604/lembra-deles-jogos-de-danca-just-dance-e-pump-it-up-estao-de-volta.shtml>>. Acesso em: 11 out. 2019.

UNLIMITED, Generation. **Our Work.** Disponível em: <<https://www.generationunlimited.org/our-work>>. Acesso em: 17 nov. 2019.

UOL. **Inspirados em coreanos, brasileiros formam primeiros grupos de B-pop.** Disponível em: <<https://musica.uol.com.br/noticias/redacao/2014/06/20/inspirados-em-astros-coreanos-brasileiros-formam-primeiros-grupos-de-b-pop.htm>>. Acesso em: 21 nov. 2019.

VASCONCELOS, Kátia C. et al. A geração Y e suas âncoras de carreira. **GESTÃO. Org-Revista Eletrônica de Gestão Organizacional**, v. 8, n. 2, 2010.

WRECKER, Bias. **16 Of The Most Ridiculous K-Pop Group Names And Acronyms That Were Ever Created.** Disponível em:

<<https://biaswrecker.com/16-of-the-most-ridiculous-k-pop-group-names-and-acronyms-that-were-ever-created/>>. Acesso em: 28 nov. 2019.

YIN, Robert K. **Estudo de Caso: Planejamento e métodos**. Bookman editora, 2015.

2017 S.M. GLOBAL AUDITION SEASON 2. Seul: Sm Entertainment, 2017. P&B. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=n5lwkRbBzMA>>. Acesso em: 21 out. 2019.

APÊNDICE

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO - TCLE

O objetivo principal da pesquisa *TRAJETORIAS FORMATIVAS E DE PROCESSOS DE PROFISSIONALIZAÇÃO DE BAILARINOS KPOP NA CIDADE DE PORTO ALEGRE (DE 2016 A 2019)* é a investigação e a compreensão da trajetória formativa e os processos de profissionalização de bailarinas de kpop que residam em Porto Alegre/RS e que tenham iniciado esse processo a partir do ano de 2016. A finalidade deste estudo é contribuir para a visibilidade do universo kpop, bem como dos profissionais de kpop que façam parte da cena na cidade de Porto Alegre. Para tanto, a metodologia adotada no trabalho é a de um estudo de caso com caráter descritivo qualitativo. Serão utilizados os seguintes procedimentos de pesquisa: registro de áudio, consulta a fotos e registros em vídeo.

Para participar deste estudo você não terá nenhum custo, nem receberá qualquer vantagem financeira. Você será esclarecida sobre o estudo em qualquer aspecto que desejar. Poderá retirar seu consentimento ou interromper a participação a qualquer momento. Esclarecemos que sua participação é voluntária.

Eu, Camila da Silva Martins, junto de Márcio Pizarro Noronha, como pesquisadora responsável, me comprometo a esclarecer devida e adequadamente qualquer dúvida ou necessidade de esclarecimento que eventualmente o participante venha a ter no momento da coleta de dados ou posteriormente pelo telefone (51) 31153566 ou (51) 992916348. O contato também pode ser feito com o Prof. Dr. Márcio Pizarro Noronha, na condição de orientador responsável pela pesquisa, pelo telefone (51) 999441314. Este termo de consentimento encontra-se impresso em duas vias, sendo que uma cópia será arquivada pelo pesquisador responsável, e a outra será fornecida a você.

Esta pesquisa tem alguns riscos, que são referentes à interpretação da pesquisadora sobre questões relacionadas aos processos profissionais e trajetórias formativas do entrevistado enquanto profissional do kpop. Para diminuir a chance desses riscos acontecerem, será realizada uma apresentação parcial do trabalho antes da entrega do mesmo. A pesquisa visa descrever o modo como se dá a formação e especialização de jovens profissionais de dança kpop que residam em Porto Alegre/RS, não tem como objetivo o mapeamento de todos bailarinos e professores de dança kpop trabalhem na mesma.

Eu, _____, sujeito livre e esclarecido, portadora do documento de Identidade _____, responsável por _____,

fui informada dos objetivos do estudo “*TRAJETORIAS FORMATIVAS E DE PROCESSOS DE PROFISSIONALIZAÇÃO DE BAILARINOS KPOP NA CIDADE DE PORTO ALEGRE (DE 2016 A 2019)*”, de maneira clara e detalhada e esclareci minhas dúvidas. Sei que a qualquer momento poderei solicitar novas informações e modificar minha decisão de participar se assim o desejar. Declaro que concordo em participar desse estudo. Recebi uma cópia deste termo de consentimento livre e esclarecido e me foi dada à oportunidade de ler e esclarecer as minhas dúvidas.

Autorizo a divulgação de meu nome.

Autorizo meu uso de imagem.

Assinatura do participante

Camila da Silva Martins
Pesquisadora responsável

Local e data

Prof. Dr. Márcio Pizarro Noronha
Orientador