

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA - UNESP
Faculdade de Ciências e Tecnologia - Campus de Presidente Prudente

MILENA OLIVEIRA DE CESARE

**A INFLUÊNCIA DO K-POP NA CONSTRUÇÃO DE ESTILO, IDENTIDADE E
PRÁTICAS SOCIOESPACIAIS DE JOVENS EM PRESIDENTE PRUDENTE - SP**

Presidente Prudente - SP

2025

MILENA OLIVEIRA DE CESARE

A INFLUÊNCIA DO K-POP NA CONSTRUÇÃO DE ESTILO, IDENTIDADE E PRÁTICAS SOCIOESPACIAIS DE JOVENS EM PRESIDENTE PRUDENTE - SP

Trabalho de Graduação apresentada à Universidade Estadual Paulista (UNESP), Faculdade de Ciências e Tecnologia, Presidente Prudente - SP, para obtenção do título de Bacharel em Geografia.

Orientador(a): Prof. Dr. Nécio Turra Neto.

Presidente Prudente - SP

2025

C421i	<p>Cesare, Milena</p> <p>A influência do K-Pop na construção de estilo, identidade e práticas socioespaciais de jovens em Presidente Prudente - SP / Milena Cesare.</p> <p>-- Presidente Prudente, 2026</p> <p>75 p. : tabs., fotos</p> <p>Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado - Geografia) - Universidade Estadual Paulista (UNESP), Faculdade de Ciências e Tecnologia, Presidente Prudente</p> <p>Orientador: Necio Turra Neto</p> <p>1. Cultura Juvenil. 2. Estilo. 3. K-Pop. 4. Presidente Prudente. I. Título.</p>
-------	--

DECLARAÇÃO



Eu, **Prof. Dr. Nécio Turra Neto**, declaro que a aluna **Milena Oliveira De Cesare, RG. 55.175.580-5**, cumpriu, sob minha orientação, 180 horas de Estágio Supervisionado e Trabalho de Graduação do Curso de Bacharelado em Geografia, desta Faculdade.

Título de Monografia: *A Influência do K-Pop na Construção de Estilo, Identidade e Práticas Socioespaciais de Jovens em Presidente Prudente - SP.*

A Monografia foi apresentada, em defesa pública, no dia **08 de dezembro de 2025**, às 14h00min, na sala de reuniões do GASPERR, da Faculdade de Ciências e Tecnologia UNESP Presidente Prudente.

Após as arguições e defesa do(a) candidato(a), eu, mais os membros da banca arrolados abaixo, atribuímos a nota 9,5 (nove vírgula cinco).

Presidente Prudente, 08 de dezembro de 2025.

BANCA AVALIADORA		INATURAS
Prof. Dr. Nécio Turra Neto (Orientador)	 Documento assinado digitalmente NÉCIO TURRA NETO Data: 09/12/2025 13:21:30-0300 Verifique em https://validar.iti.gov.br	
Marta Campos de Quadros	 Documento assinado digitalmente MARTA CAMPOS DE QUADROS Data: 09/12/2025 15:42:33-0300 Verifique em https://validar.iti.gov.br	
Danielle Silva Yabuki	 Documento assinado digitalmente DANIELLE SILVA YABUKI Data: 09/12/2025 18:57:54-0300 Verifique em https://validar.iti.gov.br	

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer aos meus amigos Thai, Vitor, Arih, e ao meu querido companheiro Gabriel, por me acompanharem durante a produção deste trabalho, com palavras de incentivo, conselhos, e, especialmente, pela companhia durante a realização dos trabalhos de campo. Graças ao apoio de vocês, esse trabalho se tornou mais leve e divertido de ser realizado.

Agradeço também a minha família, que me deu como base a educação e a força necessária, que me permitiu concluir essa graduação. E também expresso minha gratidão ao meu orientador Nécio Turra Neto por todo o suporte oferecido que me ajudou a completar esse ciclo.

Por último, agradeço a música, sobretudo aos grupos de K-Pop que tanto amo, NCT e VIXX, que despertaram meu amor por este gênero musical e se tornaram a trilha sonora da minha vida, me acompanhando durante toda a minha trajetória através das suas melodias há quase 10 anos. A música salva vidas, e, através dela, tenho forças para trilhar minha jornada todos os dias.

RESUMO

A cultura é um elemento de atuação direta na formação de identidades individuais, que molda os comportamentos e as formas de expressão, bem como afeta as práticas socioespaciais dos sujeitos. Através da globalização, o hibridismo cultural permite a difusão de novas manifestações culturais, como o K-Pop, gênero musical originário da Coreia do Sul, que ultrapassa suas fronteiras e se expande mundialmente, chegando a territórios como o do município de Presidente Prudente - SP. O K-Pop tem oferecido um conjunto de referências estéticas que possibilita a criação de comunidades juvenis que prestigiam essa arte e cultura. Jovens de diversos lugares do mundo passam a se inspirarem nesses elementos de admiração para expressar seus próprios estilos e personalidades. Dessa maneira, a pesquisa busca compreender como tem se dado a produção de identidades, estilos e práticas culturais e espaciais de jovens prudentinos a partir da cultura juvenil K-Pop, através de conceitos teóricos como Juventude, Escuta Conexa, Estilo e Território. Para tanto, foram utilizados como procedimentos metodológicos a Etnografia e a Netnografia, para o contato com os fãs de K-Pop através dos meios presenciais e virtuais, com a realização de trabalhos de campo, observação online, além de uma enquete e entrevistas semiestruturadas. Posto isso, o trabalho concluiu que o gênero musical afeta diretamente seus ouvintes na construção de estilo, identidade e práticas socioespaciais.

Palavras-Chave: Cultura Juvenil; Estilo; K-Pop; Presidente Prudente.

ABSTRACT

Culture is a key element in the formation of individual identities, shaping behaviors and forms of expression, as well as influencing the socio-spatial practices of subjects. Through globalization, cultural hybridity enables the diffusion of new cultural manifestations, such as K-Pop, a musical genre originating in South Korea that transcends its borders and expands worldwide, reaching territories such as the municipality of Presidente Prudente, São Paulo. K-Pop has offered a set of aesthetic references that allows the creation of youth communities that value this art and culture. Young people from various parts of the world become inspired by these admired elements to express their own styles and personalities. Thereby, this research seeks to understand how the production of identities, styles, and cultural and spatial practices of young people in Presidente Prudente has taken place through K-Pop youth culture, drawing on theoretical concepts such as Youth, Connected Listening, Style, and Territory. Methodologically, Ethnography and Netnography were used to engage with K-Pop fans through both in-person and virtual means, including fieldwork, online observation, a survey, and semi-structured interviews. Given this, the study concludes that the musical genre directly influences its listeners in the construction of style, identity, and socio-spatial practices.

Keywords: Youth Culture; Style; K-Pop; Presidente Prudente.

LISTA DE FIGURAS

Figuras 1 e 2 - Stories compartilhados no Instagram.	55
Figuras 3 e 4 - Reels e Stories compartilhados no Instagram.	56
Figuras 5 e 6 - Stories de compartilhamento de músicas de K-Pop.	56
Figura 7 - Stories compartilhados no Instagram.	57

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Ano em que os fãs conheceram o K-Pop.	29
Gráfico 2 - Como os fãs conheceram o K-Pop.	30
Gráfico 3 - Elementos mais atrativos no K-Pop para os ouvintes.	33
Gráfico 4 - Hobbies influenciados pelo K-Pop.	37
Gráfico 5 - Hábitos influenciados pelo K-Pop.	39
Gráfico 6 - Maneiras que os fãs de K-Pop interagem entre si.	44
Gráfico 7 - Maneiras que fãs de K-Pop identificam outros fãs.	45
Gráfico 8 - Conhecimento de locais específicos para a comunidade do K-Pop em Presidente Prudente - SP.	47
Gráfico 9 - Interação entre fãs de K-Pop em Presidente Prudente.	48
Gráfico 10 - Frequência de participação em eventos que possuem espaços dedicados ao K-Pop.	49
Gráfico 11 - Elementos que atraem fãs de K-Pop em eventos culturais.	50
Gráfico 12 - Idade dos participantes da pesquisa.	52
Gráfico 13 - Gênero dos participantes da pesquisa.	52
Gráfico 14 - Cor dos participantes da pesquisa.	53
Gráfico 15 - Cidades em que moram os participantes da pesquisa.	53
Gráfico 16 - Renda familiar mensal dos participantes da pesquisa.	54

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
2 METODOLOGIA	11
3 O K-POP	17
4 JUVENTUDE, ESCUTA CONEXA, ESTILO E TERRITÓRIO: REFERÊNCIAS PARA A LEITURA DO K-POP EM PRESIDENTE PRUDENTE	23
5 ANÁLISE - K-POP EM PRESIDENTE PRUDENTE: FORMAS DE SER E DE ESTAR NA CIDADE	28
6 DISCUSSÃO E CONSIDERAÇÕES FINAIS	58
7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	64
GLOSSÁRIO	69
APÊNDICES	71

1 INTRODUÇÃO

A cultura é parte central da vida social, ela participa da composição das identidades e comportamento dos indivíduos, visto que, a partir dos elementos que a compõem, são construídas personalidades resultantes de processos contínuos de experiências vivenciadas em determinados contextos. Essas individualidades são formadas através de construções culturais e sociais, ou seja, são influenciadas diretamente pelo ambiente externo que as contornam. Em outros termos, as identidades pessoais conectam os sujeitos às formações culturais nas quais são socializados.

O que denominamos "nossas identidades" poderia provavelmente ser melhor conceituado como as sedimentações através do tempo daquelas diferentes identificações ou posições que adotamos e procuramos "viver", como se viessem de dentro, mas que, sem dúvida, são ocasionadas por um conjunto especial de circunstâncias, sentimentos, histórias e experiências única e peculiarmente nossas, como sujeitos individuais. Nossas identidades são, em resumo, formadas culturalmente. (Hall, 1997, p.26).

Logo, a cultura se dá como um elemento essencial na “constituição da subjetividade, da própria identidade e da pessoa como um ator social” (Hall, 1997, p.24), de forma a estar presente em cada recanto da vida social contemporânea, atuando como mediadora do consumo, das tendências e modas mundiais (Hall, 1997).

Em conjunto disso, a globalização do mundo contemporâneo permite a difusão de diversas culturas a novos territórios antes não alcançados, por meios físicos ou virtuais, devido ao fácil e rápido transporte de informações entre diferentes territórios. Para Arjun Appadurai (2005) uma condição que instiga esses fluxos globais, especificamente os fluxos culturais transnacionais, é a mediapaisagem.

Mediapaisagem refere-se à distribuição da capacidade electrónica para produzir e disseminar informação (jornais, revistas, estações de televisão e estúdios de produção de filmes) que estão agora ao dispor de um número crescente de interesses privados e públicos em todo o mundo e das imagens do mundo criadas por esses meios de comunicação. Estas imagens encerram muitas inflexões complicadas, conforme o seu género (documentário ou diversão), as suas ferramentas (electrónicas ou pré-electrónicas), os seus públicos (local, nacional, transnacional) e os interesses daqueles que as detêm e controlam. (Appadurai, 2005, p.53)

Esses fluxos culturais transnacionais resultam em um processo de hibridismo cultural, que, para Nestor Canclini (1996), procede de e ao mesmo tempo recusa uma homogeneização que padroniza os elementos ao redor do mundo.

O autêntico é ilusório, pois o mundo se encontra em um processo de hibridismo, elementos internacionais fazem sentido até para aqueles que nunca saíram de seus

países. “Várias décadas de construção de símbolos transnacionais criaram o que Renato Ortiz denomina de “cultura Internacional-popular”, com uma memória coletiva feita com fragmentos de diferentes nações. (Canclini, 1996, p.68)

Nesse contexto, a homogeneização é refutada a partir de fenômenos culturais inéditos que passam a se destacar no cenário global, se diferenciando da padronização construída. Um exemplo de difusão de um elemento que extravasa essa padronização e extrapola suas fronteiras geográficas é a música, que chega a diversos espaços além do seu território de origem, combinando-se com aquilo que encontra nestes novos contextos, adquirindo características inéditas. Isso acontece com o K-Pop, gênero musical sul coreano que se expande mundialmente como uma cultura juvenil, chegando a espaços como o município de Presidente Prudente, localizado no interior do estado de São Paulo e aqui ganhando contornos muito singulares, em formas únicas de realização.

O emergente estilo musical consolida uma comunidade de fãs que passa a se diferenciar pelas suas novas formas de composição de estilo, que inclui formas de vestimenta, gosto musical e formas de expressão, assim como provoca transformações nas práticas socioespaciais desses indivíduos consumidores.

O presente trabalho procurou entender como a consolidação desse fenômeno acontece, especialmente em territórios tão distantes e diferenciados do seu local de origem, como Presidente Prudente. Portanto, a pesquisa buscou compreender como tem se dado a produção de identidades, estilos e práticas culturais e espaciais de jovens prudentinos a partir da cultura juvenil K-Pop, considerando a hibridação entre o estilo e a realidade material e imaterial do lugar.

Desse modo, para entender como o K-Pop atua sobre seus ouvintes, o trabalho teve como objetivo analisar as condições de emergência do fenômeno do K-Pop junto aos jovens de Presidente Prudente, a fim de posteriormente identificar os espaços e as práticas culturais e espaciais de jovens *kpoppers*¹ na cidade para, finalmente, compreender como o consumo da cultura do K-Pop está implicado na produção de identidades, estilos e dinâmicas socioespaciais entre *kpoppers* em Presidente Prudente - SP.

A justificativa do tema do trabalho se dá devido a curiosidade de compreender como esse fenômeno, que ocorre do outro lado do planeta, chega em locais tão distantes como a cidade de Presidente Prudente - SP, e é capaz de criar comunidades juvenis que se unem para apreciar e prestigiar uma arte e cultura tão diferenciadas daquelas hegemônicas no lugar,

¹ Palavras estrangeiras em itálico estão destacadas no glossário, localizado no início do trabalho.

além de se inspirarem na música e nos elementos da cultura oriental para expressar seus talentos em danças, figurinos, artesanatos e desenhos.

Para mais, fui uma adolescente que cresceu escutando e dançando K-Pop com amigos, e até desconhecidos, em eventos, em que fiz muitas novas amizades devido ao interesse em comum. Por isso, é muito interessante entender como o estilo musical influencia os atos e as expressões daqueles que o consomem, criando comunidades em que jovens se encontram e se reconhecem entre si, pois compartilham dos mesmos gostos e das mesmas vivências e incorporam tais referências externalizando-as em comportamentos, escolhas de locais de diversão e no seu visual. Estudar a comunidade do K-Pop é entender como a arte e a música une pessoas e promove conhecimento simultaneamente, pois leva aqueles que a consomem a conhecerem novas culturas, costumes, línguas e roupas e a compartilhar essas descobertas entre si, criando vínculos.

O trabalho se divide em diferentes tópicos para facilitar a leitura. A sessão a seguir se destina a apresentação e detalhamento dos procedimentos metodológicos que foram utilizados para tornar a pesquisa possível. Posteriormente, trago uma sessão dedicada ao nascimento e crescimento do gênero musical K-Pop na Coreia do Sul e no mundo. Em seguida, apresento o referencial teórico de alguns conceitos que considero de suma importância para somar na análise que foi realizada, de maneira que serviu para elucidar a discussão do trabalho. Por fim, as duas últimas sessões do trabalho se destinam a apresentação, análise e discussão dos dados que foram produzidos durante a pesquisa, acerca dos fãs de K-Pop em Presidente Prudente - SP, que levam as considerações finais e encerram o texto.

2 METODOLOGIA

As metodologias escolhidas para desenvolver o trabalho foram selecionadas de forma que fosse possível compreender da melhor maneira a influência que a cultura do K-Pop tem sobre aqueles que o escutam, sejam seus comportamentos, estilos, identidades, seja nas ações e práticas socioespaciais.

Primeiramente, foi realizado um levantamento bibliográfico para o aprofundamento de conceitos importantes para a construção do trabalho, como, por exemplo, os conceitos de estilo, território, juventude e identidade. Para isso, foram selecionados artigos e textos de autores como Helena Abramo, Nécio Turra Neto, Marcelo Lopes de Souza, Janotti Junior, entre outros. Paralelamente ao estudo conceitual, foram realizadas leituras de trabalhos acadêmicos que têm como tema o K-pop e a Cultura *Hallyu*, de modo que estes ajudaram a construir uma base de como é realizado o estudo dessa cultura no Brasil e contribuíram para a produção deste trabalho.

Posteriormente, o trabalho foi desenvolvido inspirado nas práticas de pesquisa de natureza etnográfica. A etnografia é uma metodologia muito utilizada pela Antropologia, desenvolvida no final do século XIX, em que é realizado o estudo de uma cultura através da inserção do pesquisador no cotidiano do grupo que tem-se o objetivo de estudar. Segundo Mattos (2011, p. 51):

Em etnografia, holisticamente, observa-se os modos como esses grupos sociais ou pessoas conduzem suas vidas com o objetivo de revelar o significado cotidiano, nos quais as pessoas agem. O objetivo é documentar, monitorar, encontrar o significado da ação.

Portanto, a Etnografia pode contribuir para entender como os grupos de jovens fãs de K-Pop surgiram na cidade, através da participação em eventos que englobam essa cultura, interagindo com seu público-alvo, os *kpoppers* em conversas informais. Sempre registrando-as em diário de campo.

Na realização dos trabalhos de campo, nos eventos culturais que englobam o K-Pop, foi elaborado uma breve enquete em formato online que foi disponibilizada aos jovens consumidores do K-pop, identificados por signos presentes em seus corpos, como cabelos, acessórios e roupas. Essa enquete foi produzida a fim de conhecer os perfis desses jovens de maneira mais detalhada, com perguntas englobando como e quando conheceram o gênero musical, quais os elementos mais atrativos para o ouvinte, quais os interesses em comparecer

em um evento que contém elementos de K-Pop, como apresentações de grupos *covers* e lojas, e, por fim, algumas perguntas pessoais de idade, gênero e classe social.

Para a elaboração da enquete, foi utilizada a ferramenta do Google formulário. Primeiramente, houve a construção de um instrumento em que as respostas se davam de forma mais discursiva e extensa. Entretanto, ainda que esse formulário tenha apresentado um número significativo de respostas, foi decidido que este passaria por uma reformulação para que as respostas fossem dadas de forma mais direta e quantitativa, com o fim de facilitar a análise posteriormente. Os dois formulários criados foram distribuídos em formatos de QR Code nos eventos de cultura japonesa realizados na região, nas cidades de Presidente Prudente e Álvares Machado².

Através da identificação do público-alvo da pesquisa, foi realizada uma abordagem em que havia a explicação sobre o trabalho e seus objetivos, posteriormente à explicação, houve o questionamento se essas pessoas gostariam de contribuir com a produção do trabalho, respondendo o formulário, caso a resposta fosse afirmativa, o link do formulário via QR Code seria entregue.

Além da distribuição do formulário em eventos culturais, o link do mesmo também foi compartilhado no meu perfil pessoal da rede social *Instagram*, através de publicações periódicas nos *stories*, pela ciência de que vários dos meus seguidores são jovens *kpoppers* que se localizam na região alvo da pesquisa. Por fim, após a divulgação dos formulários, as respostas foram coletadas e analisadas de maneira conjunta, somando os resultados de ambos os formulários.

No total, foram realizados 3 trabalhos de campo em que foram entregues os QR Codes da enquete, sendo o primeiro evento selecionado o Nikkei Fest, um evento de cultura japonesa realizado nos dias 2, 3 e 4 de maio de 2025, em Presidente Prudente. O segundo evento foi uma festa temática de K-Pop na boate New York Lounge, em Presidente Prudente, no dia 27 de junho de 2025. E, por fim, o terceiro trabalho de campo foi o Shokonsai, evento que celebra a ancestralidade japonesa, realizado nos dias 11, 12 e 13 de julho de 2025, no Cemitério Japonês, localizado em Álvares Machado.

Somando os dois formulários elaborados, o número de respostas obtidas foi de 52, sendo 30 no primeiro, apresentado no evento Nikkei Fest, e 22 no segundo, distribuído nos

² Presidente Prudente e Álvares Machado fazem parte de uma aglomeração urbana em que seus tecidos urbanos se encontram em determinados pontos dos limites municipais, portanto, formam uma única dinâmica urbana.

demais eventos. A análise das respostas foi feita somando ambos os questionários e destacando os dados que apareceram com mais frequência, além da criação de gráficos para facilitar a visualização dos mesmos. As perguntas elaboradas podem ser consultadas no Apêndice 1.

É importante ressaltar que, devido ao caráter dissertativo do primeiro formulário, as respostas podem conter mais de um elemento, e, para a elaboração dos gráficos, foi realizado a soma de todos, incluindo respostas que citaram mais de um, portanto, o número de respostas totais variam de acordo com as perguntas.

Em conjunto a estas práticas de campo presencial, foi utilizado o procedimento metodológico da Netnografia. A Netnografia é a inserção do pesquisador no seu objeto de pesquisa de forma virtual, pela observação ou participação nas redes sociais virtuais selecionadas, neste caso, no *Instagram* e X (Diniz e Stengel, 2021). A análise dessas redes virtuais teve como objetivo, no presente trabalho, estudar o fenômeno do K-Pop na internet e sua rápida difusão, que resulta na construção de comunidades juvenis consumidoras desse gênero musical e no desenvolvimento de novas interações sociais e padrões de comportamento.

A Netnografia possui diversos procedimentos, entretanto, o que mais utilizei na pesquisa foi a de análise de conteúdo, que tem como objetivo interpretar os aspectos particulares e universais do tema de estudo, portanto, permite destacar as linguagens utilizadas, os padrões de postagens mais populares e frequentes, as dinâmicas sociais que se desenvolveram e a maneira que esses conteúdos são compartilhados (Bernardes, 2021).

Para Antonio Bernardes, as redes sociais online têm sujeitos-chaves, entre eles, os *sharers*. “(...) *sharers*, que são os sujeitos compartilhadores de conteúdo, embora eles possam ou não ter uma influência substancial na rede, eles certamente são capazes de espalhar uma informação.” (Bernardes, 2020, p.32). Nos ambientes virtuais em que a comunidade *kpopper* se encontra, destaca-se a visibilidade dos *sharers*, com publicações de alto alcance e muitos *likes* e compartilhamentos, contribuindo ainda mais para a rápida difusão do fenômeno.

Para a realização da Netnografia e seleção de perfis online para a análise, uma das perguntas do segundo formulário elaborado foi se a pessoa que estava respondendo as questões tinha o interesse de compartilhar alguma de suas redes sociais, para que fosse realizado a observação de postagens que tinham como temática o K-Pop. No total, foram compartilhados 11 perfis, todos da rede social *Instagram*, cuja atividade de postagem de

publicações e *stories* foram observadas durante a realização do trabalho. Os demais que responderam a enquete não quiseram compartilhar suas redes sociais ou alegaram que não publicam sobre K-Pop.

Por fim, para aprofundar as perguntas trabalhadas nos questionários distribuídos nos eventos, foram realizadas entrevistas semiestruturadas de maneira presencial e virtual com os fãs de K-pop. As entrevistas semiestruturadas têm um roteiro pré estabelecido, entretanto, permitem que as respostas anteriormente dadas no formulário sejam mais elaboradas e detalhadas devido a liberdade que o entrevistado têm de discorrer mais sobre os temas tratados.

As entrevistas permitem tratar do tema da pesquisa com flexibilidade, explorando mais sobre assuntos que podem aparecer no decorrer das respostas, explorando de melhor forma contextos dados pelo entrevistado, e a possibilidade de tratar de mais temas caso necessário. No Capítulo 2 do livro “Metodologia de pesquisa em estudos urbanos” (Catalão et Al, 2022), os autores destacam a importância desse procedimento metodológico:

Desse modo, podemos considerar que as entrevistas são constituídas por relações interpessoais e intersubjetivas estabelecidas entre entrevistador e entrevistado, nas quais se busca produzir conhecimento acerca das vivências e representações dos entrevistados, considerados como representativos de grupos ou subgrupos sociais. (Catalão et Al, 2022, p.72).

Para a seleção dos entrevistados, foi adicionada uma pergunta nos formulários realizados anteriormente se havia o interesse de participação em uma entrevista, para somar com a produção do trabalho, e, se positivo, foi pedido para adicionar uma forma de contato. Através das respostas, foi feito o contato com os interessados para marcar os encontros em que seriam realizadas as entrevistas, deixando a preferência do entrevistado se seria de maneira presencial ou virtual, via Google Meet.

No total, foram realizadas nove entrevistas semiestruturadas, sendo duas presenciais e o restante virtuais, e o tempo de duração variou entre 10 a 40 minutos. Durante a realização dos encontros, foi explicado que, ainda que no primeiro segmento era pedido para o entrevistado se apresentar e falar sobre seu perfil, o áudio e/ou as imagens não seriam utilizadas, pois as entrevistas seriam posteriormente transcritas, portanto, era possível se manter anônimo. Entretanto, todos os entrevistados se mostraram confortáveis para se identificar com o nome, e alguns até se disponibilizaram para a utilização do áudio.

Para simplificar a identificação dos entrevistados nos trechos retirados das entrevistas que foram trazidos para o texto do trabalho, os entrevistados serão identificados por nomes

fictícios, inspirados em artistas de K-Pop. No Quadro 1, podemos identificar um perfil resumido dos jovens entrevistados.

Quadro 1 - Perfil dos Nove Jovens entrevistados.

Número	Gênero	Cor	Idade	Local de moradia	Forma de Acesso	Forma da entrevista
Yuta	Masculino	Amarela	25	Presidente Prudente	Amigo	Google Meet
Taeyeon	Feminino	Branca	33	Presidente Prudente	Resposta ao stories no Instagram	Google Meet
Taeyong	Masculino	Preta	27	Maringá/Presidente Prudente	Amigo do Yuta	Google Meet
Ningning	Feminino	Branca	29	Presidente Prudente	Amiga	Google Meet
Hendery	Masculino	Branca	23	Álvares Machado	Amigo	Presencial
Mark	Masculino	Branca	24	Regente Feijó	Amigo do Yuta	Google Meet
Jisung	Masculino	Branca	22	Álvares Machado	Amigo	Presencial
Jeno	Masculino	Não informado	21	São Paulo/Presidente e Prudente	Enquete respondida em evento	Google Meet
Lisa	Feminino	Não informado	27	Presidente Prudente	Enquete respondida em evento	Google Meet

Estes entrevistados e entrevistadas foram acessados por diferentes estratégias e meios. Alguns, como Yuta, Ningning, Hendery e Jisung são amigos, com os quais compartilho o mesmo gosto pela cultura K-Pop, frequento as casas e acompanho em eventos. Os demais participantes foram contatados através das respostas na enquete elaborada, por meio de

mensagens em redes sociais como o *Instagram*, e por indicação de outros entrevistados, que apontaram essas pessoas como amigos que também fazem parte da comunidade do K-Pop.

Curiosamente, todos os entrevistados e entrevistadas possuem mais de 20 anos, não sendo, portanto, adolescentes, como imaginava que iria encontrar com certa frequência na cena local. Isso não significa, contudo, que não tenham tomado contato e aderido ao estilo K-Pop ainda na adolescência, indicando que é nesta fase da vida que se inicia a construção de um estilo que os diferencia e individualiza em relação à família e a outros adolescentes da rua e da escola.

Esta característica dos entrevistados e entrevistadas permitiu que a pesquisa acessasse uma memória afetiva associada às experiências desses participantes com a cultura do K-Pop, bem como pôde identificar o quanto o estilo do K-Pop não se reduziu a uma fase passageira de vida para eles e elas. Portanto, o K-Pop se demonstrou como uma cultura e um estilo de continuidade na vida dessas pessoas, acompanhando esses sujeitos nos seus processos de adulterecer.

3 O K-POP

A indústria musical se expande internacionalmente, chegando aos mais distantes lugares desde pelo menos o pós 2ª Guerra Mundial, fenômeno visível na presença do pop norte americano, em rádios, programas de televisão, mas também no cinema, e, atualmente, em plataformas online. Nos últimos anos, esse fenômeno contemplou um diferente estilo musical, o K-Pop (*Korean Pop*), pop sul coreano que vem se expandindo mundialmente, de forma rápida, com suas produções que misturam diferentes gêneros musicais, coreografias bem elaboradas, figurinos planejados e videocliques altamente produzidos. Assim, essa influência do pop asiático passa a disputar a hegemonia no plano global com as demais indústrias dos países do Norte global.

A Coreia do Sul passa por uma reestruturação pós Guerra da Coreia e, a partir de 1990, a indústria cultural começou a ter grande impacto no país, impulsionada pelo surgimento de grupos como Seo Taiji and Boys, e H.O.T, que utilizavam a moda norte-americana nas suas apresentações e conquistava o público. O país reconheceu a importância da sua cultura e, segundo a reportagem “Geopolítica do K-pop”, disponível em TAB UOL, após a crise asiática em 1999, dedicou mais que o dobro do orçamento nacional, comparando com o período antecedente à década de 1990, para a indústria cultural. Além disso, promoveu isenção de impostos para as indústrias produtoras de cultura, o que incentivou cada vez mais essa produção.

Portanto, a Coreia do Sul estabeleceu políticas culturais como uma estratégia econômica para se reerguer e superar a crise da época, após conflitos geopolíticos. No governo de Kim Dae-Jung, que se iniciou em 1998, foi implementado o “*Hallyu Industry Support Development Plan*”, em português, “Plano de Desenvolvimento de Apoio à Indústria Hallyu”, que tinha o objetivo de aumentar o valor da indústria cultural sul coreana, resultando na expansão do orçamento da indústria cultural do país de 14 milhões de dólares em 1998, a 84 milhões de dólares em 2001 (Kim, 2022), como já foi dito.

Anos depois, entre 2008 e 2013, foi vigente o governo de Lee Myung-bak, quando as políticas culturais foram transformadas em um símbolo nacional e uma estratégia de competitividade internacional. Assim, a partir dessas políticas, a indústria do entretenimento e da cultura sul coreana se torna uma forma de identidade nacional, e um instrumento de *soft-power* da nação (Kim, 2022). Com base nisso, a Coreia do Sul se destaca nos últimos anos no uso *soft-power*, entendido como poder de influenciar politicamente com sua cultura

e ideologias, e expande sua participação global com sua cultura cinematográfica e o K-Pop. Esse movimento cultural emergente fica conhecido como *Hallyu*, palavra traduzida do coreano como “onda”.

Com isso, o K-Pop passa a ganhar espaço de forma significativa no seu país de origem, a Coreia do Sul, através dos investimentos econômicos e políticos, e, posteriormente, internacionalmente, quebrando barreiras culturais e linguísticas e criando grandes comunidades consumidoras dessa cultura por todo o planeta. Essa expansão se dá, especialmente, pela presença e divulgação na internet e nas redes sociais virtuais, com elementos que permitem atingir o Ocidente. As músicas de K-Pop, por exemplo, frequentemente possuem nomes em inglês, incluem o inglês nas suas letras e, em sua maior parte, contém melodias de ritmos variados de todo o mundo, o que facilita a chegada desse gênero musical em territórios estrangeiros e sua adesão ao gosto popular.

Em 2012, o gênero musical sul coreano viralizou de forma nunca vista antes, com a música “*Gangnam Style*” do cantor PSY, que se tornou o primeiro videoclipe a atingir 1 bilhão de visualizações na plataforma *YouTube*. O cantor chegou a participar do carnaval brasileiro em 2013 ao cantar o hit em um trio elétrico em Salvador, com a cantora Claudia Leitte (Ferreira, 2022). Já a partir de 2016, o K-Pop aumenta sua visibilidade pelo sucesso emergente do *boygroup* BTS, abreviação de *Bangtan Sonyeondan*, que alcança números significativos nas plataformas de streaming musical sul coreanas e ocidentais, além de dominar paradas musicais como *BillBoard* por semanas consecutivas (Ferreira, 2022), chegando a ser o primeiro grupo de K-Pop indicado para a maior e mais importante premiação musical, o *Grammy* (Billboard, 2025).

Em 2020, ano marcado pela pandemia de Covid-19, o fenômeno do K-Pop se expandiu ainda mais por redes sociais como o *Youtube* e o *TikTok*, onde artistas sul coreanos viralizaram ao compartilharem nas redes sociais seus novos lançamentos musicais e suas novas coreografias. O gênero musical continuou quebrando recordes nunca alcançados, como o *MV* de *Dynamite* do *boygroup* BTS, lançado em agosto de 2020, que acumulou um total de 101,1 milhões de visualizações em um único dia (Unesco, 2021). Essa constante expansão do K-Pop de maneira material e virtual permite que esse fenômeno chegue às mais diversas regiões, como na cidade de Presidente Prudente, localizada no interior do estado de São Paulo.

Antes de realizar o recorte na região de Presidente Prudente, contudo, é importante

ressaltar o crescimento do K-Pop no Brasil como um todo. Como já afirmamos, o K-Pop chega nas demais regiões fora da Coreia do Sul através da sua expansão nas redes sociais virtuais e o mesmo acontece no Brasil, onde o fenômeno aparece nas redes como *Twitter* (atual X), *Facebook* e *Youtube*, ainda que de maneira sucinta, a partir de 2010 (Pacilio, 2021). O algoritmo dessas redes passa a entregar esse conteúdo emergente para mais pessoas e aumenta cada vez mais seu público alvo, levando a popularização de videoclipes e músicas que ganham cada vez mais visualizações e acessos.

Neste período, houve também a popularização de *influencers* e *youtubers* que publicavam conteúdos relacionados ao K-Pop, como Thais Midori e Iago Aleixo, ambos ainda ativos, que contribuíram para a formação de uma comunidade de fãs de K-Pop, ainda que online, no Brasil, assim como ajudaram ainda mais na disseminação do fenômeno. Essas personalidades se destacaram por unir pessoas que se identificavam pelo conteúdo postado, especialmente por ser de uma comunidade nova e pequena no período. Iago Aleixo ganhou destaque por ter participado e estreado em um grupo de B-Pop (pop brasileiro), chamado Champs, que durou de 2013 até 2015. O grupo era formado por meninos selecionados por audições, que passaram a morar na Coreia do Sul para treinamentos de vocal e dança para se tornarem um *boygroup* semelhante aos grupos de K-Pop sul-coreanos, demonstrando a crescente influência do fenômeno *Hallyu* no Brasil. O grupo chegou a se apresentar no programa Mais Você, em rede aberta, em 2014, após a apresentadora do programa abordar o K-Pop como uma “nova febre musical” que estaria emergindo (Gshow, 2014).

À medida que os anos foram se passando, o K-Pop se popularizando cada vez mais. O fenômeno começa a aparecer com mais frequência e em redes novas, como o Amino, aplicativo que se popularizou na comunidade do K-Pop em meados de 2016, com fóruns e publicações voltados para o gênero musical. Portanto, as redes sociais contribuíram de diversas formas para o crescimento da cultura sul-coreana no Brasil e, a partir daí, a comunidade do K-Pop passou a se expandir diariamente e, aos poucos, sair da exclusividade do ambiente virtual. Assim, a comunidade de fãs de K-Pop no Brasil encontra terrenos propícios para se territorializar, e começa a ter aparições em eventos de cultura japonesa, voltados para animes e mangás para o público *otaku* (fãs de cultura japonesa), ganhando força nos interstícios de outras manifestações (Souza, 2000).

Esses eventos, inicialmente realizados apenas em cidades grandes, são marcos importantes para a consolidação da comunidade do K-Pop, pois passam a ser locais de

encontro para os jovens que se identificam com o gênero musical, além de possibilitar a compra de álbuns e produtos importados da Coreia do Sul de maneira mais prática. Um exemplo é o evento Anime Friends, em São Paulo, que acontece há muitos anos e, em 2016, período em que o K-Pop começa a se expandir mundialmente, pude vivenciar o espaço, que possuía lojas inteiramente voltadas a produtos de grupos de K-Pop e novelas sul-coreanas, músicas de K-Pop tocando no ambiente e apresentações e concursos de grupos *covers*. Foi minha primeira experiência de vivenciar um ambiente dedicado ao K-Pop, pois na região de Presidente Prudente esses eventos não eram comuns na época, e, mesmo estando a cerca de 600 km de distância da minha cidade natal, pude me sentir parte daquele ambiente, e encontrar pessoas que compartilhavam dos mesmos gostos que eu.

Visto a crescente popularidade e sucesso desses eventos, eles passam a serem realizados mais frequentemente, do mesmo modo que começaram a acontecer em cidades menores, não mais exclusivamente em capitais. Passam a ser criados também eventos especificamente voltados para o K-Pop, desvinculando sua ligação frequente com a cultura japonesa. Recentemente, grupos sul-coreanos marcaram presença com apresentações e encontros de fãs nesses espaços, como o *boygroup* YOUNITE no Festival da Cultura Coreana em Brasília, onde o grupo realizou um show em agosto de 2025 (Centro Cultural Coreano, 2025).

Esses eventos são uma maneira de uma cultura juvenil, nesse caso a cultura do K-Pop, se estabelecer como uma “comunidade” e se territorializar. Os estudos sobre a juventude se preocupam frequentemente com a espacialidade dessas culturas juvenis, pois busca-se entender a formação de territórios através das vivências e práticas sociais dos jovens (Turra, 2013). Para Souza (2000), a ocupação de um território é vista como algo gerador de laços, em que grupos podem construir uma identidade sócio-cultural que os liguem diretamente aos atributos do espaço concreto, de maneira que este grupo não pode mais ser compreendido sem o seu território, além de permitir que esse espaço desenvolva características próprias, onde indivíduos externos possam se identificar e se reconhecer naquele ambiente, ampliando as fronteiras desse território.

Essa ideia se relaciona com o conceito de territorialização tratado por Turra (2013), em que, através da difusão de uma cultura juvenil, os jovens podem extrapolar os limites de seus espaços de moradia e se inserirem em redes territoriais mais complexas. Para o autor, a

chegada de uma cultura juvenil em um lugar leva à constituição de uma rede de sociabilidade nova em torno daqueles que se identificam, levando a territorialização dessa cultura no lugar.

Souza (2000) afirma que a formação de um território pode ocorrer também pela apropriação de um espaço por um grupo social, como exemplifica a apropriação da Praça Saens Pena, no Bairro da Tijuca, pelos nordestinos nos finais de semana. Ademais, o autor destaca que podem existir superposições de grupos em um mesmo território, ocorrência que o autor denomina de territorialidade de baixa definição.

Portanto, diferentemente de capitais, como São Paulo, onde existem lugares fixos em que a comunidade *kpopper* pode se encontrar, como o Bairro da Liberdade e feiras coreanas, a territorialidade de baixa definição é o caso dos territórios em que a comunidade *kpopper* se encontra em Presidente Prudente, pois a cidade não apresenta nenhum território fixo ou exclusivo, dominado por este subgrupo juvenil, o que leva esses jovens a se concentrarem em territórios compartilhados por outros grupos, como por exemplo, eventos culturais dominados pela cultura *otaku* e nipônica, que acontecem na cidade e na região.

O fator de não existir territórios específicos formados por fãs de K-Pop no município de Presidente Prudente leva a criação de ambientes temporários através destes eventos de cultura japonesa, que acontecem em alguns períodos do ano, como o Geek Fest e o Nikkei Fest. Esses eventos dedicam parte de seus cronogramas para segmentos relacionados ao K-Pop, como competições de grupos de dança *cover*, lojas de mercadorias sul coreanas, que incluem alimentos, álbuns de K-Pop, *photocards*, acessórios de K-Pop, entre outros, e apresentações de dança.

Essas atividades voltadas para o K-Pop atraem a comunidade por ser uma oportunidade de encontro, socialização e identificação, sendo um terminal de conexão importante para a constituição de novas redes de sociabilidade, já que não há um espaço fixo estabelecido para o encontro dessas pessoas. Portanto, um território temporário é constituído onde os adeptos do K-Pop estabelecem novas relações sociais, se reconhecem entre si e compartilham os gostos em comum.

Este processo de apropriação do espaço por grupos é o que Raffestin (1993) define como territorialidade. Souza trabalha com o artigo de Raffestin e disserta que:

As territorialidades, no plural, significam os tipos gerais em que podem ser classificados os territórios conforme suas propriedades, dinâmica, etc.: para exemplificar, territórios contínuos e territórios descontínuos singulares são representantes de duas territorialidades distintas, contínua e descontínua. Seja como for, é óbvio que, ao falar de territorialidade, o que o autor deste artigo tem em mente

é um certo tipo de interação entre homem e espaço, a qual é, aliás, sempre uma interação entre seres humanos mediatizada pelo espaço. (Souza, 2000, p. 99).

Diferente de outros padrões de estilos musicais, a ascensão do K-Pop é recente, o que leva o movimento de dispersão desse gênero musical a ter novas características. No hip-hop, por exemplo, o processo de territorialização se deu pela exclusão socioespacial de jovens negros e latinos, que os levou a criar um território de resistência e afirmação cultural, possibilitando espaços de autonomia e identidade própria (Turra Neto, 2013). O K-Pop é um estilo musical que raramente inclui assuntos sensíveis e críticas sociais em suas letras musicais, portanto, não é um gênero destinado a grupos sociais específicos, marcados por classe e raça, por exemplo. Por isso, as suas produções pretendem abranger todos os tipos de jovens que se atraem pelas danças, ritmos, visuais e videoclipes.

Em suma, a territorialização da cultura juvenil do K-Pop em Presidente Prudente - São Paulo, ainda que temporária em eventos periódicos, une os jovens que apreciam o estilo musical e possibilita que estes interajam entre si, construam novas relações e práticas sociais, e fortaleçam suas identidades como fãs de K-Pop.

4 JUVENTUDE, ESCUTA CONEXA, ESTILO E TERRITÓRIO: REFERÊNCIAS PARA A LEITURA DO K-POP EM PRESIDENTE PRUDENTE

Para melhor compreensão acerca dos temas trabalhados na pesquisa, são estabelecidos alguns conceitos com o fim de contextualizar teoricamente as discussões que vão se desenvolver ao longo do trabalho. Primeiramente, deve-se definir os jovens como sujeitos sociais, pois, segundo Juarez Dayrell, “O sujeito é ativo, age no e sobre o mundo, e nessa ação se produz e, ao mesmo tempo, é produzido no conjunto das relações sociais no qual se insere.” (Charlot apud Dayrell, 2001, p. 226).

Portanto, o autor destaca que ambas as dimensões biológicas, culturais e sociais influenciam a produção humana, sendo as sociais as relações que se dão entre as pessoas no meio em que se inserem (Dayrell, 2001). Para Dayrell, os jovens se constroem como sujeitos através de suas vivências, e nesse movimento se apropria do social.

O nosso contato com esses jovens, bem como as suas trajetórias que analisamos até então, deixam muito claro o aparente óbvio: eles são seres humanos, amam, sofrem, divertem-se, pensam a respeito de suas condições e de suas experiências de vida, posicionam-se diante dela, possuem desejos e propostas de melhoria de vida. Acreditamos que é nesse processo que cada um deles vai se construindo e sendo construído como sujeito, um ser singular que se apropria do social, transformado em representações, aspirações e práticas, que interpreta e dá sentido ao seu mundo e às relações que mantém. (Dayrell, 2001, p. 229)

Entender a juventude é um exercício essencial para conhecer os subgrupos culturais juvenis, e para isso, Helena Abramo (1997) discorre sobre diferentes visões deste conceito. A autora classifica, com base em Eisenstadt e Phillipe Áries, a juventude como uma categoria social, que varia e se diversifica de acordo com a sociedade, o grupo em que está inserido e o momento histórico. Como geógrafos também diríamos que a juventude é variável segundo os lugares.

Abramo (1997) afirma que o interesse de se estudar os jovens aparece na transição entre o século XIX e XX, quando começam a surgir jovens “rebeldes” e fora dos padrões esperados, muitas vezes, vindos de uma classe social mais privilegiada. Os estudos, portanto, começam nas décadas de 1920 e 1930 e são voltados a esses jovens e seus comportamentos, frequentemente relacionados com a ruptura com as normas de socialização as quais deveriam estar submetidos, principalmente pela escola (Abramo, 1997).

Para Helena Abramo, nestes primórdios dos estudos de juventude, esta foi “... entendida como uma etapa de transição, que processa a passagem de uma condição social

mais recolhida e dependente a uma outra mais ampla; um período de preparação para o ingresso na vida social adulta.” (Abramo, 1997, p.11). Contudo, no decorrer do século XX, foi se percebendo que esta fase de vida não é uma simples etapa, com o início e o término bem delimitados, sendo muitas vezes atrelada a indeterminação e incertezas. Abramo descreve que a condição juvenil contemporânea é de “imensa ambiguidade”.

Nos estudos de juventude, Abramo identificou a compreensão de juventude como um período de crise potencial com turbulências, pois é marcada pelo distanciamento da sua família de origem e aquisição da independência. Essa categoria social é muitas vezes vista negativamente pelo fato de que esses jovens não estão totalmente inseridos no mercado de trabalho, e, diferente de muitos adultos consumidos pelo sistema capitalista, ainda possuem algum tempo para se dedicar a vida social e entretenimento (Abramo, 1997, p.13).

O desvio desse comportamento produtivo e comercial esperado dos jovens leva estes ao questionamento de valores sociais e à busca de novas referências, com as quais se identifiquem, como por exemplo, a música. Assim, especialmente no pós segunda guerra mundial, surgiram as chamadas subculturas, como forma de manifestação juvenil e crítica ao modo de vida padronizado e mecanizado. As subculturas procuravam entretenimento de acordo com seus interesses, portanto, há um aumento da procura por elementos de consumo, e, conseqüentemente, aumento do interesse das indústrias de alcançar esse público, que passa a produzir bens destinados a esses jovens e seus novos hábitos. (Abramo, 1997, p.29).

Em conjunto com a criação de produtos comerciais destinados a estas subculturas, nascem locais voltados para o entretenimento dos jovens, onde estes possam ter maior liberdade e autonomia, além de serem utilizados como pontos de encontro.

Está montado, assim, o cenário de uma juventude ligada fundamentalmente ao seu tempo de lazer, em lanchonetes ouve rock'n em roll em juke box ou programas de auditório; consome novas mercadorias, de guloseimas (refrigerantes, chicletes etc) a roupas (jeans, jaquetas de couro) e meios de locomoção (a motocicleta), todos marcada e distintivamente juvenis. Esses elementos aparecem como característicos de um novo padrão de comportamento - que inclui maior liberdade e autonomia para os jovens - interpretado como uma diminuição geral da autoridade e controle paternos (Morin, 1987), paralelamente a uma valorização do prazer e do consumo como fontes de gratificação imediata.

É isso que faz com que agora se generalize a idéia de uma ampla cultura juvenil, não mais uma subcultura escolar ou restrita a grupos na marginalidade. (Abramo, 1997, p. 29/30).

Foi também neste período que esta ideia de juventude, ligada à diversão, consumo, e lazer, que o rock difundiu-se pelo mundo, como uma cultura juvenil internacional, transportada pelos produtos da indústria cultural Norte Americana.

Essa mesma lógica pode ser amplamente aplicada à subcultura do K-Pop, em que os jovens se interessam e consomem produtos importados da Coreia do Sul, e frequentam lugares onde usufruem desses elementos culturais e compartilham os hábitos influenciados pelo gênero musical entre si. Esses encontros são essenciais para o desenvolvimento de relações sociais e vivências de novas experiências, o que contribui para a estruturação de novas identidades individuais e coletivas. Ademais, o conceito de lazer se expande e deixa de ser apenas para diversão, pois se torna também uma maneira de construir uma identidade, como um campo em que o jovem possa expressar seus desejos e projetar um outro modo de vida, portanto, é um segmento muito significativo da vivência juvenil (Abramo, 1997, p.62).

Portanto, cada vez mais, a música é uma presença recorrente nos momentos de lazer, como em boates, música ao vivo em bares, rádios em lojas, vídeos em redes sociais, e até em encontro entre amigos com *playlists* compartilhadas. Ouvir música é algo comum, realizado muitas vezes de maneira despercebida em afazeres do cotidiano. Entretanto, para além de ouvir música, há o ato atento e consciente de escutar, que permite uma conexão detalhada com a música. É o que se pode chamar de escuta conexa (Janotti Jr, 2022).

Segundo o autor, “sonoridades musicais agenciam espaços, lugares, temporalidades, cenas, artefatos midiáticos, apresentações ao vivo e consumo como parte dos processos de escuta e não simples intermediações diante de sujeitos ouvintes” (Janotti Jr., 2014, p. 28). Dessa maneira, o conceito de escuta conexa relaciona a escuta aos aspectos culturais e sociais do consumo musical, sendo possível abordar a territorialidade da música como agência e “senso de pertencimento” (Janotti Jr., 2021, p. 5).

Portanto, a afinidade criada pela escuta de um gênero musical como o K-Pop pode modelar a identidade e as práticas sociais de um indivíduo, pela identificação que este desenvolve ao escutar as músicas e assistir aos videoclipes com os elementos atrativos de danças, coreografias e visuais. Essa identificação e reconhecimento vai além do consumo cultural e se transforma em um estilo de vida, que influencia os comportamentos e as práticas socioespaciais dos fãs.

Em uma sociedade fragmentada composta por identidades múltiplas, a busca de referências para se reconhecer em um grupo é de suma importância, pois se torna necessário se identificar em um estilo, seja musical ou visual, para mostrar-se diferente dos demais. Através do estilo e seus elementos como roupas, acessórios e cabelos, são estabelecidas redes de sociabilidade, que permitem que os integrantes que possuem um estilo em comum se

reconheçam como uma subcultura, fortalecendo uma identificação própria e coletiva (Santos, 2002).

Para Rosana Santos (2002), ao tratar de hip-hop, a construção de uma identidade daqueles que são adeptos ao gênero musical se destaca pelo estilo visual que quebra as hierarquias de classe, através de bijuterias grandes, falsificações de produtos de grifes, calças compridas, bonés, entre outros. A diferenciação dessas pessoas através deste estilo criado permite a afirmação de uma identidade e o resgate de uma auto-estima tomada pela discriminação social e racial. Dessa forma, o estilo relaciona essas pessoas diretamente a esse gênero musical e a este subgrupo cultural. (Santos, 2002).

O estilo pode sair das características visuais de moda e arte e se tornar um “estilo de vida”, como manifestado pela cultura punk no movimento DIY (Do It Yourself), que espalha a ideia da produção de suas próprias roupas, como as calças e blusas rasgadas, que se tornaram uma imagem clara do movimento punk, como uma crítica a cultura do consumismo e incentivo a independência. O estilo de vida pode se expressar também no comportamento de uma comunidade, como manifestações políticas, muito presentes também no movimento punk, com manifestações contra o sistema e problemas sociais, especialmente manifestações anarquistas (Turra Neto, 2001).

Portanto, um estilo é repleto de significados, apropriados em elementos estéticos ou comportamentais, que representam uma maneira de diferenciação em relação aos diferentes subgrupos culturais que já existem, além de uma afirmação de identidade própria. Um estilo próprio representa também a fuga da cultura de massa, entendida como um fenômeno de “despersonalização dos indivíduos e a forte tendência de uniformidade comportamental” que leva o indivíduo a perda de qualquer tipo de iniciativa pessoal, levando-o a seguir as decisões tomadas pela sociedade (Santos, 2002, p.181). O estilo pode extrapolar a dimensão individual e passar a ocupar um espaço coletivo, de forma que esse espaço se torne um território de reconhecimento de um subgrupo.

O conceito de território, na Geografia, está frequentemente atrelado ao exercício de domínio, sendo um espaço definido e delimitado por e a partir de relações de poder (Souza, 2000, p.78). Neste espaço, é delimitado o grupo que domina, pois o poder só se mantém quando o grupo estiver unido, e quem são os subordinados, que obedecem, e muitas vezes, lutam contra esse sistema. Entretanto, o território não está necessariamente ligado a relações de poder e ao Estado ou Governo, e é de suma importância libertar este conceito de sua raiz

conservadora, pois o mesmo pode ser utilizado para entender as relações socioculturais e subgrupos juvenis projetados no espaço.

O ritmo acelerado do mundo atual leva a incerteza da definição de lugares, pois esses estão sempre misturados e diferentes entre si, compostos por indivíduos de identidades múltiplas (Massey, 2000). Entretanto, formam-se as comunidades, grupos de pessoas com interesses em comum que se apropriam de espaços e constituem territórios. Nécio Turra Neto (2000, p. 88) afirma que :

(...) a apropriação de determinado espaço, constitui território a partir do momento em que o autor o representa para si e para os outros. Território existe, portanto, a partir de uma relação, uma “relação social de comunicação, que também traz implícita a dimensão do poder, presente tanto na construção da representação para si quanto na comunicação da representação para o outro.

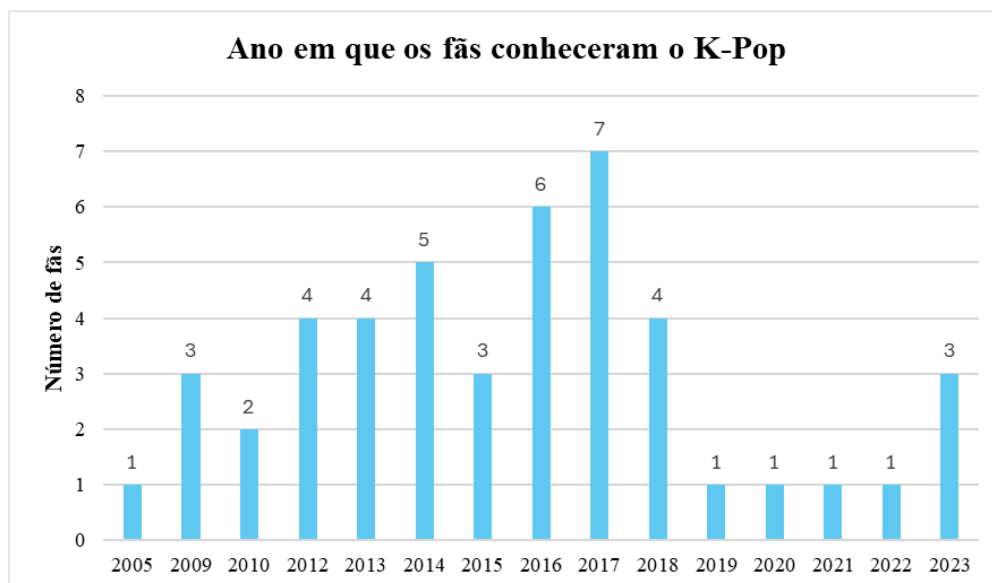
Marcelo de Souza (2000) explica que os territórios são construídos e desconstruídos nas mais diversas escalas, de pequenas proporções, como ruas, até maiores proporções, como organizações entre países, em que o autor apresenta de exemplo a OTAN (Organização do Tratado do Atlântico Norte). Além disso, o autor explica que as escalas temporais também variam entre séculos, anos e até dias, e, estes territórios, podem ser permanentes ou temporários. Para Holzer (1997), o território não é necessariamente fechado, nem contínuo, assim como pode ser instável (Turra Neto, 2000).

5 ANÁLISE - K-POP EM PRESIDENTE PRUDENTE: FORMAS DE SER E DE ESTAR NA CIDADE

A análise e discussão da pesquisa será realizada com base nos resultados obtidos através dos processos metodológicos, quais sejam: a observação nos eventos em que havia manifestações da cultura do K-Pop, as enquetes com os sujeitos identificados como adeptos da cultura e as entrevistas semiestruturadas. Essas respostas permitiram o cumprimento dos objetivos propostos no projeto e possibilitaram compreender as condições de emergência do fenômeno do K-Pop na região de Presidente Prudente, sua territorialização nos espaços, e sua participação na produção de identidades e estilos dos jovens participantes da comunidade *kpopper*.

As enquetes e as entrevistas foram divididos em três segmentos, sendo o primeiro dedicado a questões sobre o primeiro contato das pessoas com o K-Pop e as influências do estilo musical em diversos aspectos de suas vidas, o segundo segmento voltado a conhecer as interações sociais realizadas pelos fãs de K-Pop em Presidente Prudente, e o terceiro destinado a conhecer os perfis das pessoas que estavam respondendo os formulários e participando das entrevistas.

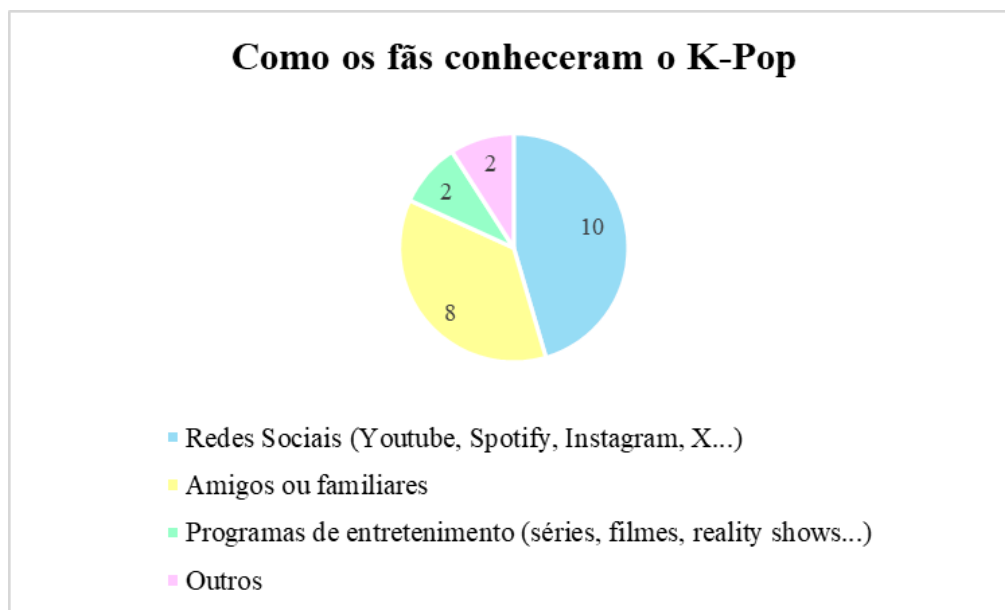
Primeiramente, foi investigado como e quando os jovens tiveram o primeiro contato com o gênero musical, e o que os levou a buscarem mais sobre o K-Pop de maneira geral. Na junção de respostas de ambos os formulários (enquetes e entrevistas), os anos mais citados pelas pessoas que responderam foram 2017, com sete menções, 2016, com seis menções, e 2014 com cinco menções.

Gráfico 1 - Ano em que os fãs conheceram o K-Pop.

Fonte: Enquete, 2025.

E, ao conhecer o perfil do público-alvo da pesquisa pelo questionário, entendo que o K-Pop chega nos jovens de Presidente Prudente e região, na maioria dos casos, de maneira virtual, através da recomendação dos algoritmos das redes sociais, em destaque o *Youtube*, onde essas pessoas acessam o conteúdo por curiosidade, descobrem o gênero musical e desenvolvem o interesse pela subcultura.

A segunda maneira mais citada nos formulários de como as pessoas conheceram o K-Pop se deu pela apresentação de músicas e videoclipes por amigos, conhecidos e parentes que já conheciam o gênero.

Gráfico 2 - Como os fãs conheceram o K-Pop.

Fonte: Enquete, 2025.

No formulário dissertativo, são mencionadas mais algumas maneiras de como essas pessoas tiveram conhecimento do gênero musical, como escutar alguma música de K-Pop que o aplicativo de *streaming* de música utilizado tocou, no caso, o *Spotify* e sua ferramenta de rádio de artistas, em que o aplicativo toca músicas novas para o ouvinte de acordo com a semelhança com seu gosto musical. Como disse um dos respondentes à enquete, ele descobriu o K-pop porque “tocou na rádio de um artista no Spotify”.

Há também aqueles que tiveram contato com a música de K-Pop através de um programa de televisão, ou pelo fato de assistir a doramas e ter curiosidade sobre a cultura sul-coreana, o que a levou a pesquisas que culminaram no encontro com o K-pop. Mas também, há o caso totalmente aleatório de um contato ao assistir a um videoclipe no celular de uma amiga: “Conheci kpop por acaso, minha prima que tinha uma amiga que gostava das músicas baixou um *MV* no celular dela e eu achei por acaso na galeria”.

Nas entrevistas semiestruturadas, as respostas tiveram um padrão semelhante, entretanto, os detalhes foram mais explorados e os contextos foram destrinchados para melhor compreensão. Uma das maneiras mais retratadas foi pela apresentação de músicas e videoclipes por conhecidos que já estavam presentes no ciclo social das pessoas.

Foi há 12 anos atrás, 2013, né? 12 anos atrás, isso, 2013. Eu conheci o K-pop porque eu tinha duas amigas que já escutavam muito J-pop e K-pop, e eu sempre gostei muito de dançar, e aí elas me apresentaram as coreografias do BTS, acho que foi do BTS, que elas ouviam mais, e aí eu acabei seguindo o fluxo justamente por gostar de dançar. (Taeyong)

Já a outra maneira mais retratada foi de conhecer o gênero musical por escutar uma música ou assistir um videoclipe por acaso, como por tocar em um jogo online:

Eu conheci, eu acho que era em 2008, 2009. Estava no ensino médio. E foi através de um jogo. Um jogo de ritmo, chamava Love Ritmo. E a maioria das músicas eram músicas coreanas. E como o que estava popular lá era K-pop, era praticamente só K-pop. Era só isso que tinha. (Ningning)

Por procurar uma música americana e acabar em uma de K-Pop com o mesmo título, como no relato a seguir:

Eu vou dizer que é uma história um pouco engraçada, meio nada com nada, mas ok. Eu conheci em 2009, eu tava lá na minha fase adolescente, pré-adolescente, mais ou menos, e foi muito engraçado, porque eu estava no nosso falecido 4Shared, não lembro como é que se pronuncia, que a gente baixava música, vídeos e tudo mais. Estava procurando especificamente uma música do Big Time Rush, chamada, eu lembro até hoje, que chama Oh Yeah, e caí numa música de um grupo já falecido de K-pop, o MBLAQ, não sei se você já ouviu falar, tadinhos, amava muito, grupo do coração, da vida.

Eu caí no vídeo da música deles, chamada Oh Yeah, e aí, naquela época, eu não tinha wi-fi na minha casa, então eu estava na casa de uma tia minha, eu peguei e baixei para depois escutar, para depois ver, e foi aí que começou. Foi um MBLAQ aqui, no final eu caí e estou até hoje. (Lisa).

Ou até mesmo por conhecer uma artista sem ter o conhecimento de que ela era sul coreana e, posteriormente, aprofundar-se no gênero musical como forma de recuperação de um trauma. Como é o caso da entrevistada Taeyeon, que no relato explica como o K-Pop a ajudou em um processo de luto:

Muito, muito, muito tempo atrás, era antes do lançamento do Harry Potter e o Prisioneiro de Azkaban. Não sei como, o que aconteceu, o que eu descobri, que eu conheci a cantora BoA. Naquela época não tinha YouTube, não tinha nada, porque eu ficava vários finais de semana pra baixar um clipe. Mas eu não sabia nem que ela era coreana, eu achava que ela era japonesa. Porque eu não tinha muito acesso, né, na época. Aí eu descobri que tinha um fórum dela, que tinha tudo quanto é informação. Aí que eu fui descobrir que, na verdade, ela era coreana. Foi assim... Mas foi muito focado nela. Eu não sabia que existia uma indústria através dessa parte aí. Então, assim, eu gostava dela, escutava algumas músicas dela. Mas não saiu daí, ficou só nisso.

Depois de muito tempo, um amigo meu me mostrou, ele dançava, um amigo meu de outra cidade, ele dançava e me mandou um vídeo do SHINee, que era ele dançando Lucifer, acho que era. E eu achei legal a música e tal, eu escutava uma ou outra, mas também nada muito aprofundado.

Quando foi 2014, meu pai faleceu, e a gente tinha uma conexão muito grande com música, a gente escutava música junto por muito tempo. E eu fiquei... Eu entrei em depressão, tudo mais, essa época. E quando eu fui fazer terapia pra tratar melhor esse caso, a médica falou... Médica não, é terapeuta, né? Ela falou assim, "ah, seria interessante você procurar algum tipo de música que não tenha relação com o seu pai, pra você voltar a ouvir música e tudo mais, voltar aos seus hábitos". Aí foi quando eu comecei a escutar 2NE1 e CL, e aí eu fiquei muito obcecada. Aí que foi quando começou já em 2015, por aí. Aí tinha tudo quanto é informação. Aí foi Twitter, aí por aí, ladeira abaixo, né? Aí não dava pra sair mais. (Taeyeon)

No caso de dois entrevistados que são amigos de infância, eles conheceram o K-Pop juntos, quando crianças, pela aparição de um videoclipe em um tablet de um deles, que tinha origem de fabricação na Coreia do Sul.

Eu conheci o K-pop em dezembro de 2011, porque o meu pai me deu um tablet. E nesse tablet veio algumas coisas, inclusive veio um clipe, do Girls Generation, de Oh!. E eu cliquei naquilo e fiquei obcecado, fiquei vidrado e viciado. E eu saía mostrando pra todo mundo, e foi bem na época que também estourou Gangnam Style. Então eu meio que já era uma criança meio da internet. Juntei com meu amigo e a gente saiu

pesquisando quem eram aquelas meninas impecáveis com roupas de esporte. E foi nesse ano que eu conheci e que eu me apaixonei pelo K-pop. (Hendery)

É, então foi em 2011. E eu conheci o K-pop junto do (Hendery), foi quando ele comprou um tablet, que veio da Coreia. E aí o tablet dele tinha o MV do Girls Generation. E aí a gente viu o MV, a gente ficou obcecado pelo MV, e aí a gente continuou procurando. E aí foi assim que começou a nossa obsessão, a gente começou a ser obcecado muito novo. Então foi com uns 8 anos de idade, 2011. (Jisung)

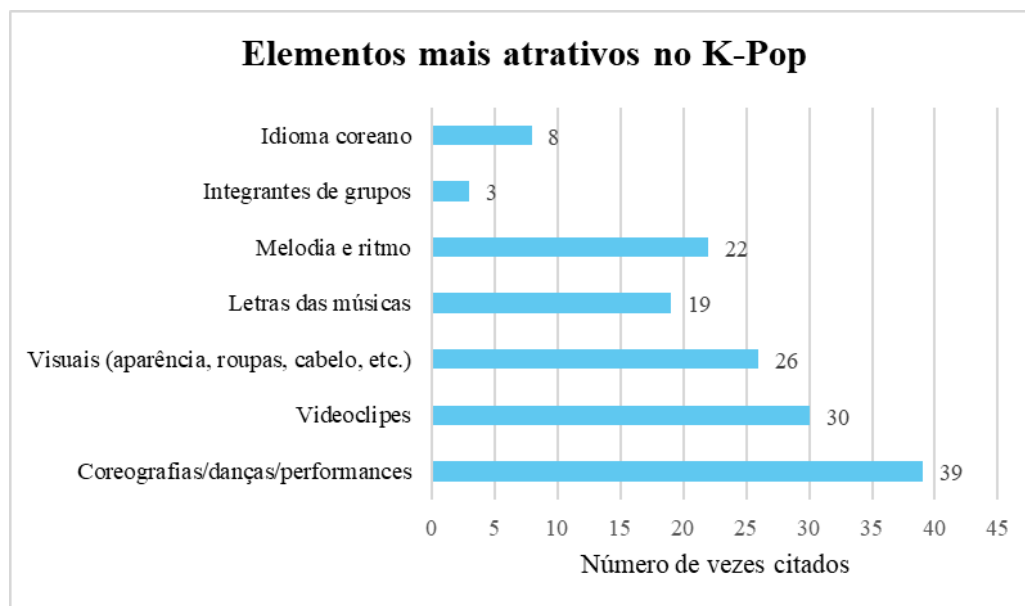
É importante ressaltar que muitos retratam que já tinham entrado em contato com o K-Pop pela explosão do hit Gangnam Style, do cantor PSY, em 2012, mas não tinham o conhecimento que era uma música sul coreana e decorrente de um gênero musical específico, o que levou a maioria a descobrir que o hit era K-Pop apenas muito tempo depois, quando tiveram o conhecimento do gênero musical por outros fatores e se aprofundaram no seu conhecimento e assim entenderam a origem da música.

Então, esse primeiro contato mesmo que eu soube o que era K-pop, na verdade eu posso até dizer que foi com o Psy em Gangnam Style lá em 2014, se eu não me engano, mas ainda não sabia o que era o K-pop de fato, né? Só foi um hit global e todo mundo sabia dessa música, né? (Jeno)

Eu tive, eu acho que o primeiro contato da maioria das pessoas foi com Gangnam Style, do Psy. Mas eu não sabia que aquilo era, de fato, K-pop, né. Sabia que a música era em coreano e tal. Mas eu não sabia que existia todo um gênero voltado pra isso, um gênero musical, né. (Mark)

Como se percebe pelas diversas manifestações dos nossos respondentes e entrevistados, o estilo chega até eles e elas pelas novas formas de mídia e difusão musical, em muitos casos ligado a vídeos, portanto, não foi a música sozinha, mas já articulada a imagens dos artistas em super produções de videoclipes, mostrando uma música altamente coreografada e criando um primeiro e positivo impacto que despertou o interesse em continuar escutando aquela música, em conhecer mais profundamente aqueles artistas e aquele estilo musical.

Na pergunta seguinte, foi questionado quais os elementos que compõem o K-Pop que mais atraem essas pessoas, e a resposta de mais destaque foi as coreografias, totalizando trinta e nove menções em ambos os formulários. Em segundo lugar aparecem os videoclipes, que somaram trinta menções nos dois questionários, e, por fim, o terceiro elemento mais mencionado foi os visuais, com vinte e seis menções na soma dos dois questionários.

Gráfico 3 - Elementos mais atrativos no K-Pop para os ouvintes.

Fonte: Enquete, 2025.

Nas entrevistas, a dança também foi o elemento mais mencionado como um grande atrativo, totalizando cinco menções entre as nove entrevistas. De acordo com o depoimento do entrevistado Jenó, o interesse nas coreografias surgiu por ser um elemento que diferencia o K-Pop dos demais gêneros musicais.

Cara, eu acho que, com certeza, a dança, para mim, é um todo um diferencial do K-pop em si, por causa que, além né, das apresentações, do vocal e tudo mais, eu acho que a dança é, para mim, um dos elementos principais do K-pop, e que diferencia bastante o K-pop do pop americano, entre outros gêneros de pop, e, com certeza, os visuais dos idols, dos membros dos grupos e tudo mais. (Jeno)

Já para o entrevistado Mark, as coreografias despertaram um interesse pessoal que influenciou o mesmo a começar a praticar a dança, o que demonstra uma incorporação do estilo que vai se desdobrando nas práticas socioespaciais dos sujeitos.

E aí, depois, quando eu fui amadurecendo, o que mais me atraía também foi começando a evoluir. Que eram as danças, né, que eram coreograficamente perfeitas. E isso também me deu vontade de dançar, me despertou isso. Que eu não sabia que eu gostava, né. Não tinha tanta liberdade pra fazer isso, e também não tinha muita referência. E aí, isso começou a me expandir um pouco, assim, no repertório cultural. (Mark)

O visual também foi mencionado algumas vezes pelos entrevistados como um diferencial. O entrevistado Mark, por exemplo, relatou como os visuais no K-Pop permitiram que ele visualizasse um padrão de masculinidade diferente do vivenciado no Ocidente, de maneira que os elementos diferenciais pudessem dar mais abertura para a constituição da sua identidade, diferenciando-se das formas hegemônicas de masculinidade praticadas localmente.

Olha, atualmente, eu não sinto mais tanta conexão com o K-pop, mas quando eu sentia bastante, o que realmente me atraiu foi que... além deles serem muito diferentes do padrão masculino que a gente tem aqui no Brasil e no ocidente, me fez mostrar outras formas de ser homem, por exemplo. Que isso era visto como uma coisa saudável e bonita lá, que é quando são mais afeminados, cabelo colorido, mais... Abertura pra personalidade, né. (Mark)

O entrevistado Jisung, cuja ocupação é marketing, gravação e captação de vídeo, expôs como o visual o atraiu justamente por ser uma pessoa com interesse a estes elementos, e destacou como a representação impecável dos videoclipes e dos *idols* lhe cativou, sendo algo inalcançável.

Ah, eu sou uma pessoa muito visual. Então pra mim o K-pop, o que mais me atrai é o visual, desde a estética do clipe até a estética de aparência dos idols, sabe? Eles terem essa estética intocável, eu acho que isso me atrai muito. Porque é uma coisa realmente dos deuses, assim, se você for parar pra olhar. Porque ninguém na vida parece igual a eles, tipo, nem na Coreia, sabe? (Jisung)

Através dessas respostas é possível analisar que, de maneira geral, os elementos mais atrativos do K-Pop são os que diferenciam o gênero musical sul coreano dos demais já conhecidos, o que leva a atração de novos ouvintes pela originalidade. Entre esses componentes que formam um inédito, sobressaem-se nos relatos as coreografias altamente elaboradas, os cabelos com as mais diversas cores e cortes, as roupas detalhadamente customizadas que deixam os integrantes dos grupos em harmonia, as maquiagens que quebram barreiras de gênero e, musicalmente, a junção de diversos ritmos musicais e videoclipes com produções exuberantes.

Após a realização dessa pergunta, nas entrevistas foram feitos dois questionamentos que não apareceram nos formulários das enquetes, sendo “Você acha que o K-pop influenciou a forma como você se vê ou que você se expressa?” e “Você acha que o K-pop influenciou a forma como as outras pessoas te veem?”. Em sua maioria, as respostas para ambas questões foram positivas. As respostas da primeira indagação abordaram assuntos muito interessantes sobre a visualização e expressão individual desses fãs de K-Pop.

Em um dos relatos, é possível ver como o K-Pop ajudou no fortalecimento da auto estima do entrevistado Jisung, que afirma que parou de se importar com a opinião dos outros sobre si através das mudanças visuais que começou a fazer baseadas no estilo musical, como colorir o cabelo e usar roupas diferentes do usual.

Mas, na minha adolescência, o K-pop teve uma influência muito grande em relação a eu não me importar com o que os outros iam pensar, basicamente. Tipo, eu via eles tendo cabelo colorido, eu pintava meu cabelo, toda semana eu tava com cabelo novo. Então, tipo assim, foi algo que me ajudou a eu me importar menos com a opinião das pessoas. Mesmo que não seja uma coisa que eu faça hoje em dia, que é mudar de aparência, mudar de coisa, fazer alguma coisa mais radical.

É uma coisa que me ajudou a ter isso como base, de não me importar com o que as pessoas pensam. Porque quando eu tinha cabelo roxo, quando eu tinha cabelo não sei o que, eu não tava nem aí, sabe? E hoje em dia, se

eu fizesse isso, eu não faço porque eu não quero mesmo, mas se eu fizesse, eu não ia me importar. E é sobre isso, com roupa, com tudo. Se eu saio com alguma calça diferente, eu não me importo. Então, acho que influenciou muito nessa questão pra mim, sabe? (Jisung)

Já o entrevistado Mark manifestou que o K-Pop o ajudou a não se rotular em algum estilo, o que permitiu que ele fosse mais livre e plural através do seu visual. Entretanto, também mencionou o lado negativo que parte da cultura sul-coreana teve sobre ele, em relação aos rígidos padrões estéticos que a Coreia do Sul possui, com o enaltecimento da magreza extrema e a normalização de cirurgias plásticas.

Nossa, que pergunta ótima! Então, quando eu comecei a gostar, eu tinha uns 17 anos, 16 pra 17. E aí, eu comecei a me ver de outra forma. Antes, eu tentava muito me encaixar em alguma coisa. E o K-pop, ele... como ele tem muitos subgêneros dentro do K-pop, né. E aí, quando você vai descobrindo eles, vai desbravando, você vai vendo como era plural, né. Todo o conceito que eles têm nunca era uma coisa só, muito assim... homogênea, né. (...) Quando eu comecei a acompanhar, comecei a mudar o meu gosto por roupas. Eu comecei a pensar em quais roupas eu ia comprar e eu ia me sentir bem. E também estiloso, né, de acordo com as minhas concepções de estilo. Eles foram evoluindo pra época. Mas tipo assim, eu acho que me influenciou muito a não caber numa caixinha, sabe. (...)

Então assim, eu comecei a me inspirar nas roupas que eles utilizavam. Nos cabelos também, nos cortes. Então eu fui mudando muito de quem eu era antes, sabe. Eu, pelo menos, comecei a me ver muito diferente. Com o tempo, começou a se tornar uma coisa um pouco perigosa. Por quê no K-pop, eles têm... No K-pop, não. Na Coreia do Sul, eles têm uma cultura muito forte com skincare e com magreza. Aí eu comecei a me cobrar muito pra ficar mais magro também. E pra pele sempre estar boa. E minha pele não é tão boa assim. Eu tive muito problema com acne, né. E óbvio que eles também têm, só que eles têm plástica. E eu não tenho! Então assim, o acesso aos procedimentos estéticos não é igual. E também lá é muito normalizado, né. Muito culturalmente aceito eles fazerem plásticas a rodo. Então isso me afetou um pouco. Mas a partir do momento que eu comecei a só gostar de K-pop, não ser uma obsessão, digamos assim, começou a ficar mais saudável. Eu continuei pegando as referências de moda que eles tinham. Mas a questão da aparência, do porte físico, essas coisas começaram a me afetar menos. Mas isso com o amadurecimento, né. Não foi do dia pra noite. (Mark)

Essa pressão estética também foi mencionada pela entrevistada Taeyeon, que destacou como essa imposição de beleza afetou sua concepção sobre magreza e uma beleza inalcançável, causando uma distorção de imagem própria que impactou seu cotidiano, segundo seu relato.

Por um lado, teve até o lado negativo, né, que eu acho que... Muito negativo, na verdade, que lá as meninas são extremamente magras e tem que estar perfeita o tempo todo. Isso me afeta bastante, tanto que isso me impede de consumir um pouco grupos femininos, porque acaba sendo um tipo de gatilho. E eu comecei a perceber que, às vezes, as pessoas eram muito magras e eu achava elas gordas. Porque eu tava acostumada a ver o pessoal muito magro lá. Eu comecei a ter essa distorção, assim, de realidade. E achar normal que o pessoal ficava o dia sem comer; e a gente ficava vendo essas coisas né, a dieta de fulano, dieta de ciclano. Eu comecei a achar muito normal. E, às vezes, eu vi uma pessoa completamente normal e eu achava que ela tava gorda. Eu, então, nem se fala. Então, isso foi um batido bem forte nesse sentido. (Taeyeon)

Portanto, o K-Pop, como qualquer estilo que se coloca como modelo de conduta, de visual, de gosto enfim, tem uma atuação tanto positiva quanto negativa em seus consumidores, e é de suma importância destacar os lados negativos deste gênero sobre as pessoas, pois ao ultrapassar os limites, essa influência pode ser extremamente prejudicial a aquele que está sendo afetado. Entretanto, através das análises das respostas dos formulários

e das entrevistas, é possível afirmar que as influências positivas se sobressaem sobre as negativas, que foram raramente mencionadas em relação às demais influências boas.

Para a pergunta “Você acha que o K-pop influenciou a forma como as outras pessoas te veem?” Muitos alegaram terem a imagem atrelada ao K-Pop pelas pessoas de seus ciclos sociais, assim como receberam suporte da família, como é o caso do entrevistado Jisung, que retrata que a família procura sempre saber sobre o seu interesse musical e tenta participar das atividades voltadas ao K-Pop sempre que possível, como forma de fortalecer os laços.

Desde que eu comecei a gostar de K-Pop, meus pais são pessoas que me apoiam muito. Minha família inteira, basicamente. Porque, como sou o filho único, tem todo aquele negócio, né? Então, minha família sempre tentou entender o máximo das coisas que eu gosto. Então, meus pais sempre fizeram questão de me levar pra eventos de K-Pop. Sempre tiveram essa vontade de me apoiar. Tanto quando eu morava em Curitiba, eles me levavam pra evento, mesmo eles não fazendo a mínima ideia de onde era, sobre o que era. Mas eles perguntavam, faziam questão. Eles me mostravam quando viam alguma coisa de K-Pop. Hoje em dia ainda, minha tia me envia coisa de Dorama, de K-Pop. Falando “Ah, parece com você”. Então, é super, sabe? E além de ir pra show, eles sempre me apoiaram pra show de K-Pop. Sempre tudo, assim. Meus pais sempre me apoiaram bastante com isso. E até quando eu era pequeno, eu lembro que eles faziam eu cantar música de K-Pop no karaokê de casa. E quando eu comecei a pintar meu cabelo, eles sabiam que era por influência de K-Pop. Eles falavam. Então, sim, influenciou bastante como a minha família, principalmente, minha família me via. (Jisung)

O entrevistado Mark destaca que, além do apoio da família, o K-Pop moldou seu convívio social. Durante seus anos escolares, sua imagem foi frequentemente associada ao estilo musical, o que o levou a experienciar tanto o preconceito, quanto a expansão de novas amizades, pois o K-Pop facilitou seu contato com novos indivíduos que compartilhavam do mesmo interesse.

Isso é muito interessante também. Então, a minha família sempre foi muito tranquila em relação ao K-pop. Quando a gente pega pra ver outras famílias, né, que julgam muito e tal. Mesma coisa com o anime, né. As pessoas sempre acham estranho tudo que vem do oriente, digamos assim. Então a minha família, tipo assim, sempre aceitou muito bem. A minha mãe gostava de ouvir comigo também. Mas quanto ao meio social, por exemplo, quando eu comecei a gostar, eu meio que virei o “menino do K-pop” na minha sala, no terceiro ano do ensino médio. Porque, tipo, ninguém consumia, ninguém gostava. E aí essa era a referência que eles tinham de mim, sabe? Menino do K-pop. E assim, é lógico que muitas pessoas tinham preconceito também, né. Nunca era uma coisa muito fácil. Mas geralmente a parte dos que gostam... Na verdade, vamos reformular isso. Isso me permitiu fazer muitas amizades também. Porque é um nicho, né, é uma comunidade. Então quando você sabe que a pessoa gosta, você sempre tem um assunto com ela. Seja de qualquer grupo que seja. (...) Mas isso me permitiu conhecer outras pessoas, fazer amizade com gente de fora, com gente de longe daqui. Mas também tem a parte do preconceito, sim. Por exemplo, eu tinha amigos que falavam “Ah, esse povo do K-pop é tudo estranho”, ah “gente que gosta de K-pop é esquisita”. Sabe, se baseando num estereótipo e tal. Mas no geral, minha experiência foi bem ok, foi bem legal, sim. Foi muito interessante. E que nem eu falei, me trouxe mais amizades do que problemas. Então pra mim isso foi uma coisa boa. E sim, algumas pessoas mandavam pra mim, tipo assim, algum vídeo de algum idol do nada e “Ah, eu me lembrei de você!” (Mark)

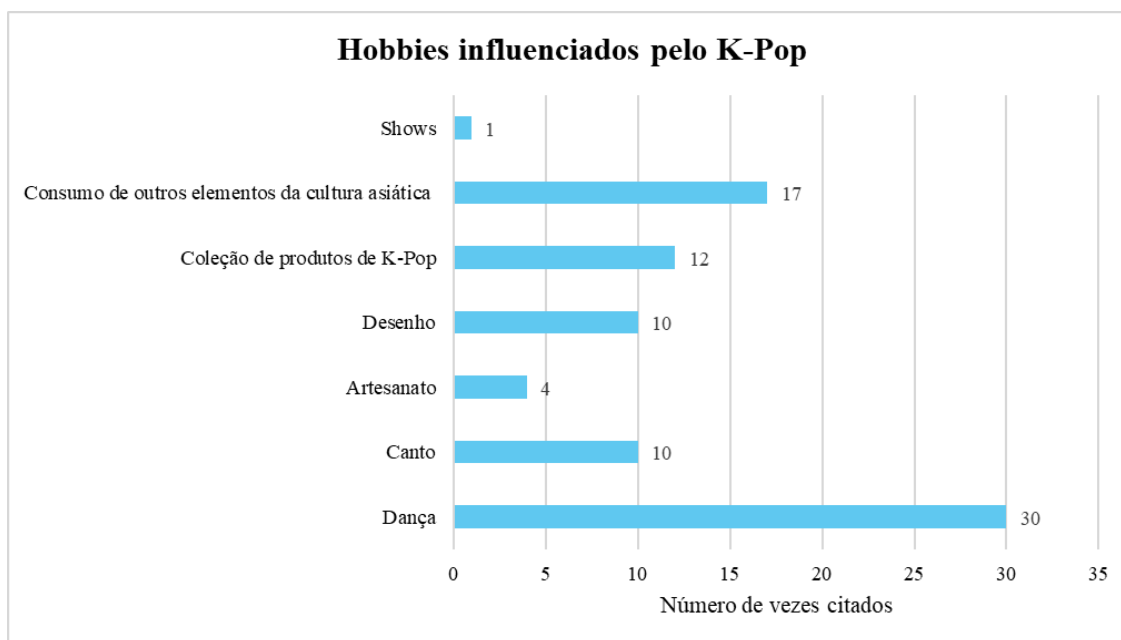
É possível afirmar, com base nos relatos, que o K-Pop pode ser uma forma de construir relações sociais, visto que ele conecta facilmente seus ouvintes através dos interesses em comum, assim como pode ser um meio de fortalecer conexões já existentes, pela motivação de realizar atividades voltadas ao estilo musical de maneira coletiva, como a participação em

eventos. Portanto, o K-Pop se torna um fenômeno que estimula a sociabilidade entre indivíduos que estão dentro e fora da comunidade, perto ou longe.

A pergunta seguinte foi direcionada aos hobbies das pessoas e buscou compreender se, na visão delas, o K-Pop tem alguma influência sobre eles. No primeiro formulário, em que as respostas se deram de forma discursiva, dezesseis das trinta respostas relataram que o K-Pop influenciou o hobby de dançar, em que essas pessoas ou começaram a dançar devido ao gênero musical, ou intensificaram a prática pelo mesmo. Em soma com as respostas do segundo formulário, a dança se tornou o hobby mais influenciado pelo K-Pop, mencionado trinta vezes.

O segundo hobby influenciado pelo K-Pop que se destaca por mais menções é o consumo de outros elementos da cultura asiática, como novelas sul coreanas e animes, citado dezessete vezes. Em terceiro lugar, destaca-se a coleção de produtos relacionados a K-Pop, mencionado doze vezes.

Gráfico 4 - Hobbies influenciados pelo K-Pop.



Fonte: Enquete, 2025.

Nas entrevistas, a dança se destaca como um hobby realizado tanto por diversão, individualmente ou entre amigos, como de maneira mais profissional, em grupos *covers*, com apresentações em eventos, como observado nos trabalhos de campo.

Acho que ele agregou, porque eu já gostava de dançar, de fazer coisas do tipo. Fingir que eu sei cantar, mas acho que a dança foi uma das principais partes que influenciou muito mais. De tipo, eu ir atrás das

coreografias, dançar com os meus amigos. Eu acho que a dança foi uma influência muito grande do K-pop. (Hendery)

Outro hobbie que se destacou foi o de colecionar álbuns de grupos de K-Pop, que novamente se demonstra como um elemento original, já que, diferente dos CDs comuns, os álbuns de K-Pop contém álbum de fotos com fotografias do grupo e cada um de seus integrantes, CDs customizados com as mais diversas artes relacionadas ao tema do álbum, e *photocards* exclusivos adquiridos de maneira aleatória, despertando a vontade de comprar cada vez mais álbuns para aumentar as chances de conseguir o *photocard* de membros favoritos do ouvinte.

Devido ao interesse e a disputa por *photocards* específicos, cria-se também a compra e venda desses itens dentro da própria comunidade, onde são criados grupos de venda e troca, em aplicativos de conversa ou redes sociais, de pessoas que buscam adquirir novos *photocards* de seus membros favoritos ou completar coleções inteiras. Alguns dos entrevistados eram colecionadores, e relataram sobre suas experiências.

Eu sempre gostei muito de colecionar coisas aleatórias. Tipo, eu sempre gostei muito de DVD. Eu gosto muito de filme também, né? Então, eu sempre colecionei filmes. Um artista específico que eu gosto, eu tenho todos os filmes daquele artista. Eu sempre tive esse lado. E aí, não tem tanta opção, assim, parece, né? Pra colecionar. Ou você coleciona bonequinho, e é aquilo lá. Ou alguma coisa mais assim. E aí, tem essa parte dos álbuns de K-Pop, que também é um outro universo. Eu tava acostumada a comprar um CDzinho de acrílico. E acabou quando eu descobri que um álbum de K-Pop custava 300 reais. Eu achei um absurdo. Falei, como assim? Um CD? Aí quando você vê o CD, você entende porque é 300 reais. É toda uma experiência por trás de um álbum, não é só aquilo. E photocard, com certeza, já gastei milhares de reais com isso. Hoje em dia eu não coleciono mais, porque realmente começou a ficar inviável na questão de taxa e tudo mais. Antigamente eu pagava... a primeira vez que eu comprei, eu comprei os quatro álbuns do Wings, do BTS, eu paguei R\$300. Hoje em dia, R\$300 é um álbum e olhe lá... Cada um. Muito caro. Hoje em dia tá muito difícil. Mas é... Eu gostava muito disso, tipo, colecionar lightstick, colecionar DVD, Seasons Greetings, Summer Packages, tudo quanto essas coisas. Eu adorava, eu achava incrível. E eu acho ainda, na verdade. É que, infelizmente, não tem condições. Mas eu acho super legal isso de você... É aquilo. Exatamente isso. Não é só o produto. É aquela experiência. Você gosta dos artistas. Tem toda uma história ali. (Taeyeon)

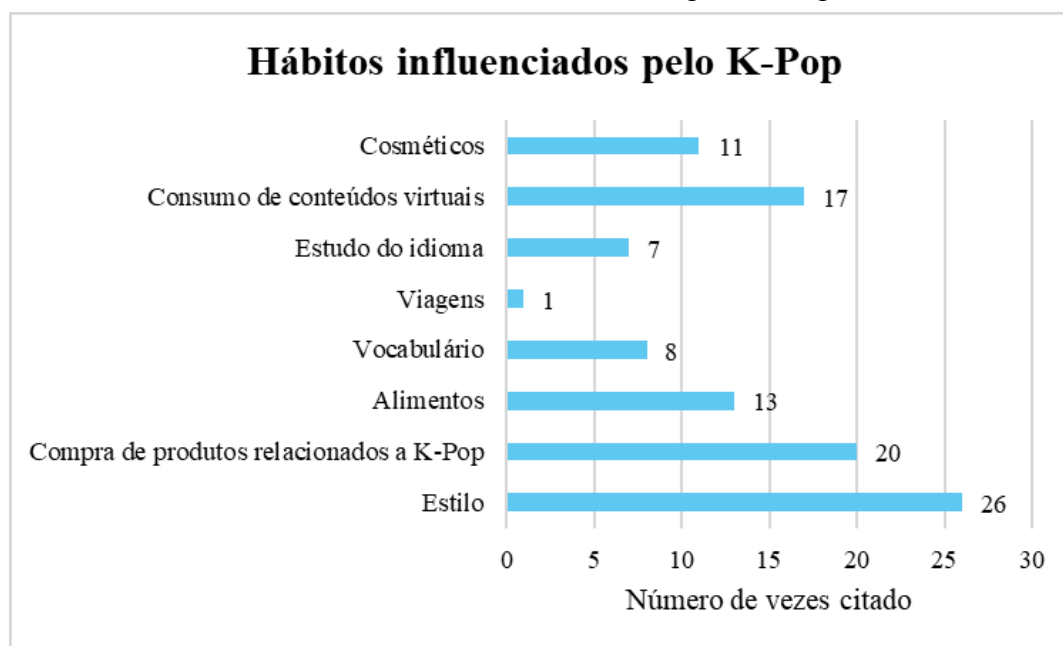
Eu era collector, né? Eu fui collector, tipo, por um ano e pouco. Eu era realmente viciado. Eu tinha uma coleção da Liz, do Ive, gigantesca. Eu ainda tenho muito photocard, mas eu mandei alguns embora porque tava virando um consumismo absurdo. Sendo bem honesto. Mas me influenciou muito. Eu fui muito collector durante muito tempo. E eu sempre gostei disso de merchandise, sabe? De K-Pop. Acho que é uma das coisas também que me atraem muito no K-Pop. Que é o merchandise, o jeito que eles... Isso que eles têm com os fãs. Então, sim, eu fui collector por muito tempo. Ah, e dança. Eu sempre gostei de dança. Só que não foi uma coisa que eu fazia profissionalmente. Tipo, ir no estúdio, dançar. Mas eu sempre gostava de aprender as coreografias em casa, sabe? (Jisung)

Entretanto, esses produtos, como álbuns, *lightsticks* e *photocards*, não são comercializados no Brasil, havendo a necessidade de importá-los da Coreia do Sul. Essa importação e a adição de taxas pelo governo faz com que o preço dos mesmos cresça muito, limitando a compra desses produtos oficiais a consumidores com melhores condições financeiras, resultando em uma certa desigualdade dentro da comunidade. Esses custos

elevados são relatados nos trechos anteriores, de ambos os entrevistados, em que a entrevistada Taeyeon afirma que parou sua coleção pelo aumento dos valores e inviabilidade de continuar realizando as compras, e o entrevistado Jisung parou pelo aumento do seu consumismo.

A próxima pergunta se destinou aos hábitos dessas pessoas e a possível influência do K-Pop sobre eles. O hábito mais mencionado nas respostas foi o estilo, englobando roupas e cabelos, que é influenciado por artistas do estilo musical, citado treze vezes no primeiro formulário e treze no segundo, totalizando vinte e seis menções. O segundo hábito mais influenciado pelo K-Pop é a compra de produtos relacionados ao gênero, como álbuns, *photocards*, *lightsticks* e *merchs* oficiais, mencionado vinte vezes em ambos. Em terceiro lugar, o hábito mais citado foi o consumo de conteúdos virtuais, de maneira geral na internet, como vídeos, músicas, novelas coreanas, e até mesmo a construção de um algoritmo voltado ao K-Pop, citado dezessete vezes.

Gráfico 5 - Hábitos influenciados pelo K-Pop.



Fonte: Enquete, 2025.

Nas entrevistas, ao perguntar se o K-Pop influencia os hábitos dos entrevistados, todas as respostas foram positivas, com a menção de diversos exemplos, como a mudança do vocabulário, alimentação, consumo de novelas e programas de variedade sul coreanos, uso de redes sociais e criação de novos perfis, compra de produtos, realização de exercícios físicos, estudo do idioma, planejamento de viagens para ir em shows, e mudanças do senso de humor.

O entrevistado Mark, que se referiu anteriormente a rigidez do padrão de beleza sul coreano, citou novamente como essa ideia o fez começar a frequentar a academia, e adquirir hábitos saudáveis, como a dança, pois, por mais que o padrão de beleza seja prejudicial, o mesmo fazia acompanhamento psicológico, e conseguiu transformar essa pressão imposta em algo saudável. Além disso, citou a criação de um perfil na rede social X (anteriormente denominado *Twitter*) por conta do K-Pop, o que levou ao aumento do seu período de tempo online.

Em questão de outros hábitos, por exemplo, eu lembro de ter voltado à academia. E foi bom, porque mesmo com aquela cobrança de emagrecer e tal, não se tornou uma coisa muito problemática. Até porque eu fazia acompanhamento terapêutico, né? Então assim, psicológico. Então não foi uma coisa prejudicial pra mim. Em algum momento, essa cobrança sumiu da minha cabeça. Não sei quando foi. Mas sumiu. E aí eu, enfim, comecei os hábitos mais saudáveis também, em relação à dança. Porque também é um hábito muito saudável você se expressar com o corpo. Deixa eu pensar. Outros hábitos... Você tinha falado, por exemplo, da parte virtual, né? Não necessariamente o K-pop influenciou nisso. Mas por conta do K-pop, eu fiz a minha conta no Twitter. E aí, eu meio que me tornei, sem querer, uma pessoa cronicamente online. Então... Foi por conta do K-pop. Mas não necessariamente foi a cultura coreana que me influenciou nisso. Foi mais a cultura brasileira de consumir conteúdo de K-pop, né? Aí trouxe essa bagagem também. E aí, até hoje, o Twitter é um vício. (Mark)

Já o entrevistado Jisung menciona como o K-pop o levou a aprender o idioma Inglês, pois começou a consumir o estilo musical em uma época em que a tradução direta do coreano para o português era muito difícil, visto que o gênero ainda era pouco conhecido no país. Além disso, também declarou ter aumentado seu tempo online por causa do consumo do K-Pop.

Olha, no meu caso, o que mais me influenciou foi o vocabulário. Porque eu acho que se não fosse... Claro, também tive muito vício em jogos virtuais que eram em inglês. Mas pelo K-Pop também eu tive que aprender inglês na marra. Porque a gente é de uma época do K-Pop que não tinha tudo traduzido na nossa mãozinha. As coisas eram tudo em inglês. Então, assim, uma coisa que me ajudou muito foi isso do meu vocabulário. Porque eu tive que aprender inglês forçadamente para conseguir entender as coisas que estavam ali no K-Pop, que estavam ali na tradução, para criar, querendo ou não, essa conexão com os idols que eu gostava, com os grupos que eu gostava.

E... Consumo de conteúdos virtuais... Eu acho também, porque eu era muito viciado... Eu sou ainda muito viciado em tudo que envolva K-Pop. Em TikTok, em Instagram, em Twitter... Twitter! Twitter! Meu consumo... Meu consumo não, é... Meu consumo de conteúdo virtual no Twitter era absurdo. Meu tempo de tela no celular era bizarro. Tipo, a gente tweetava cada respiro que a gente dava. E cada, tipo, respiro que o idol dava, sabe? Então, tipo assim... Realmente, foram esses dois tópicos que mais me influenciaram. (Jisung)

Diretamente relacionado aos hábitos, especialmente o estilo, a próxima pergunta presente nas entrevistas foi se o entrevistado já teria reproduzido algum penteado, maquiagem ou visual inspirado em *idols* de K-Pop. Novamente, a maioria das respostas foram positivas, afirmando a influência de artistas em diversos campos, como referência para montar visuais para utilização no cotidiano ou apresentações de *covers*, recriação de

fotografias produzidas por idols e até a compra de produtos utilizados pelos artistas, como fone de ouvido.

Porque como eu danço, aí, tipo, a gente vai ter uma apresentação de tal música, né. Então a gente acaba tendo uma inspiração aí dos looks, das vestimentas dos idols, né. Pra ficar meio que próximo aí, como se, tipo, é um cover, né, de um grupo. A gente tenta se aproximar, mais ou menos, do estilo. Não necessariamente a roupa é igual, mas o estilo em si, né, do clipe. A gente acaba reproduzindo, sim, a vestimenta e a maquiagem. (Yuta)

Acho que reproduzir não, mas eu já, um tempinho atrás, que a Jennie, né, que posso dizer que é uma das idols mais conhecidas de K-pop, às vezes tudo que ela compra, esgota demais, então, eu até tentei comprar aquele fone da Beats, que tem um peregrino com uns lacinhos, só que não consegui, mas acho que de visual, de maquiagem, acho que não cheguei a reproduzir, não, mas produtos, com certeza, eu tenho vontade de comprar. (Jeno)

O entrevistado Mark relata ter começado a utilizar maquiagem após seu contato com o K-Pop, pois o estilo musical o ajudou a extrapolar as normas heteronormativas ocidentais e o permitiu explorar demais elementos visuais.

Em relação à maquiagem também, eu comecei a me maquiar justamente por conta do K-pop. Porque nunca era nada do que você espera de maquiagem masculina, né? É bem diferente do que a gente conhece aqui no ocidente como maquiagem masculina. Que é só pra tapar uns poros, dar talvez uma sombreada no rosto, coisas assim. Mas eu tentava aprender delineado, por exemplo. Talvez brincar com sombras, e essas coisas no geral. (Mark)

É visível a influência direta que o K-Pop exerce sobre seus consumidores, desde os elementos mais sutis, até o descobrimento de novos hábitos antes possivelmente considerados tabus. Essa influência se externaliza nos corpos desses ouvintes e, em conjunto com suas características individuais, se consolidam como elementos que passam a distinguir essas pessoas como uma comunidade de fãs. Essa comunidade então passa a se destacar pelas mais variadas roupas, cabelos coloridos, maquiagens, entre outros e, mesmo que os nossos interlocutores não estejam face a face com seus pares no compartilhamento estilo, são identificados e se identificam como parte de um amplo coletivo, ainda que sem presença física no espaço público local.

Para entender mais sobre a importância desse sentimento de pertencer a uma comunidade para os fãs, a pergunta seguinte foi “Você, como fã de K-pop, sente que pertence a um grupo, uma comunidade, que você pode ter uma certa liberdade de ser você mesmo?”. Os relatos destacaram especialmente as experiências positivas do convívio coletivo, da apreciação em conjunto das músicas e das danças, e da ajuda mútua entre os fãs. Para o entrevistado Hendery, a experiência coletiva deixou memórias que perduram até hoje, de momentos em que a comunidade se reuniu e trocou experiências.

Com certeza! Acho que a experiência coletiva do K-pop é muito mais legal do que a individual. Quando você ouve músicas ou vai na casa de alguém pra ouvir música e todo mundo dançar. Já teve uma época que a gente já se reuniu pra ouvir random play dance de K-pop em casa de pessoas que a gente nem conhecia, a gente já foi

pra fazer isso. E foi muito divertido. As pessoas têm essa ligação e acabam conversando, trocando experiências. (Hendery)

Para o entrevistado Jisung, a comunidade se tornou um espaço seguro, pois, ao reunir pessoas com interesses em comum, se tornou um espaço em que ele pode se expressar livremente, sem se sentir julgado pelos demais, sendo sua válvula de escape.

Total. Total, 100%. E eu fui ter noção disso no show, quando eu fui no show do Ive. Porque, gente, parece que você tá mais do que nunca dentro de uma bolha. Tipo assim, é surreal. Todo mundo ali gosta do que você gosta. Todo mundo ali... Parece que você tá, tipo, num safe space, sabe? Tipo assim, é muito um lugar seguro, assim. E eu sinto muito que essa comunidade é super fiel, super, sabe? Tudo bem, né? Tem gente escrota em todo canto, isso é fato. Mas assim, é um lugar que você pode se sentir seguro mesmo, com si mesmo e com o seu gosto. Você não tem que ter vergonha. Porque muitas vezes aqui a gente tem vergonha de se expressar tanto assim, sabe? Ainda mais por a gente ser de uma cidade tão pequena. (...) Então tipo, quando eu fui ter essa noção de que era realmente algo que eu era pertencente, eu fiquei muito feliz. Porque meio que funcionou como uma válvula de escape. É um lugar, assim, que eu podia ir. (Jisung)

Já para o entrevistado Mark, a comunidade do K-Pop se tornou um espaço seguro para expressar tanto os seus interesses, como sua sexualidade. Por ser uma comunidade com muitas pessoas LGBTQIAPN+, o senso de pertencimento e acolhimento dentro da comunidade foi ainda maior, permitindo conexões duradouras com outros membros.

Então, eu sinto que sim. Eu sinto que sempre foi um espaço que eu fui muito bem-vindo, sabe? Só por eu ser quem eu era, e gostar das coisas que eu gostava. E pelas amizades que eu fiz também, isso é muito interessante. Porque você acaba não só ficando num ambiente virtual, né? Mas quando você vai pra shows, por exemplo, e aí você sempre faz amigos. Você sempre mantém contato com esses amigos, sempre conversam. Então, eu sempre me senti muito bem-vindo. E também, por ser uma bolha muito LGBT, né? Tem casos de pessoas héteros, sim. Mas no caso masculino, tem muito menos. É sempre muito mais LGBT. E mulher hétero tem bastante, né? Mas tem também a boa parte LGBT. Então meio que acoplava as duas coisas, sabe? Tanto a comunidade K-pop como a LGBT, meio que os interesses eram parecidos. Então você sempre era parte de algo. E isso também foi uma coisa que eu senti quando eu tava no grupo de dança. Você pertencer a algo te traz um sentimento muito gostoso, sabe? (Mark)

Para a entrevistada Taeyeon, a comunidade se dá como um refúgio da vida cotidiana e afirma também se sentir livre de julgamentos em espaços em que a comunidade se encontra presente, como em shows. Também destaca o lado positivo de se identificar com os outros ouvintes e poder compartilhar experiências semelhantes, algo que não seria viável com indivíduos fora da comunidade pela estranheza que causaria.

Com certeza. Principalmente quando a gente vai em show. Você vai também, você sabe como que é. Que é uma experiência completamente fora do normal. Até porque... Parece que você sai do mundinho "estou tentando me encaixar na vida real", e você vai pro mundinho de "tá, aqui eu sei que ninguém vai me julgar", sabe? Você não precisa se segurar ali, de você falar; [mano, eu vi aquele negócio, eu achei muito legal, mano, deu vontade de chorar. Porque se você fala isso pra uma pessoa que não gosta, eles acham que é bobeira, né? Passar horas e horas ouvindo música, vendo clipe, vendo vídeos deles fazendo bobeira, que não tem nexos nenhum. Você não tem como se sentar com uma pessoa que não entende desse mundo. (...) Você sai e vê em show, tipo, vai tocar tal música, vai tocar não sei o quê, vai ter show, vamos se unir todo mundo pra comprar ingresso. E aí, quando minha mãe via eu doida, de ansiedade, porque eu ia comprar um ingresso, ela não entendia nada. Ela falava "Você não vai comprar um ingresso, tipo, cinema?". E eu "Não, meu Deus, não!". E todo mundo nervoso. É muito legal, porque até as partes tecnicamente ruins, que seria de ansiedade, você tá ali e amparado com outras pessoas, né? E se você precisar de ajuda, eles vão ajudar. Também tem isso. A gente sabe que o pessoal dá os seus pulos aí se você precisar, porque a gente tá tudo no mesmo barco, né? (Taeyeon)

Por fim, a última pergunta deste primeiro segmento foi “Você já foi julgado por ser fã de K-pop?” e as respostas em sua maioria foram afirmativas, com relatos de algumas situações que essas pessoas vivenciaram ao longo das suas jornadas como fãs de K-Pop. Os entrevistados Ningning, Mark e Jisung relatam que presenciaram, desde o momento em que passaram a expressar nos seus corpos a adesão ao estilo K-Pop, até os dias de hoje, olhares de julgamento e situações desconfortáveis com pessoas que não têm conhecimento sobre o gênero musical e demonstram estranheza ao descobrirem que estas pessoas são fãs.

Já, ainda mais no começo. Eu acho que hoje em dia tá um pouco melhor. É mais abrangente, muito mais gente gosta, é mais popular, mas no início que ninguém conhecia nada, nossa, era bullying e é isso, acabou, tipo, você gostar de uma coisa diferente, todo mundo achava super estranho. (Ningning)

Muitas vezes. Muitas vezes. Quando você, por exemplo, em relação... Quando você vai num date, por exemplo. E aí, a pessoa descobre que você gosta de K-pop. É sempre meio que um choque, assim. Sabe? A pessoa fica meio... “Ah, sério?” Não sempre, né? Mas algumas pessoas. Aconteceu isso. É... E por alguns amigos também que têm gostos mais... Não queria falar a palavra básico, né? Mas eu acho que é o que se encaixa. Gostos mais heteronormativos. Ou do que se espera de um homem gay, né? Que é gostar de diva pop, e da Luisa Sonza. Então, tipo assim... Não que eu não gostasse, né? Eu ainda gosto muito de diva pop. Mas a parte de K-pop também era muito importante pra mim. E às vezes eu era tachado como um amigo esquisito. Ou os meus amigos também eram uns esquisitos, sabe? É sempre... “Ah, aquele povo lá que você anda” Sabe? É porque o K-pop, eu acho que ele ajuda muito você a se descobrir como pessoa. E na moda também, né? Porque a moda é uma expressão de quem você é. Então, geralmente, a pessoa descobre o K-pop, ela acaba mudando completamente. Você muda o jeito que você corta seu cabelo, ou que você trata ele, você vai pintar também. Coisa assim. As roupas que você compra, a forma como eles se vestem é muito performática, né? E aí, você acaba pegando isso também. E o K-pop, eu acho que ele... Não diria que eles roubam um pouco de subculturas. Mas como a música, ela é várias subculturas juntas, né? Eu acho que quando eles vão, por exemplo, pra um conceito mais rock, eles acabam pegando dessas influências também do punk. Ou quando eles vão pra uma coisa mais fofo, assim, eles pegam influências da cultura japonesa, também da cultura europeia, por exemplo. Alguns grupos que fazem coisas mais coquette, digamos assim, que aí é uma coisa mais rococó e tal. Então, abrange muita coisa. E você acaba se aventurando nisso, né? (Mark)

Mil por cento, cem por cento. Sempre, gente. Até hoje. E olha que o K-pop hoje em dia já deixou de ser tabu. Tipo, claro, ainda é. Mas antigamente era muito mais. Mas hoje em dia eu ainda sinto isso de as pessoas olharem meio torto. Tipo assim, K-pop, sabe? Independente, igual teve agora o K-pop Demon Hunters³, que foi um super hit, super tudo. Mas mesmo assim, as pessoas ainda têm esse pé atrás, sabe? Tipo, zoa quem gosta. Cem por cento, acho que isso é uma coisa que nunca vai passar muito. (Jisung)

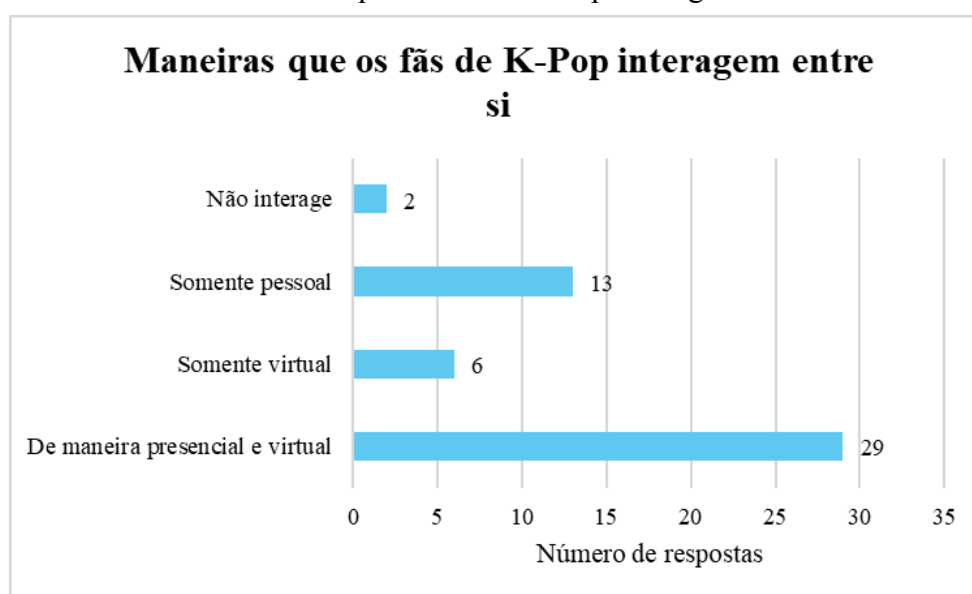
Portanto, ao finalizar as questões do primeiro segmento que procura entender às influências diretas do K-Pop nas vivências dos fãs, os relatos anteriores demonstram tamanha participação ativa do gênero musical e da sua comunidade na vida de seus participantes. Destaca-se a valorização da vivência coletiva entre os ouvintes, pelo reconhecimento e compartilhamento de interesses em comum, o que leva à criação e fortalecimento de relações sociais. Ademais, se evidencia a solidariedade presente entre os membros da comunidade, se tornando uma rede de apoio aos membros admiradores do K-Pop. Entretanto, ainda que a cultura do K-Pop tenha se expandido globalmente nos últimos anos, ainda é um estilo

³ Filme de animação americano lançado em 2025, em português seu título é “Caçadoras de Demônios do K-Pop”.

musical completamente novo, sendo muito estereotipado pelas pessoas que o desconhecem, gerando um incômodo aos fãs com falas e comportamentos inadequados.

Inicia-se portanto o segundo segmento para o conhecimento das interações sociais entre os fãs de K-Pop e como elas se consolidam em Presidente Prudente. A primeira pergunta procura entender como os fãs de K-Pop que vivem em Presidente Prudente interagem entre si ou com demais fãs de outras regiões. Na soma das respostas de ambos os formulários, define-se que a maioria interage com outros fãs em ambas as maneiras: presencial e virtual, com vinte e nove respostas. Em segundo lugar, aparecem as interações de maneira presencial.

Gráfico 6 - Maneiras que os fãs de K-Pop interagem entre si.



Fonte: Enquete, 2025.

Na entrevista realizada com a entrevistada Taeyeon, a mesma expôs como passou o hábito de consumir K-Pop para os seus amigos de infância, assim como desenvolveu novas amizades por causa do gênero. Ela destaca o momento em que um documentário de um artista de K-Pop foi transmitido em um dos cinemas da cidade, e permitiu o encontro de fãs e levou os mesmos a criarem um grupo em um aplicativo de conversa, para manter o contato entre si. Esse grupo realiza encontros periódicos na cidade de Presidente Prudente, organizado pelos próprios membros, para que esses fãs possam se encontrar mais vezes e prestigiarem o K-Pop em conjunto, construindo e fortalecendo novas amizades.

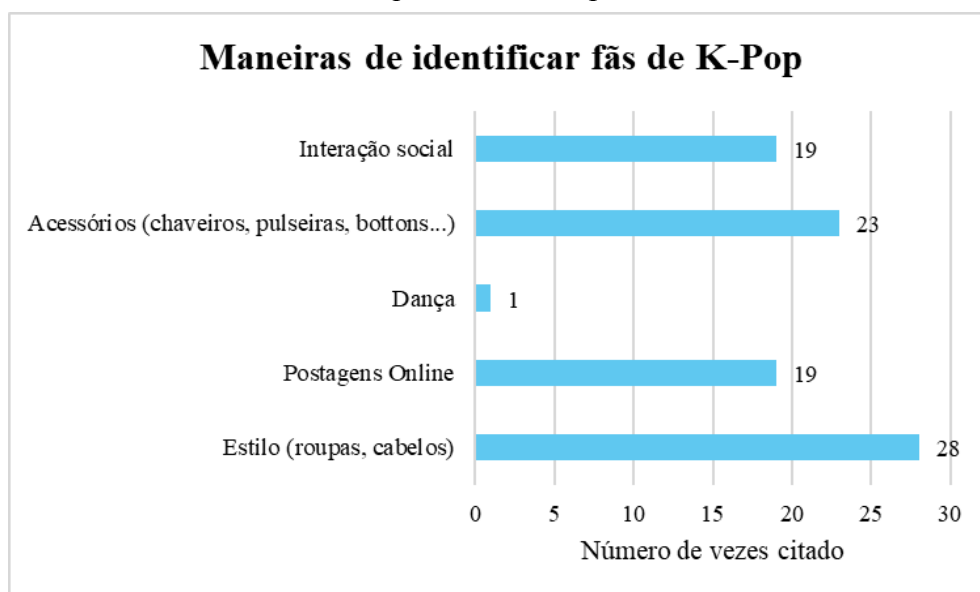
Sim. Eu tenho um grupo muito amplo de amigos, no sentido de gosto musical ou de qualquer outra coisa. E aí tenho meus amigos de infância, que ainda são meus amigos, mas eles escutam um ou outro K-pop, por minha causa, porque eu apresentei. Aí, às vezes, a pessoa gosta de uma música ou outra e consome aquilo lá. Mas nada tão fora aí do padrão. Aí tem os meus amigos que eu conheci por causa do K-pop. Que aí, sim, é consumo

o tempo todo, por exemplo, a Beatriz, a Bárbara, a gente se unia e ficava cantando K-pop e ouvindo K-pop. E era só isso. O dia inteiro.

E aí teve o filme, o documentário do Jungkook⁴ que vem pra cá, para a Moviecom, e aí eu fui. E as meninas ficaram, tipo, super felizes, porque tinha um monte de gente que gostava. E aí começaram a chamar pra fazer grupo e tudo mais. E a gente tem um grupo agora no WhatsApp, e elas fazem encontro. Hoje em dia, não sou eu mais que organizo nada, porque eu já tô cansada. Mas a gente chegou a organizar encontro, né? Porque eu tinha loja e tudo mais. Então foi muito... Eu conheci muita gente por causa de K-pop, né? Então até hoje, se você ver meus contatos, é tudo assim, o nome da pessoa, aí entre parênteses tá assim, “K-pop”. Pra eu saber da onde que eu conheço aquela pessoa. Um monte de gente que era cliente virou meu amigo também. Fiz amizade pra caramba. E assim, mudou completamente minha vida, K-pop, com certeza. Gente de outra cidade, outros estados, quando tem show a gente se reúne. Quando eu fui no show do BTS tinha umas meninas no albergue que elas eram do Norte. Até hoje eu tenho contato com elas. Jamais que eu ia conhecer elas em outra ocasião, né? Então eu acho... Mudou muito, é bastante. (Taeyeon)

A pergunta seguinte procurou saber como esses fãs de K-Pop costumam identificar outros consumidores do estilo musical, e a maneira mais citada foi através do estilo, pelo uso de roupas e cabelos que remetem a características presentes no K-Pop, através da referência a artistas, ou até mesmo camisetas dos próprios grupos sul coreanos. A segunda maneira mais mencionada é através de acessórios, como chaveiros e *photocards* pendurados em bolsas, chaves, ou até nas capinhas de celular, o uso de pulseiras, *bottons* em roupas e bolsas, entre outros.

Gráfico 7 - Maneiras que fãs de K-Pop identificam outros fãs.



Fonte: Enquete, 2025.

Nas entrevistas, a resposta mais comum foi a identificação através de acessórios. A entrevistada Taeyeon afirma que o uso desses adereços muitas vezes é justamente com a finalidade de ser identificado por demais fãs e gerar uma conversa, pois esses acessórios são uma maneira sutil de se identificar como fã, especialmente por aqueles que precisam se

⁴ Integrante do *boygroup* BTS

camuflar no meio de uma sociedade adulta e padronizada. Interessante notar que pelas postagens nas redes sociais, por aquilo que as pessoas seguem, curtem e compartilham, os respondentes das enquetes também podem identificar quem é adepto ou pelo menos simpático ao estilo.

Bom... Eu tava falando isso com as meninas, que uma delas trabalha numa gráfica, se eu não me engano, e ela falou assim “ah, veio uma menina aqui com um... E ela tinha um photocard do Jungkook pendurado, só que eu fiquei com vergonha de conversar com ela”. Falei gente, não tenha vergonha, com certeza ela tá usando aquilo porque ela quer que alguém veja e que alguém interaja com ela, né? Porque a gente acaba... Ainda mais quando você é... Quando a menina é muito novinha, menina, a gente vê esse padrão mais, assim, pessoal que gosta mais de anime, geralmente escuta K-pop, tem esse padrão assim. Mas quando a gente vira adulto, a gente tem se camuflado no meio da sociedade, né? Aí sempre tem um detalhezinho. Um chaveiro, um colar, um photocard pendurado na bolsa, um bottom. Sempre tem alguma coisa que a gente identifica, né, no fim das contas. (...) Porque no final das contas é tudo sobre a gente pertencer a uma comunidade, né? A gente tem que viver em sociedade, então a gente meio que quer pertencer ali. Então eu sempre converso aí, ainda mais que o pessoal vê minha tatuagem. Se a pessoa vê minha tatuagem e identifica, é porque ela já é muito fã. Então aí geralmente já gera uma conversa, né? Então, assim, a gente vê nos detalhes. Sempre vai ter um detalhe. (Taeyeon)

Para a entrevistada Lisa, atualmente, pelo maior reconhecimento que o K-Pop possui, os fãs passaram a ter menos vergonha de se expressar através do uso de acessórios e roupas. Isso a levou a uma interação com fãs que foram até o seu local de trabalho usando camisetas de um artista que a mesma também gosta.

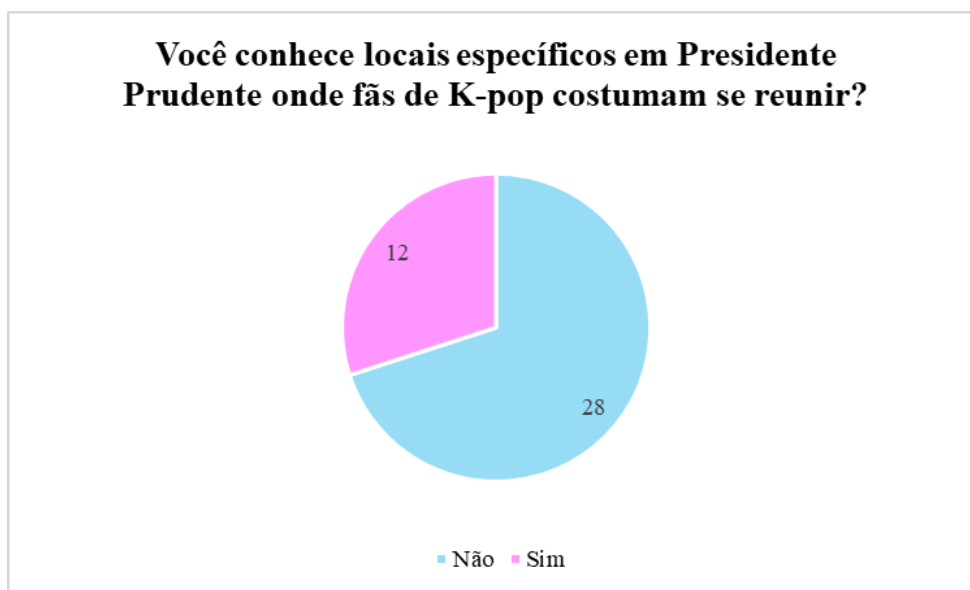
A gente vê um chaveirinho, um cardholder pendurado na bolsa, uma camiseta. Hoje eu estou amando que a galera não tem mais vergonha de carregar alguma coisa consigo. Então... Essa história é engraçada. Você vê, eu trabalhava no shopping, estava tendo a sessão do documentário do JK no cinema. As meninas passaram na loja que eu trabalhava. Estavam com a camiseta, estavam para assistir numa sessão de dia da semana. E aí eu vi a camiseta, aí eu... “Army⁵, né?” Aí ela “sim”. Aí foi tipo assim. Uma pequena bagunça na loja que eu trabalhava. Mas aí a gente ficou ali. Aquela interação e tudo mais. Então, é assim, a gente vai se identificando assim. (Lisa)

Portanto, há a apropriação de apetrechos pelos fãs de K-Pop que permitem a identificação dos mesmos como fãs e facilitam serem reconhecidos por outros fãs. Dentre os elementos mencionados nas entrevistas que podem ser característicos de um fã de K-Pop estão: roupas, pulseiras, chaveiros, *photocards*, cabelos, postagens em redes sociais e até tatuagens.

A próxima pergunta foi se essas pessoas conhecem lugares em Presidente Prudente em que fãs de K-Pop costumam se reunir, e o maior número de respostas foi negativo, com vinte e oito. Dentre as poucas respostas positivas da primeira, essas pessoas citam como lugares de encontro os eventos destinados à cultura oriental que acontecem esporadicamente a cada ano, encontros organizados pelas próprias pessoas, e o Centro Histórico Cultural Matarazzo.

⁵ Pessoa que faz parte do *fandom* do *boygroup* BTS.

Gráfico 8 - Conhecimento de locais específicos para a comunidade do K-Pop em Presidente Prudente - SP.



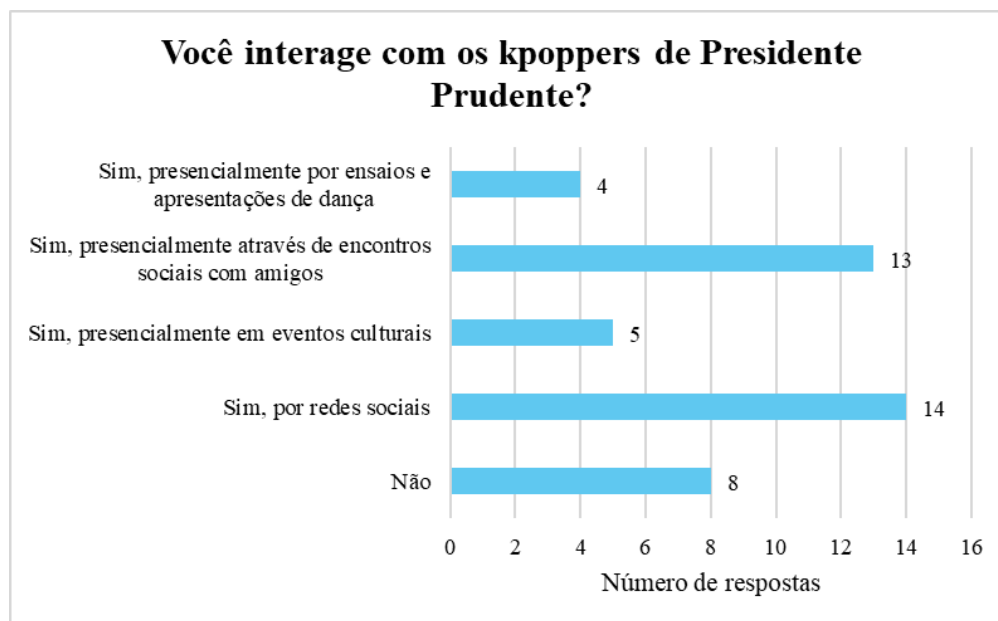
Fonte: Enquete, 2025.

Nas entrevistas, o padrão das respostas foi semelhante, e os únicos lugares mencionados como possíveis pontos de encontro também foram os eventos culturais, como Nikkei Fest e Geek Fest (antes Geek ETEC), em que ambos acontecem apenas uma vez ao ano, e o Centro Histórico Cultural Matarazzo, frequentado pelos fãs membros de grupos *covers* de K-Pop pela disponibilidade de salas de ensaio de dança.

Não. Eu acredito que no Geek Etec, que é o evento da galera da Etec. Por ter um pouco do K-pop ali introduzido na cultura. Por ser geek em geral. Tem a galera se reunir. E também no Nikkei Fest. É onde o pessoal acaba se reunindo mais. E agora, com o grupo das meninas, como eu disse, marcam encontros. Então, às vezes, as meninas se encontram no shopping, no Parque do Povo. Às vezes, a gente faz a vaquinha dessa próxima... Que é já para comemorar quase um ano do grupo. Estamos fazendo rifas. Acho que vaquinhas as meninas estão fazendo. Eu não acompanho direito. Para poder alugar um lugar. Para poder comemorar. A gente vai formando dessa forma. Agora, um lugar específico para a gente se encontrar. Não tem, não. (Lisa)

O Matarazzo, se for. Porque, quando não se trata de um evento que reúne essa galera, geralmente, vai ser o Matarazzo, por ser um local para ensaio de dança né, uma galera acaba dançando, com certeza, então o Matarazzo é a parte mais acessível para todos. (Yuta)

Novamente foi perguntado sobre a interação desses fãs de K-Pop entre si, entretanto, com enfoque nas interações entre fãs do município de Presidente Prudente - SP. O maior número de respostas foi que há interação através de redes sociais, com quatorze respostas, e, em segundo lugar, com treze respostas, que há interação através de encontro entre amigos.

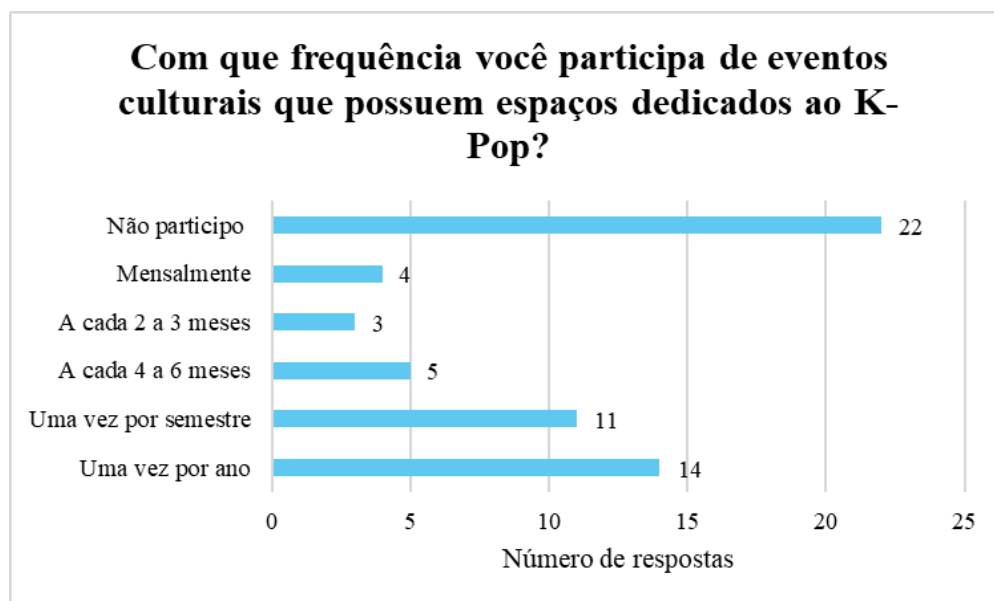
Gráfico 9 - Interação entre fãs de K-Pop em Presidente Prudente.

Fonte: Enquete, 2025.

É possível analisar que as interações são limitadas, visto que as respostas mais comuns mostram que as interações são mais restritas ao ambiente virtual, a grupos de amigos fechados, e até mesmo o nenhum contato com outros fãs. Isso explicita ainda mais a falta de um espaço para essa comunidade de fãs de K-Pop em Presidente Prudente se encontrar e se territorializar, o que dificulta a criação de laços sociais e o fortalecimento de uma identidade coletiva, devido a esta fragmentação das interações sociais. Tal forma como o k-pop se realiza em Presidente Prudente indica que seus fãs interagem em grande parte pelas redes sociais, contando com poucos espaços/tempos de interação face a face.

Como retratado anteriormente, um dos únicos espaços em que esta comunidade utiliza como pontos de encontro são os eventos voltados para a cultura japonesa, que acontecem na cidade em determinados períodos do ano, portanto, foi perguntado a essas pessoas qual a frequência que eles costumam frequentar esses lugares que possuem uma pequena parte dedicada ao K-Pop.

Gráfico 10 - Frequência de participação em eventos que possuem espaços dedicados ao K-Pop.



Fonte: Enquete, 2025.

Na soma das respostas de ambos os formulários, as respostas mais comuns são “não participo”, com vinte e duas respostas, e “participo uma vez por ano” com quatorze respostas. Entende-se que as respostas de participação mais frequente se dão pela frequência em eventos de outras cidades, visto que no ano de 2025 foram realizados apenas 3 eventos de cultura japonesa e *geek* que possuíam espaços dedicados ao K-Pop em Presidente Prudente. Já para as respostas de menor participação, através das análises das respostas dos formulários e das entrevistas, entende-se que esse baixo número de presença se dá principalmente pela falta de tempo, pois essas pessoas se encontram ocupadas nos raros períodos em que esses eventos acontecem.

Antes, como eu falei, eu participava bem mais, por conta que agora, infelizmente ou felizmente, eu trabalho. E eu sempre acabava indo em quase todos os eventos que, pelo menos, tinha aqui em Prudente. (Yuta)

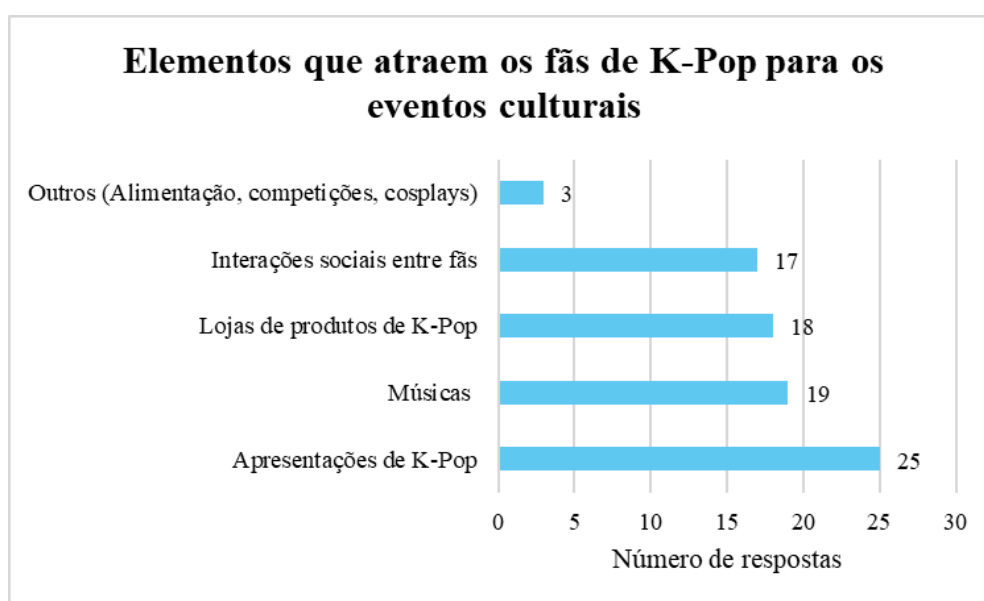
Costumo ir mais no Nikkei. Por questão cultural da minha descendência. E acabo indo com a família e tudo. Não consigo ir, às vezes, na sexta, que costuma ser o dia que tem os eventos voltados para o K-pop. Quando eu era mais nova, acabei indo, acho, duas vezes. Encontrei com a galera que gostava. Gostava de animes e tudo. E a gente se encontrou ali. Mas... No geek, até que eu falo, todo santo ano que eu vou, eu nunca consigo. Sempre tem algum compromisso, eu não consigo ir. Esse ano, quem sabe eu consigo. (Lisa)

A entrevistada Taeyeon, que anteriormente tinha uma loja de produtos de K-Pop, relatou que, apesar de hoje não frequentar os eventos, já chegou a organizar o espaço de K-Pop em um evento passado, que ocorreu em uma escola denominada Multiplus, e fez uma parceria com o evento para venda de *polaroids* de K-Pop, que ela produzia.

Agora eu vou menos, porque... Não sei porquê, falar a verdade, fiquei meio chata, eu acho. Mas eu participava bastante, inclusive eu ajudava. Teve já o... Ai, não lembro, mas que foi ali no Multiplus, se eu não me engano. Que eu ajudei. Eu fiquei na sala de K-pop, o pessoal dançava, eu ajudei a organizar. Às vezes eu organizava. Quando no Geek, um dos primeiros Geeks que teve, eu conversei com o moço que organizava, que ele é da Etec, né. E aí, eu tinha loja e tudo, foi por isso que ele me contactou, inclusive. E aí, ele encomendou um monte de polaroid. Ele falou “ah, vamos dar de brinde pro pessoal. (Taeyeon)

Por fim, foi questionado quais os elementos que mais atraem esses fãs para esses eventos, e, de maneira geral, a resposta mais comum foi as apresentações de grupos *covers* de K-Pop, citadas vinte e cinco vezes, em seguida das músicas que tocam nos ambientes do evento, com dezenove respostas.

Gráfico 11 - Elementos que atraem fãs de K-Pop em eventos culturais.



Fonte: Enquete, 2025.

Nas entrevistas, os elementos de maior destaque também foram as apresentações de *covers* de K-Pop, juntamente com a presença de lojas de venda de produtos relacionados ao estilo musical. Muitos destacaram ir por serem eventos que acontecem raramente na região, e terem um caráter diferente dos demais lugares, unindo pessoas com interesses na cultura asiática que não possuem um lugar fixo para frequentar e se encontrar.

Eu acredito que, primeiro, que é uma coisa diferente, né? Aqui em Prudente, na cidade, geralmente não tem muitos eventos que realmente acabem abordando o K-pop. Mas quando aborda, é muito interessante, e isso me atrai bastante em questão também da dança, porque sempre tem apresentação das danças. Então, seja só para assistir o grupo ou para assistir um amigo dançando, ou, sei lá, só encontrar uns amigos e falar; “Gente, vamos ver a galera dançando?”, sabe? Ou comer comidas meio que típicas, né? Então, é isso. (Yuta)

Eu acho que por ser uma coisa que eu gosto, né, gosto de ver, ouvir e tudo mais, eu acho que isso é o principal atrativo, né, você gostar de uma coisa, você querer ver mais sobre ela, mas principalmente por ser, eu comparo muito minha vida aqui em Presidente Prudente com São Paulo, né, então eu acho que como aqui é até mais

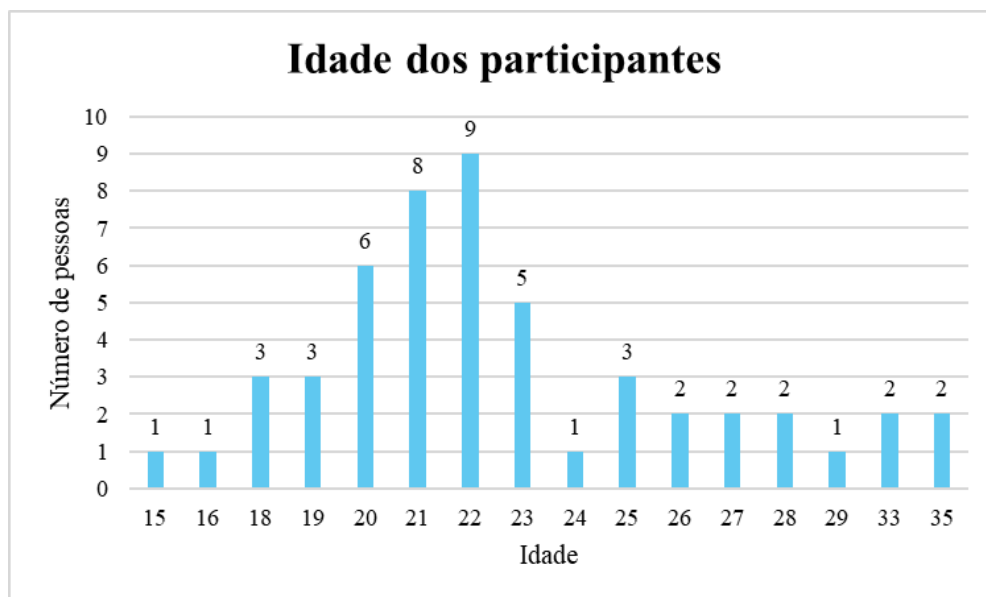
escasso esses momentos que tem, isso aí acho que é só mais um motivo para ir para aproveitar, né, então acho que são os dois principais fatores. (Jeno)

Também ressaltaram o desejo de ir em eventos estritamente voltados ao K-Pop, que, atualmente, não acontecem no município. Demonstrando que essa ausência de territórios próprios para essa comunidade limita sua expansão, fazendo com que a dispersão do K-Pop aconteça em Presidente Prudente de forma mais frágil do que num centro urbano maior e com mais opções de espaços de encontro.

Eu acho que é unir todo mundo mesmo, unir essas coisas. É, junto com esse pessoal que eu sei que gosta tanto de anime, quanto dessas coisas. Porque... mesmo que não é nada muito voltado, a gente sabe que tem apresentação, eu gosto muito de ver o pessoal dançando. Eu não gosto de dançar, mas eu adoro ver o pessoal dançar. Eu acho super legal. Não só K-pop, qualquer coisa eu gosto de assistir. Porque é coisa que aqui, pelo menos, a gente não tem muito isso, aqui é quando você vai sair; você vai num barzinho, vai num negócio de sertanejo, é muito nichado aqui no interior. E o pior é que tem público, né? Eu não entendo muito isso porque o pessoal não investe, não sei se não tem retorno financeiro, não sei como é que é. Eu sei que é muito difícil organizar a questão de licença, né, da prefeitura e tudo mais. Mas eu acho triste que não tenha mais coisas, que é bem legal.” (Taeyeon)

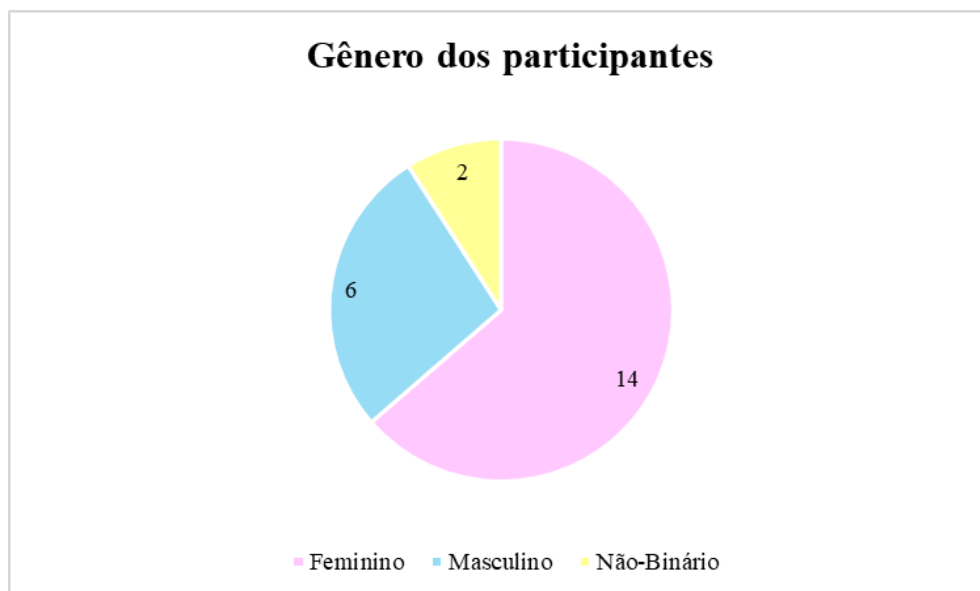
Atualmente, aqui em Prudente, é mais a dança, né? Os covers. E, às vezes, uma lojinha ou outra que a gente sabe que tem. Por ser uma coisa mais cultural, em geral, tanto de animes, novelas, pelo menos, assim, quanto da cultura asiática, eu vou mais pelo cultural, não só pelo K-Pop em si, nesses eventos, mas porque eles também não são especificamente. Mas... Se a gente tivesse, assim, eventos mais voltados em si pelo K-Pop, com certeza eu iria, pelo cultural mesmo, para conhecer novas pessoas pela cultura do K-Pop e com certeza pelas lojinhas, né? (Lisa)

Finalmente, se chega ao terceiro e último segmento, que tem como objetivo conhecer os perfis desses fãs de K-Pop que participaram da pesquisa. A primeira pergunta foi dedicada a saber a idade desses indivíduos, e, foi criado um gráfico para simplificar a visualização das respostas. Em sua maioria, os fãs se encaixam como jovens adultos e adultos, com a idade predominante entre 18 a 35 anos, entretanto, há uma pequena presença de adolescentes, com dois indivíduos de 15 e 16 anos. Portanto, determina-se que o público predominante é maior de idade, com uma pequena participação de fãs mais novos, refutando o estereótipo de que o K-Pop é um gênero musical infantil. Tais dados apontam para o fato de que há fãs que aderiram à cultura K-Pop em diferentes momentos e que a cultura continua ainda hoje fazendo novos adeptos. Mas também que há fãs que se encontram adultecendo na cultura juvenil, mostrando que não se trata, para eles e elas, de uma simples moda passageira ou efêmera, como parecem ser alguns dos produtos da cultura de massa.

Gráfico 12 - Idade dos participantes da pesquisa.

Fonte: Enquete, 2025.

Em seguida foi elaborado um gráfico acerca do gênero dos participantes, que, em sua maioria, se identificaram como do gênero feminino. O gráfico apresenta pouca participação pois a pergunta só foi incluída no segundo formulário, que obteve 22 respostas.

Gráfico 13 - Gênero dos participantes da pesquisa.

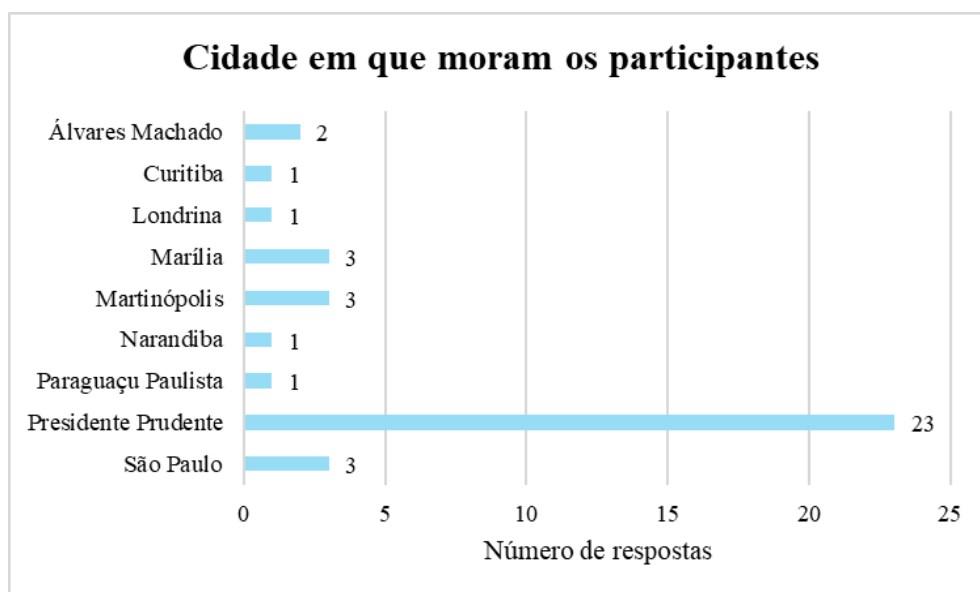
Fonte: Enquete, 2025.

Em relação a cor dos participantes, a maioria se identifica como pessoas brancas, seguido por pessoas amarelas, e posteriormente pessoas pretas e pardas. Essa pergunta também só foi incluída no segundo formulário.

Gráfico 14 - Cor dos participantes da pesquisa.

Fonte: Enquete, 2025.

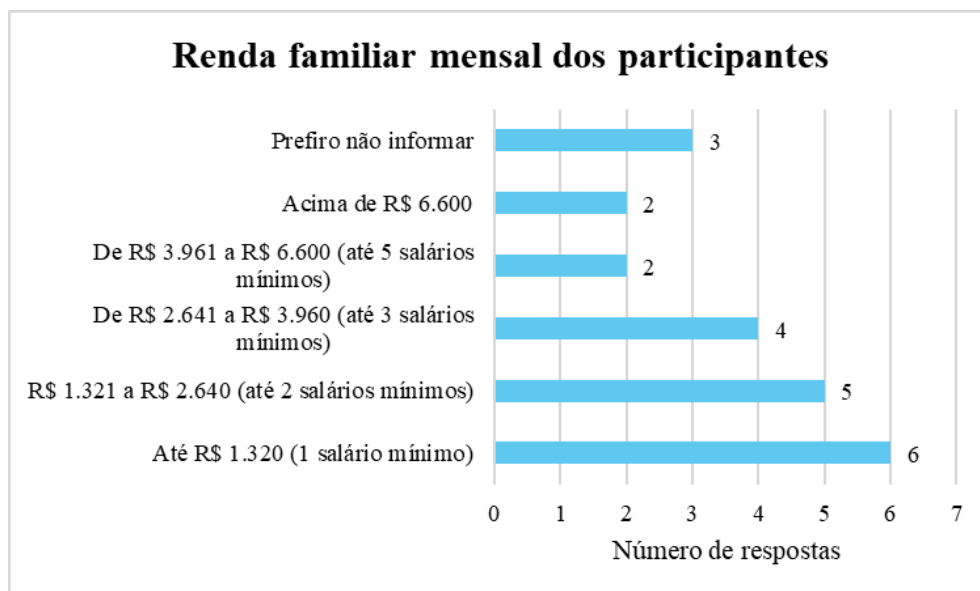
Ao perguntar a cidade de moradia dos participantes, destaca-se que a maioria vive em Presidente Prudente - SP, entretanto, há uma pequena participação de pessoas de cidades próximas, que se encontram na mesma região, em conjunto com poucos casos de ocorrência de cidades mais distantes, como São Paulo, Curitiba e Londrina.

Gráfico 15 - Cidades em que moram os participantes da pesquisa.

Fonte: Enquete, 2025.

Por fim, realizou-se o levantamento da renda familiar mensal total dos participantes, e as respostas variaram entre as opções. Entretanto, a opção com mais respostas foi a de até um salário mínimo.

Gráfico 16 - Renda familiar mensal dos participantes da pesquisa.



Fonte: Enquete, 2025.

Em relação a Netnografia, foram acompanhados, durante a realização do trabalho, alguns perfis da rede social *Instagram*, daqueles participantes que disponibilizaram suas contas nos formulários. Foi possível visualizar que o compartilhamento de conteúdos relacionados ao K-Pop varia de acordo com a pessoa e sua personalidade, visto que em alguns perfis o compartilhamento era recorrente, enquanto em outros, eram periódicos.

Foram observados a postagem de diversos tipos de conteúdos relacionados ao K-Pop, entre eles: O compartilhamento de músicas e fotos de K-Pop nos *stories*; A divulgação de eventos de cultura *geek* e asiática, em que a pessoa que estava divulgando iria apresentar um *cover* de K-Pop; Compartilhamento de compra de produtos de K-Pop; O compartilhamento de uma *playlist* com a mistura de músicas de K-Pop com músicas do Funk Brasileiro; Vídeos de *covers* de danças em que os próprios donos dos perfis realizam e gravam para compartilhar; Foto de um troféu de ganhador de uma competição de dança *cover* de K-Pop, que o dono do perfil venceu com o seu grupo de dança *cover*.

Nas imagens a seguir são apresentados alguns dos exemplos citados anteriormente de postagens compartilhadas, com o recorte dos nomes dos perfis e censura de rostos, para manter o anonimato. Na figura 1 há a postagem de uma imagem com um comentário de

humor feito pelo dono do perfil sobre a adoração aos artistas; Na figura 2 há a foto de um produto comprado através da parceria entre grupo masculino BTS e a franquia *McDonald's*, em que foram comercializados bonecos dos integrantes dos grupos nos restaurantes de fast food.

Figuras 1 e 2 - Stories compartilhados no Instagram.

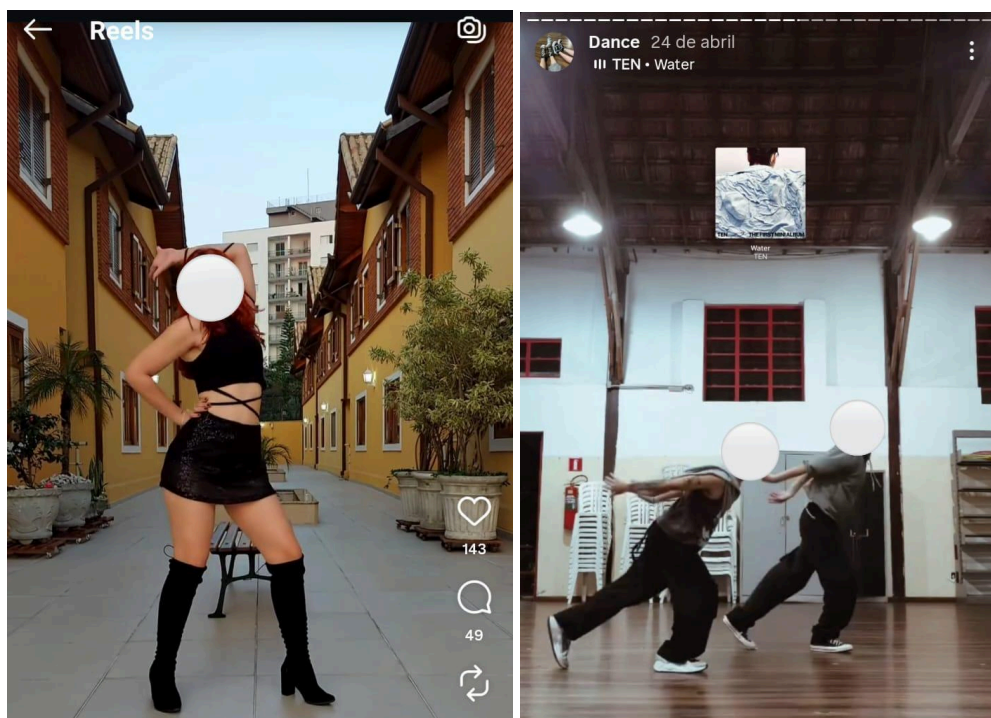


Fonte: Instagram, 2025.

A figura 3 é um *reels* postado por uma fã onde a mesma apresenta um cover de uma música de K-Pop; A figura 4 também é um *cover* realizado, pelo entrevistado Yuta, que foi postado através dos *stories* e se encontra nos destaques⁶ do perfil do mesmo, em um destaque chamado “*Dance*” dedicado inteiramente a postagens de vídeos de *covers* realizados por ele e seus amigos.

⁶Coleções de *stories* selecionados pelo dono da conta que permanecem visíveis no perfil permanentemente.

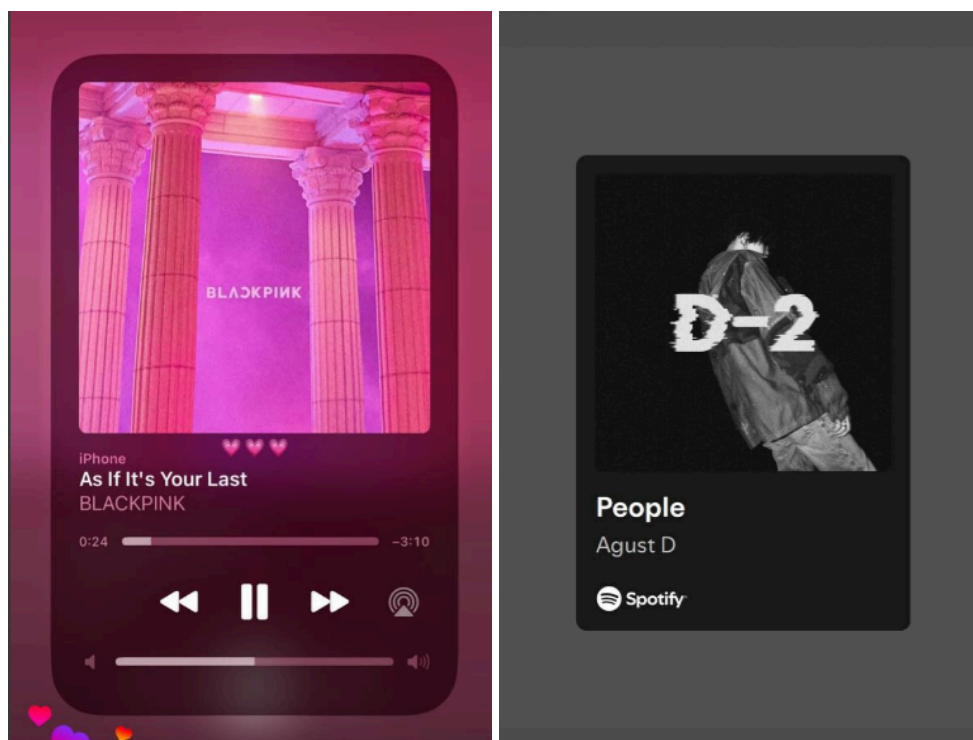
Figuras 3 e 4 - Reels e Stories compartilhados no Instagram.



Fonte: Instagram, 2025.

Destaca-se que o exemplo de postagem mais realizado é a de músicas de grupos de K-Pop através dos *stories*, que acontece com mais frequência e por mais pessoas.

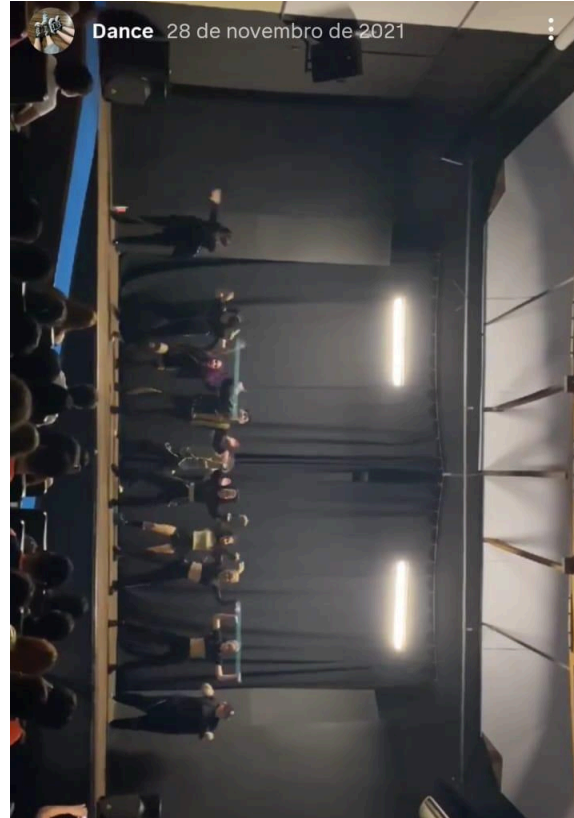
Figuras 5 e 6 - Stories de compartilhamento de músicas de K-Pop.



Fonte: Instagram, 2025.

Por fim, foi observado algumas postagens de apresentações de dança realizadas em eventos culturais, como a do exemplo a seguir, também compartilhado pelo entrevistado Yuta e presente nos destaques de seu perfil.

Figura 7 - Stories compartilhados no Instagram.



Fonte: Instagram, 2025.

Portanto, a observação netnográfica possibilitou compreender como esses indivíduos que foram analisados durante a realização da pesquisa manifestam seu interesse pelo K-Pop através das redes sociais, comprovando a força desse fenômeno musical no ambiente virtual e sua capacidade de difusão entre os diferentes meios e territórios.

6 DISCUSSÃO E CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conforme os dados apresentados na seção anterior, é possível observar que o K-Pop é um fenômeno da cultura contemporânea e dos fluxos globais de cultura, que também encontrou possibilidades de acontecer em Presidente Prudente - SP através de diversas maneiras, com destaque para o papel das redes sociais virtuais, mas também, e de forma não desprezível, pela apresentação de conhecidos ou familiares, que há mais tempo já conheciam a cultura. Esses dados explicitam como o K-Pop expandiu seus territórios virtuais em conjunto aos encontros face a face, fazendo-se presente em lugares completamente diferenciados do seu país de origem, quebrando barreiras linguísticas e, especialmente, culturais.

A chegada do estilo musical a pessoas localizadas em Presidente Prudente - SP se deu especialmente após 2010, com maior intensidade nos anos de 2016 e 2017. Esses dois anos se destacam pela explosão mundial de grupos como BTS, com músicas que dominaram as paradas internacionais e quebraram recordes de audiência. No ano de 2017 por exemplo, a *boyband* BTS se tornou o primeiro grupo sul coreano a debutar com um álbum em primeiro lugar na Billboard Global 200, parada musical que classifica os 200 álbuns mais populares do Estados Unidos (Grammy, 2018). Portanto, foram anos essenciais para o crescimento e difusão do estilo musical além das fronteiras de seu país de origem.

É de suma importância destacar que o município de Presidente Prudente está localizado em uma parte da região sudeste que historicamente recebeu uma grande imigração de povos asiáticos, especialmente japoneses. Além disso, o estado de São Paulo possui grande aparato tecnológico e econômico necessário para as produções de festivais e apresentações musicais, o que facilita a realização de grandes eventos culturais, como os tratados no trabalho (Xavier, 2023). Portanto, a região estudada possui fatores que colaboram ainda mais para a difusão do K-Pop em seu espaço, tanto pela dispersão virtual, tanto pelas influências face a face, que se mostraram muito presentes nos relatos apresentados.

Isso me permite traçar um paralelo com o trabalho de Maxwell Cavalcanti Xavier, que se destina ao estudo do K-Pop no município de Natal, no Rio Grande Do Norte. O autor destaca que a difusão do estilo musical se dá majoritariamente no espaço virtual, através das redes sociais, por um processo de territorialidade digital. “As relações estabelecidas entre a comunidade K-Popper de Natal demarcam processos territoriais no espaço digital, a partir de processos de “territorialização e desterritorialização constantes de certas porções de sua

totalidade.” (Xavier, 2023, p.78). Sendo assim, é possível afirmar que o processo de difusão do K-Pop ocorre de diferentes maneiras, variando conforme as características do espaço em que se insere.

Ao se tratar das características do K-Pop que mais atraem os fãs, a maioria das respostas englobam mais do que um elemento, demonstrando que o conjunto formado por coreografias, videoclipes, visuais e a mistura de ritmos, constroí um estilo musical nunca visto antes, atraindo uma comunidade pela originalidade de suas produções. Ademais, esses elementos afetam os ouvintes de maneira que passam a integrar a vida dessas pessoas, que desenvolvem hábitos e hobbies diretamente relacionados ao consumo do gênero musical.

Como visto, muitos começaram ou intensificaram certas práticas socioespaciais por influência do K-Pop, como a dança, canto, desenho, coleção de produtos e consumo de demais elementos da cultura asiática. Isso explicita a importância do gênero musical como um apoio inspiracional àqueles que o consomem, instigando a prática artística dessas pessoas e se tornando uma nova forma de entretenimento e possibilidades de construção da sua individualidade. Em especial, é nítida a participação do K-Pop na mudança de estilo dessas pessoas, que relatam a influência de artistas nas construções de novos visuais, incluindo roupas e cabelos, e até a recriação de alguns figurinos. O estilo musical estimula esses fãs a explorarem novos elementos estéticos e incorporarem novos estilos, de maneira que esses elementos remodelam os padrões de expressão e ressignificam a identidade desses fãs, afirmando o sentimento de pertencimento dentro de uma nova comunidade.

A reprodução de estilo que essas pessoas visualizam no K-Pop está diretamente relacionado com a ideia que Appadurai (2005) apresenta, em que o autor afirma a influência da representação de estilos de vida através dos meios de comunicação.

Nas últimas décadas, à medida que a desterritorialização de pessoas, imagens e ideias foi ganhando nova força, o fiel da balança foi-se deslocando imperceptivelmente. Mais pessoas em todo o mundo vêem as suas vidas pelo prisma das vidas possíveis oferecidas pelos meios de comunicação de massas sob todas as suas formas. Ou seja, a fantasia é agora uma prática social; entra, de infinitos modos, no fabrico de vidas sociais para muitas pessoas em muitas sociedades. (Appadurai, 2005, p.78)

Em relação aos hábitos que essas pessoas desenvolveram devido ao K-Pop, é visível como o estilo musical expandiu as fronteiras de conhecimento dessas pessoas, que passaram a conhecer uma cultura totalmente diferente da própria, uma nova culinária, e até mesmo novos idiomas. O gênero musical promoveu a obtenção de hábitos que afetam positivamente o estilo de vida desses indivíduos, como exemplo trazido em relatos anteriores, a frequência de

academias e prática regular de exercícios físicos. No entanto, como qualquer consumo excessivo, o K-Pop também pode trazer efeitos negativos a seus consumidores, como a valorização de padrões rígidos de magreza e beleza normalizados e difundidos na Coreia do Sul e presentes na cultura do K-Pop, o que pode levar a disforias e distorções prejudiciais a essas pessoas.

O consumo é muito aparente como um hábito fomentado pelo K-Pop, pela compra de produtos oficiais, produtos alimentícios, cosméticos, entre outras mercadorias. No entanto, esse consumo, ao contrário de sua concepção materialista, pode ser visto como algo positivo, segundo Canclini (1996), pois também pode contribuir para a reflexão própria da identidade desses consumidores.

Comprar objetos, pendurá-los ou distribuí-los pela casa, assinalar-lhes um lugar em uma ordem, atribuir-lhes funções na comunicação com os outros, são os recursos para se pensar o próprio corpo, a instável ordem social e as interações incertas com os demais. Consumir é tornar mais inteligível um mundo onde o sólido se evapora. Por isso, além de serem úteis para a expansão do mercado e a reprodução da força de trabalho, para nos distinguirmos dos demais e nos comunicarmos com eles, como afirmam Douglas e Isherwood, “as mercadorias servem para pensar”. (Canclini, 1996, p.65)

É de suma importância destacar que o K-Pop ajudou muitos de seus consumidores a quebrar normas de gênero e se sentirem mais confortáveis fora de uma bolha imposta pela sociedade heteronormativa, pois, como retratado, o estilo musical incentivou o uso de roupas e cabelos não usuais, assim como o uso de maquiagens independente do gênero, promovendo a desconstrução de estereótipos e ideais tradicionais ocidentais e a valorização da expressão e liberdade individual. Assim sendo, o K-Pop atua como um meio de incentivo e aceitação de diversidades e diferentes formas de expressão, permitindo o estabelecimento de uma identidade própria como fã deste estilo musical, ou seja, uma afirmação identitária.

Esse conjunto de apropriações de estilo e modos de viver influenciados pelo consumo do K-Pop permite que os fãs se diferenciam em uma sociedade tão hegemônica, e passem a se identificar entre si e construir uma comunidade de fãs, que usufruem do consumo para apropriação de bens que os satisfazem, como afirma Canclini (1996). Nessa comunidade, essas pessoas se sentem mais libertas para se expressar das mais diferentes formas, não se limitando às expectativas esperadas delas. Isso permite a criação de vínculos entre esses indivíduos com interesses comuns, e o desenvolvimento de uma sensação de pertencimento e acolhimento dentro dessa comunidade. Ademais, o compartilhamento de experiências e a

representatividade levam essa comunidade a se tornar um espaço seguro para seus membros, atuando como um espaço de empatia e resistência desse grupo a julgamentos externos.

Estas ações, políticas, pelas quais os consumidores ascendem à condição de cidadãos, implicam uma concepção do mercado não como simples lugar de troca de mercadorias, mas como parte de interações socioculturais mais complexas. Da mesma maneira, o consumo é visto não como a mera posse individual de objetos isolados, mas como a apropriação coletiva, em relações de solidariedade e distinção com outros, de bens que proporcionam satisfações biológicas e simbólicas. (Canclini, 1996, p. 70)

É visto pelos relatos que esses fãs não se apropriaram de um espaço fixo no município de Presidente Prudente - SP pela falta de atividades e interações sociais relacionadas ao K-Pop na cidade. Entretanto, por mais que essa comunidade não esteja territorializada, há a existência de "territórios temporários" em que essa comunidade usufrui alguns momentos durante o ano de reconhecimento, encontro e interação face a face, como eventos culturais e *geeks*. Também há grupos de amigos estabelecidos devido ao estilo musical, que se mantêm juntos justamente pelas vivências em comum, como por exemplo, grupos de amigos que se formaram devido ao interesse de formar um grupo *cover* de K-Pop, treinar coreografias de interesse e realizar apresentações, ou ainda aqueles que se encontram em espaços tempos mais heterogêneos de diversão na cidade.

Juarez Dayrell (2001) confirma a importância dessa sociabilidade, especialmente em uma subcultura juvenil.

No campo da sociabilidade, os indivíduos se satisfazem em estabelecer laços, e esses laços têm em si mesmos a sua razão de ser. É o que vemos acontecer nas relações que os jovens pesquisados estabelecem com o grupo de pares, sejam eles os "chegados" do hip hop ou a galera do funk. Principalmente entre estes últimos, em que não existe nenhum compromisso a não ser o estar juntos. (Dayrell, 2001, 235)

Por fim, diante do exposto nas respostas e nos relatos retratados nos formulários e nas entrevistas, é possível uma reflexão acerca do K-Pop e como ele se dá como um fenômeno emergente entre os jovens da cidade de Presidente Prudente - SP, demonstrando que o gênero musical extrapola os limites de algo gerador de entretenimento e passa a afetar hábitos e formas de expressão de seus ouvintes. Logo, o K-Pop colabora para a construção e transformação de estilos, identidades e práticas socioespaciais de jovens ouvintes desse gênero musical, assim como contribui para a formação de uma comunidade de fãs que cria territórios, ainda que temporários, de livre expressão dessas pessoas.

Essa atuação do estilo musical sobre seus ouvintes se relaciona diretamente ao conceito de Escuta Conexa, proposto por Janotti Jr (2021), que busca compreender a interação entre a

música e seu ouvinte, de forma que o ato de escutar se transforma em algo mais intenso, envolvendo a interação entre os indivíduos e a construção de uma identidade influenciada diretamente pela música, que leva a criação de um sentimento de reconhecimento e pertencimento.

Essa pesquisa apresenta uma importante discussão que evidencia que a música também pode ser um elemento influenciador e atuante na formação de estilo e identidade de um indivíduo ou de um grupo, especialmente por ser algo tão presente no cotidiano de uma juventude globalizada, que busca fugir da hegemonia das normas. O consumo da música pode ser um ato de liberdade e resistência para esses jovens, de maneira a impactar suas práticas socioespaciais e territorialização de subgrupos e comunidades.

Acerca de uma limitação envolvendo a pesquisa, é importante destacar que não houve o devido aprofundamento sobre os efeitos negativos que o K-Pop pode exercer sobre um fã, especialmente pela falta de tempo, visto que a pesquisa precisou ser desenvolvida no curto período de um ano. É preciso ter cautela ao analisar os efeitos do K-Pop em seus fãs, porque sua influência, por mais que em sua maioria seja benéfica, também pode conter aspectos prejudiciais, como o incentivo à idealização de padrões estéticos inalcançáveis, a intensificação de desigualdades entre seus consumidores devido aos elevados preços de produtos oficiais e colecionáveis, como álbuns, além do estímulo a hábitos prejudiciais de consumo excessivo.

Do mesmo modo, o avanço deste gênero musical internacionalmente contribui para um hibridismo cultural, que pode levar a resistências e reações defensivas negativas, representando a oposição a uma cultura global e uma tendência ao “fechamento” para a proteção da cultura local (Hall, 1997). Isso pode se aplicar ao K-Pop através da estereotipação colocada sobre o gênero musical e aos julgamentos, que chegam a ser xenofóbicos, relatados nas falas dos entrevistados. Portanto, o crescimento de uma cultura híbrida pode gerar reações conservadoras que também não podem ser trabalhadas na pesquisa, devido à complexidade do assunto.

Ademais, outro tema que a complexidade limita a discussão no presente trabalho é que o K-Pop emerge de forma que se torna um instrumento político da Coreia do Sul, de maneira que o país utiliza a cultura como estratégia de poder e domínio. O gênero musical passa a ser utilizado como um *soft-power* da nação, que influencia politicamente com sua cultura e ideologias, e expande sua participação global com o movimento *Hallyu*. A temática é

relevante para compreender como este *soft-power* aumenta a participação da Coreia do Sul na geopolítica mundial e movimenta sua economia como um todo, incluindo as indústrias culturais, tecnológicas, de automóveis, entre outros, além de fortalecer e criar novas relações políticas internacionais, utilizando o movimento *Hallyu* em importantes encontros políticos entre diferentes grandes nações, como Estados Unidos e Coreia do Norte.

“Uma vez que a cultura regula as práticas e condutas sociais, neste sentido, então, é profundamente importante quem regula a cultura. A regulação da cultura e a regulação através da cultura são, desta forma, íntima e profundamente interligadas.” (Hall, 1997, p. 41).

Em suma, conclui-se que o K-Pop não se define apenas como um simples estilo musical, mas sim como um fenômeno sociocultural emergente que atua diretamente nos hábitos, hobbies, formas de expressão, estilo e formação de identidades da juventude que o consome, assim como influencia as práticas socioespaciais dessa comunidade que se cria através da conexão de seus ouvintes. Portanto, o estilo musical sul coreano transforma o cotidiano dos jovens de Presidente Prudente - SP, que são influenciados por uma nova cultura e estética e, por fim, ressignificam suas formas de expressão. Como afirma Arjun Appadurai, “Cultura implica diferença, mas as diferenças, agora, já não são taxonômicas, são interactivas e refractivas (...). A cultura deixa portanto de ser uma espécie de substância inerte, local, para se tornar uma forma de diferença algo mais volátil.” (Appadurai, 2005, p.87).

Ademais, o crescente fenômeno abre portas para demais questionamentos, como os efeitos do hibridismo cultural no mundo, de maneira que se torna um elemento de diferenciação em uma cultura homogeneizada, levando às mais diversas reações, além da utilização da cultura como ferramenta política, atuando como *soft-power*.

7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAMO, Helena Wendel. *Cenas juvenis: punks e darks no espetáculo urbano*. São Paulo: Scritta/ANPOCS, 1994. Disponível em: https://territoriosinsurgentes.com/wp-content/uploads/2021/03/abramo_cenasjuvenispunksedarksno-Helena-abramo.pdf. Acesso em: 5 nov. 2025.

ABRAMO, Helena Wendel. *Considerações sobre a tematização social da juventude no Brasil*. *Rev. Bras. Educ.* [online]. 1997, n.05-06, pp.25-36. ISSN 1413-2478. Disponível em: http://educa.fcc.org.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-24781997000200004&lng=pt&nrm=iso. Acesso em: 28 abr. 2025.

APPADURAI, Arjun. *Dimensões culturais da globalização: a modernidade sem peias*. Tradução de Telma Costa. Revisão científica de Conceição Moreira. Lisboa: Teorema, 2005. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/771243695/APPADURAI-Dimensoes-Culturais-da-Globalizacao-a-modernidade-sem-peias>. Acesso em: 03 nov. 2025.

BARBOSA, Jakelyne; CHACEL, Marcela Costa da Cunha. K-pop e fãs jovens brasileiros: um estudo exploratório sobre hábitos de consumo. In: 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – VIRTUAL, 1. a 10 dez. 2020. *Anais...* São Paulo: Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2020. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2020/resumos/R15-1656-1.pdf>. Acesso em: 21 abr. 2025.

BERNARDES, Antonio. Como pesquisar as redes sociais virtuais em geografia? *Estudos Geográficos*: Revista Eletrônica de Geografia, Rio Claro, SP, v. 18, n. 2, 2020. Disponível em: <https://www.periodicos.rc.biblioteca.unesp.br/index.php/estgeo/article/view/13979>. Acesso em: 31 jul. 2025.

BERNARDO, Kaluan; NAÍSA, Letícia; BERTOLOTTI, Rodrigo; DIAS, Tiago. Geopolítica do K POP: A música que vira a cabeça (e os corpos) dos adolescentes faz parte de um projeto estatal. TAB UOL. 23 maio. 2019. n.p Disponível em: <https://tab.uol.com.br/edicao/kpop/>. Acesso em: 1 set. 2025.

BTS. “BTS Become First K-Pop Band to Debut No. 1 on Billboard 200”. *GRAMMY.com*, [online]. Disponível em: <https://www.grammy.com/news/bts-become-first-k-pop-band-debut-no-1-billboard-200>. Acesso em: 1 set. 2025.

BTS. Página “BTS”. *Billboard Brasil*, [online]. Disponível em: <https://billboard.com.br/artistas/bts/>. Acesso em: 1 set. 2025.

BORGES, G. P. *K-Pop dance cover: um estudo de participação observante nos eventos K-buzz Contest (2014) e Jinrou (2018)*. Monografia (Graduação) — Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2021. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/238354>. Acesso em: 21 abr. 2025.

CANCLINI, Néstor García. O consumo serve para pensar. In: CANCLINI, Néstor García. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. 4. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1996. p. 60-73.

CENTRO CULTURAL COREANO NO BRASIL. *K-Turnê 2025 com YOUNITE*. Brazil Korean Culture Center, [online], 21 jul. 2025. Disponível em: <https://brazil.korean-culture.org/pt/438/board/183/read/138564>. Acesso em: 15 out. 2025.

DANTAS, Sérgio Silva; YAI, Timóteo Hwang; CERRI, Mateus Chrisostomo; VALENTE, Erick Kanzog. *Análise da influência da cultura sul-coreana mediada pelo estilo musical k-pop nos hábitos de consumo da geração millennial*. In: I ENCONTRO NACIONAL DE GESTÃO E COMUNICAÇÃO (ENGECC). Eixo Temático 2 : Gestão Organizacional . São Caetano do Sul, USCS Campina Grande - PB, UFCG 1., 2021. Anais [...]. Campina Grande - PB: Universidade Federal de Campina Grande, 2021. ISSN: 978-65-89001-07-2. Disponível em: <https://dspace.sti.ufcg.edu.br/handle/riufcg/39796>. Acesso em: 22 abr. 2025.

DAYRELL, Juarez Tarcísio. *A música entra em cena: o rap e o funk na socialização da juventude em Belo Horizonte*. 2001. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001.

DAYRELL, Juarez Tarcísio. *Juventude, grupos de estilo e identidade*. Educação em Revista , [S. l.], v. 15, n. 30, 2023. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/edrevista/article/view/42723>. Acesso em: 28 abr. 2025.

DIÓGENES, Glória Maria dos Santos. *Cenas Juvenis: punks e darks no espetáculo urbano*. Revista de Ciências Sociais, Fortaleza, v. 25, n. 1/2, p. 157-160, 1994. Disponível em: <http://www.repositorio.ufc.br/handle/riufc/9395>. Acesso em: 28 abr. 2025.

FERREIRA, Gabriela. Linha do tempo da onda coreana: Entenda como o K-pop dominou o mundo. *Tangerina*, [online], 07 mar. 2022. Atualizado em 26 maio 2022. Disponível em: <https://tangerina.uol.com.br/musica/k-pop-linha-do-tempo/>. Acesso em: 14 out. 2025.

FILIPPO, Beatriz Calixto Soares. *KRRJ: os fãs cariocas de K-Pop*. 2018. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação - Jornalismo) - Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2018. Disponível em: <https://pantheon.ufrj.br/handle/11422/15992> . Acesso em: 22 abr. 2025.

FERREIRA, Luiz Felipe. *O LUGAR FESTIVO – A FESTA COMO ESSÊNCIA ESPAÇO-TEMPORAL DO LUGAR*. Espaço e Cultura, Rio de Janeiro, n. 15, 2013. DOI: 10.12957/espacoecultura.2003.7729. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/espacoecultura/article/view/7729>. Acesso em: 31 jul. 2025.

GÓES, Eda Maria; MELAZZO, Everaldo Santos (Orgs.). *Metodologia de pesquisa em estudos urbanos: procedimentos, instrumentos e operacionalização*. 1. ed. Rio de Janeiro: Consequência Editora, 2022. ISBN 978-65-87145-46-4.

GSHOW. *Já ouviu falar em K-pop? Conheça o ritmo que virou fenômeno no mundo*. Gshow [online], 10 jun. 2014. Atualizado em 10 jun. 2014. Disponível em: <https://gshow.globo.com/programas/mais-voce/O-programa/noticia/2014/06/ja-ouviu-falar-e-m-k-pop-conheca-o-ritmo-que-virou-fenomeno-no-mundo.html>. Acesso em: 17 set. 2025.

HALL, Stuart. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. *Educação & Realidade*, Porto Alegre, v. 22, n. 2, 2017. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/educacaoerealidade/article/view/71361>. Acesso em: 03 nov. 2025.

JANOTTI JUNIOR, Jeder; PIRES, Victor de Almeida Nobre. “*So far, so close*”: distinção e políticas na *Sofar Sounds*, uma rede colaborativa de consumo de música ao vivo. *Revista Contemporânea*, Rio de Janeiro: Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Faculdade de Comunicação Social, v. 12, n. 2, p. 10-19, 2014. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/contemporanea>. Acesso em: 19 ago. 2025.

JANOTTI JUNIOR, Jeder. *Deambulações e prescrições em torno dos regimes de escuta conexa*. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO – INTERCOM, 44., 2021, Virtual. *Anais...* São Paulo: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2021. Disponível em: <https://www.portalintercom.org.br>. Acesso em: 23 abr. 2025.

JANOTTI JUNIOR, Jeder. *Rock Me Like The Devil: a assinatura das cenas e das identidades metálicas*. 1. ed. Recife: Livrinho de Papel Finíssimo / Simplíssimo, 2014. 152 p. ISBN 978-85-67125-10-7.

JIN, Yu Young. *K-pop: uma cura para a tristeza da pandemia*. UNESCO [online], 20 abr. 2021. Última atualização em 22 abr. 2021. Disponível em: <https://www.unesco.org/pt/articles/k-pop-uma-cura-para-tristeza-da-pandemia>. Acesso em: 15 out. 2025.

KIM, Minsung. The Growth of South Korean Soft Power and Its Geopolitical Implications. *Journal of Indo-Pacific Affair*, p. 123-138, 1 out. 2022. Disponível em: <https://media.defense.gov/2022/Nov/08/2003110744/-1/-1/1/JIPA%20-%20MINSUNG%20KIM%202022.PDF>. Acesso em: 4 set. 2025.

MASSEY, Doreen. *A Global Sense of Place*. In: SPACE, PLACE AND GENDER. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1994. Disponível em: <https://eclass.hua.gr/modules/document/file.php/GEO272/MASSEY%20-%20a%20global%20sense%20of%20place.pdf>. Acesso em: 5 nov. 2025.

MATTOS, Carmen Lúcia Guimarães de. *A abordagem etnográfica na investigação científica*. In: MATTOS, C. L. G.; CASTRO, P. A. (Orgs.). *Etnografia e educação: conceitos e usos* [online]. Campinas Grande: EDUEPB, 2011. p. 49-83. ISBN 978-85-7879-190-2. Disponível em: <https://backoffice.books.scielo.org/id/8fcfr/pdf/mattos-9788578791902-03.pdf>. Acesso em: 16 abr. 2025.

TURRA NETO, Nécio. Difusão da cultura punk como difusão da ideia de anarquia. *Cidades*, v. 9, n. 15, p. 206-232, 2012. Disponível em: <https://periodicos.uffs.edu.br/index.php/cidades/article/view/12213/7860>. Acesso em: 21 jul. 2025.

TURRA NETO, Nécio. Do território aos territórios. In: SOUZA, E. B. C. de; MAGNONI JÚNIOR, L. (orgs.). *Paisagem, território, região: em busca da identidade*. Cascavel: Edunioeste, 2010. p. 87–101.

TURRA NETO, Nécio. Enterrado, mas ainda vivo!: identidade punk e território em Londrina. 2001. 179 f. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Ciências e Tecnologia, 2001. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/entities/publication/afbba876-6b9e-4c46-87fc-b0f2dc63f66a>. Acesso em: 5 nov. 2025.

TURRA NETO, Nécio. Movimento hip-hop do mundo ao lugar: difusão e territorialização. *Revista de Geografia, Juiz de Fora*, v. 3, n. Especial, p. 1-11, 2013. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/geografia/article/view/17962>. Acesso em: 21 jul. 2025.

TURRA NETO, Nécio. “Punk e Hip-Hop na cidade”. *Cidades*, v. 6, n. 9, p. 122-154, 2009. Disponível em: <https://periodicos.uffs.edu.br/index.php/cidades/article/download/12552/8042/>. Acesso em: 08 out. 2025.

PACILIO, Isabela. “O que é K-pop? História do gênero que mudou a indústria da música”. *Revista QUEM*, [online], 20 mai. 2021. Disponível em: <https://revistaquem.globo.com/Entretenimento/kpop/noticia/2021/05/o-que-e-k-pop-historia-d-o-genero-que-mudou-industria-da-musica.html>. Acesso em: 15 out. 2025.

PAIVA, Andréa Lúcia da Silva de; SILVEIRA, Raquel Brum Fernandes; FERREIRA, Flávia Mendes; BATISTA, Maressa de Souza. *Circuitos jovens: breves reflexões sobre cultura, juventude e educação através do K-pop*. Monografia (Graduação) — Universidade Federal Fluminense - RiUFF, 22 abr. 2020. Disponível em: <http://educapes.capes.gov.br/handle/capes/770192>. Acesso em: 21 abr. 2025.

PALHA, Armando Perez. *Fãs brasileiros de K-Pop: um estudo sobre aculturação de consumo*. 2021. 167 f. Dissertação (Mestrado em Administração) — Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Programa de Pós-Graduação em

Administração – PROPAD, Recife, 2021. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/40186>. Acesso em: 22 jul. 2025.

PIRES, Victor de Almeida Nobre; JANOTTI JR., Jeder. “Listening is everything”: percursos de escuta conexa nas articulações entre playlists, pre-saves e recomendações musicais no Spotify. *Culturas Midiáticas*, [S. l.], v. 16, 2022. DOI: 10.22478/ufpb.2763-9398.2022v16n.60663. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/index.php/cm/article/view/60663>. Acesso em: 25 abr. 2025.

SANTOS, Rosana Aparecida Martins. *O estilo que ninguém segura: mano é mano! boy é boy! boy é mano? Mano é mano? Reflexão crítica sobre os processos de sociabilidade entre o público juvenil na cidade de São Paulo na identificação com a musicalidade do Rap Nacional*. 2002. Dissertação (Mestrado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002. . Acesso em: 5 nov. 2025.

SOUSA, Julyana Beatriz de. *K-pop: consumo da musica pop coreana na cultura juvenil brasileira*. 2016. 42 f. Monografia (Graduação) - Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais Aplicadas, Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2016. Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/handle/235/9589>. Acesso em: 22 abr. 2025.

SOUZA, Marcelo José Lopes de. O território: sobre espaço e poder, autonomia e desenvolvimento. In: CASTRO, Iná Elias de; GOMES, Paulo Cesar da Costa; CORRÊA, Roberto Lobato (orgs.). *Geografia: conceitos e temas*. 2. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000. p. 77-116. Disponível em: https://docs.fct.unesp.br/docentes/geo/raul/biogeografia_saude_publica/aulas%202014/2-Geografia%20-%20Conceitos%20e%20Temas.pdf. Acesso em: 15 out. 2025.

XAVIER, Maxwell Cavalcanti. *Construções identitárias do k-Pop e suas manifestações territoriais em Natal (RN)*. Orientador: Dr. Alessandro Dozena. 2024. 121f. Dissertação (Mestrado em Geografia) - Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2024. Disponível em: <https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/58032>. Acesso em: 22 abr. 2025.

GLOSSÁRIO

ARMY - Fã do grupo masculino BTS.

BOTTOM - Acessório decorativo fixado por meio de um alfinete. Pode ser utilizado em roupas e bolsas.

BOYGROUP - Grupo masculino.

COLLECTOR - Colecionador de produtos relacionados ao K-Pop.

DORAMA - Novelas de origens asiáticas, também podem ser chamadas de “dramas”. Possui subdivisões de acordo com o país de origem, como Japão (J-Dramas), Coreia do Sul (K-Dramas) e China (C-Dramas).

FANDOM - Comunidade de fãs de um determinado artista, grupo ou franquia.

GEEK - Pessoa que gosta de jogos, quadrinhos, filmes e séries, tecnologia e cultura pop.

HALLYU - Termo coreano que significa “Onda Coreana”, usada para descrever a crescente popularidade da cultura da Coreia do Sul, incluindo K-Pop, doramas, filmes, culinária, entre outros.

IDOLS - Artistas de K-Pop.

J-POP - Gênero de música pop de origem japonesa.

KPOPPER - Fã de K-Pop.

LIGHTSTICKS - Acessório oficial de artistas de K-Pop que possui luzes, normalmente utilizado em shows e sincronizado com as apresentações. Cada artista tem seu próprio design, servindo como um símbolo de identidade dos seus fãs.

LIKES - Curtidas em conteúdos de redes sociais.

MV - Abreviação de *Music Video*, ou seja, videoclipe.

OTAKU - Fãs de animes e mangás.

PHOTOCARDS - Pequenos cartões colecionáveis com imagens de artistas de K-Pop, usualmente incluídos em álbuns.

POLAROID - Fotos produzidas de câmeras instantâneas. No K-Pop, são feitas pelos fãs com imagens de artistas.

REELS - Vídeos curtos postados no *Instagram*.

SAFE SPACE - Termo em inglês que significa “espaço seguro”.

SEASONS GREETINGS - Kits ou pacotes lançados por artistas de K-Pop anualmente, com itens colecionáveis e produtos oficiais.

SUMMER PACKAGES - Kits ou pacotes de produtos oficiais lançados por artistas de K-Pop durante o verão.

STORIES - Tipo de postagem realizada no *Instagram* que desaparece após 24 horas.

STREAMING - Transmissão de conteúdo multimídia pela internet.

APÊNDICES

APÊNDICE 1 - Perguntas do 1º questionário elaborado.

1. Qual sua idade?
2. Em qual cidade você mora?
3. Quando você conheceu o K-Pop pela primeira vez? (ano/mês)
4. Como você conheceu o K-Pop? (Ex: redes sociais, amigos, eventos, entre outros)
5. Qual foi o primeiro artista ou grupo que fez você se interessar pelo gênero musical?
6. Para você, quais são os elementos que mais te atraem no K-Pop? (coreografias, visuais, letras de música, videoclipes, entre outros)
7. Você considera que o K-Pop influencia alguns hobbies seus? (canto, dança, desenho, entre outros)
8. Você considera que o K-Pop influencia alguns hábitos seus? (vocabulário, estilo, compras, consumo, entre outros)
9. Você interage com outros ouvintes de K-Pop? De maneira virtual, pessoal (encontros, eventos, outros) ou ambas?
10. Como você costuma identificar outras pessoas que também gostam de K-Pop?
11. Você conhece locais específicos em Presidente Prudente onde fãs de K-pop costumam se reunir?
12. Você interage com os kpopers de Presidente Prudente de maneira virtual? Como você localiza essas pessoas, e em quais redes sociais?
13. Com que frequência você participa de eventos culturais que possuem espaços dedicados ao K-Pop?
14. O que te atrai a participar desses eventos culturais? (Lojas, apresentações, músicas, interações sociais entre fãs, entre outros)

APÊNDICE 2 - Perguntas do 2º questionário elaborado.

SESSÃO 1 - CONTATO COM O K-POP

- 1- Quando você conheceu o K-Pop pela primeira vez? (ano)
- 2- Como você conheceu o K-Pop?
- 3- Para você, quais são os elementos que mais te atrai no K-Pop?
- 4- Você considera que o K-Pop influencia alguns hobbies seus?
- 5- Você considera que o K-Pop influencia alguns hábitos seus?
- 6- Você interage com outros ouvintes de K-Pop?
- 7- Como você mais costuma identificar outras pessoas que gostam de K-Pop?
- 8- Você conhece locais específicos em Presidente Prudente onde fãs de K-pop costumam se reunir?
- 9- Você interage com os kpopers de Presidente Prudente?
- 10- Com que frequência você participa de eventos culturais que possuem espaços dedicados ao K-Pop?
- 11- O que te atraiu para este evento?
- 12- Você teria interesse em participar de uma entrevista para contribuir ainda mais com a minha pesquisa? Se sim, por favor, deixe uma forma de contato abaixo.
- 13- Por fim, você gostaria de compartilhar suas redes sociais para que possamos acompanhar suas postagens e conteúdos relacionados ao K-Pop? Caso sim, deixe os seus @ abaixo.

SESSÃO 2 - PERFIL DO FÃ

- 1- Qual sua idade?
- 2- Qual seu gênero?
- 3- Qual sua raça/cor?
- 4- Em qual cidade você mora?
- 5- Em qual bairro você mora?
- 6- Qual é sua renda familiar mensal total?

APÊNDICE 3 - ROTEIRO DAS ENTREVISTAS SEMIESTRUTURADAS

PRIMEIRA PARTE - IDENTIFICAÇÃO

1. Qual idade? Gênero? Cor? Ocupação?
2. Onde você mora? (cidade/bairro)

SEGUNDA PARTE - PRIMEIRO CONTATO, IDENTIDADE E ESTILO

1. Quando você conheceu o K-Pop pela primeira vez? (mês/ano)
2. Como você conheceu o K-Pop?
3. Para você, quais são os elementos que mais te atraem no K-Pop?
4. Você acha que o K-pop influenciou a forma como você se vê ou se expressa?
5. Você acha que o K-Pop influenciou a forma como as outras pessoas te veem? (Reação da família/amigos, perguntas sobre o K-pop, envio de postagens...)
6. Você considera que o K-Pop influencia alguns hobbies seus? (Canto; Dança; Desenho; Artesanato; Coleção de produtos de K-Pop; Consumo de doramas e animes...)
7. Você considera que o K-Pop influencia alguns hábitos seus? (Vocabulário; Estilo; Consumo de conteúdos virtuais; Compras de produtos de grupos; Alimentação; Cosméticos; Estudo do idioma coreano...)
8. Você já tentou reproduzir penteados, maquiagens ou visuais inspirados em ídols de K-Pop?
9. Você, como fã de K-Pop, sente que pertence a um grupo/comunidade em que você possa ter a liberdade de ser você mesmo?
10. Você já foi julgado por ser fã de K-pop?

TERCEIRA PARTE - INTERAÇÕES SOCIAIS

1. Você interage com outros ouvintes de K-Pop?
2. Como você mais costuma identificar outras pessoas que gostam de K-Pop?
3. Você já fez parte de grupos de kpopers em redes sociais ou aplicativos de conversa, fanbases, ou projetos de fãs (como compras em grupo, votações, etc)?
4. Você interage com os kpopers de Presidente Prudente?

5. Você conhece locais específicos em Presidente Prudente onde fãs de K-pop costumam se reunir?
6. Com que frequência você participa de eventos culturais que possuem espaços dedicados ao K-Pop?
7. O que te atrai nestes eventos?