



GLOBALIZAÇÃO E A INDÚSTRIA FONOGRÁFICA: ALGUNS IMPACTOS DO K-POP NA CIDADE DE MANAUS - AM

Camilli Victorine Menezes de Seixas

Graduada em Geografia pela Universidade Federal do Amazonas (UFAM), Manaus, Brasil

camilli.seixas@ufam.edu.br

RESUMO – A difusão global do K-pop é resultado da ascensão econômica da Coreia do Sul que por sua vez impulsionou a indústria fonográfica e de entretenimento. Essa intensa expansão da música pop sul-coreana reflete a globalização e o ápice do capitalismo, enquanto a interatividade online e eventos presenciais fortalecem os laços da comunidade de fãs, até mesmo na Amazônia, demonstrando a abrangência global desta cultura. Portanto, propõe-se compreender, por meio de uma perspectiva geográfica, os impactos do K-pop na cidade de Manaus tomando como ponto de partida os efeitos da globalização. Para isso, foram realizadas pesquisas em fontes bibliográficas a fim de constituir um levantamento teórico sobre o tema, enquanto para elaborar o mapa de distribuição espaço-temporal dos eventos de K-pop que ocorrem na cidade de Manaus, foram utilizadas fontes jornalísticas de divulgação em massa online juntamente com outros estudos. Como resultado foi possível observar que, o boom do K-pop no Brasil começou em 2010, especialmente entre mulheres jovens. Na cidade manauara, existe uma base de fãs crescente, evidenciada pela expansão de eventos inicialmente centrados nas áreas urbanas principais, mas que agora se descentralizam, alcançando áreas periféricas. Isso demonstra uma tendência de descentralização e expansão da influência da cultura K-pop no Brasil.

Palavras-chave: Globalização; K-pop; Amazônia; Manaus; Coreia do Sul.

GLOBALIZATION AND THE FONOGRAPHIC INDUSTRY: SOME IMPACTS OF K-POP IN MANAUS – AM

ABSTRACT – The global dissemination of K-pop is a result of South Korea's economic rise, which in turn boosted the music and entertainment industry. This intense expansion of South Korean pop music reflects globalization and the peak of capitalism, while online interactivity and offline events strengthen fan community bonds, even in the Amazon, showcasing the global reach of this culture. Therefore, it is proposed to understand, through a geographical perspective, the impacts of K-pop on Brazilian territory, starting from the effects of globalization. To achieve this, research was conducted using bibliographic sources to establish a theoretical framework on the topic. Additionally, to create a spatial-temporal distribution map of K-pop events in the city of Manaus, mass online media sources were used along with other studies. As a result, it was observed that the K-pop boom in Brazil began in 2010, particularly among young women. In Manaus, there is a growing fan base, evidenced by the expansion of events initially centered in the main urban areas, but now decentralizing to reach peripheral areas. This demonstrates a trend of decentralization and expansion of the influence of K-pop culture in Brazil.

Keywords: Globalization; K-pop; Amazon; Manaus; South Korea.

INTRODUÇÃO

O K-pop consiste em um fenômeno global, oriundo da Coreia do Sul, presente em todo o mundo. Esta indústria musical coleciona milhões de consumidores a cada ano, ultrapassando as fronteiras dos territórios nacionais, configurando-se como exemplo do poder da globalização de

EDIÇÃO ESPECIAL:

Dossiê Amazônia, mudanças e realidades contemporâneas



PÁGINA 263

disseminar e popularizar a cultura coreana. Com a internacionalização do K-pop, outros aspectos da cultura coreana acabam sendo exportados para outros países (como a culinária, a língua, o cinema e a moda coreana), através da técnica da informação, possibilitando o consumo globalizado de músicas coreanas. A expansão do K-pop é algo planejado e há muitos investimentos por trás desta indústria, de modo a promover uma imagem positiva do território coreano, atraindo a atenção de outras localidades. Desse modo, a Coreia do Sul acaba ganhando mais visibilidade no mercado internacional, fortalecendo a sua influência no cenário mundial.

A cultura do K-pop tem se mostrado como um fenômeno global significativo, e sua presença no Brasil não é exceção. De fato, a globalização desempenha um papel fundamental na difusão e no impacto do K-pop em territórios diversos, incluindo o brasileiro. Mas como o K-pop, originário da Coreia do Sul, tem influência no Brasil, mesmo estando do outro lado do mundo?

A globalização é o conceito chave para entender a expansão e o sucesso do K-pop. Para Milton Santos (2001, p. 12), “a globalização é, de certa forma, o ápice do processo de internacionalização do mundo capitalista”. O autor considera que a globalização significa o ponto mais alto da interconexão e interdependência entre as nações, tendo como resultado uma intensificação das relações econômicas e culturais em escala global. O processo de globalização é complexo e apresenta como ponto central o capitalismo. Diante deste fato, o K-pop pode ser analisado como um fenômeno cultural que expõe as dinâmicas da globalização.

O presente estudo tem como objetivo refletir sobre os efeitos da globalização do K-pop no cenário internacional e no Brasil, com especial enfoque na cidade de Manaus sob a perspectiva geográfica. Aborda-se a respeito da ascensão da economia coreana, que foi fundamental para a recuperação do país, será analisada como se deu a difusão dessa cultura para o mundo e como essa influência se manifesta na cidade manauara.

METODOLOGIA

O universo deste estudo está pautado na difusão do K-pop em escala global, nacional e regional, a fim de analisar os efeitos da música pop sul coreana especificamente em Manaus. O suporte metodológico deste estudo se deu por meio de pesquisa bibliográfica, buscando por livros, artigos, sites oficiais e pesquisas, com ênfase nas noções de globalização e impacto da indústria fonográfica no território.

Para entender o desenvolvimento e a reestruturação da economia sul-coreana e sua relação com a promoção da industrialização da fonografia (do K-pop) desse país, foi necessário realizar um breve resgate histórico sobre o modelo de crescimento utilizado, que se baseou em uma centralização do capital estatal, resultando numa ascensão no sistema mundial de técnicas. Na obra “Por uma Outra Globalização: do pensamento único à consciência universal”, Milton Santos explora as noções e efeitos de globalização, que se configura como um conceito chave para entender que a expansão do K-pop em cidades como Manaus não ocorre no vácuo. A fim de analisar os dados acerca do consumo de K-pop, foram realizadas leituras em artigos e dissertações sobre o tema.

A fim de observar a distribuição espaço-temporal dos eventos (encontros de fãs, festas e afins) de K-pop que ocorrem na cidade de Manaus. Foram realizadas pesquisas em fontes jornalísticas de massa online para os anos de 2022 a 2024: AM POST (2024), G1 AM (2022), Misna (2023), Aquino (2022) e Portal do Holanda (2022). Foram extraídos dessas fontes informações como ano, local, zona administrativa em que ocorreram, e o tipo de evento. Essas informações foram somadas ao levantamento prévio realizado por Oliveira (2022) que trabalhou com o recorte temporal de ano 2019 ao ano 2022. Esses dados foram georreferenciados via o software Google Earth Pro e processados no Qgis, neste, sendo possível a elaboração de mapa temático.



UM OLHAR HISTÓRICO SOBRE A ECONOMIA COREANA: DESENVOLVIMENTO E TRANSFORMAÇÕES AO LONGO DO TEMPO

A Coreia do Sul passou por transformações significativas no que concerne ao setor econômico do país. Entre tais acontecimentos, vale a pena ressaltar a ocupação japonesa, a Guerra das Coreias, a presença dos Estados Unidos e a sua acentuada ascensão econômica dos últimos anos, sendo este período denominado de diversas maneiras: “milagre econômico”, “milagre do Rio Han”, “milagre sul-coreano” e até mesmo “milagre asiático”.

A ocupação japonesa na península coreana revela-se como um dos fatores externos que teve sua parcela de participação no desenvolvimento econômico coreano. De acordo com Lima (2017) citado por Veronezi (2023), a indústria manufatureira na Coreia do Sul inicia o desenvolvimento de mão de obra qualificada, graças ao deslocamento de setores industriais fundamentais para o país, por meio das zaibatsus, que são conglomerados comerciais e industriais de grande influência no Japão. Esta transferência de setores industriais se deu no contexto do início da Segunda Guerra Mundial, com a finalidade de que se houvesse a produção e transferência de mercadoria para a metrópole colonial e, conseqüentemente, o “aumento da participação da indústria pesada na indústria manufatureira na Coreia do Sul, assim como criando uma infraestrutura no país [...]” (LIMA, 2017, p. 605). A aliança entre o Estado e empresas privadas (zaibatsus), assim como no Japão, também foi passado adiante na Coreia do Sul, dessa vez, com o pacto entre o Estado e os chaebols (conglomerados industriais administrados por um grupo de pessoas)

Lima (2017) relata que, após a Segunda Guerra Mundial e o fim da expansão japonesa na Coreia do Sul, os Estados Unidos observaram no país uma espécie de reordenador do quadro político internacional no curto tempo em que se estabeleceu ali. Em decorrência deste fato, a reforma agrária, juntamente com a introdução de um sistema de alfabetização propiciado pelos Estados Unidos, indicaram grandes avanços em variados setores da Coreia do Sul. Entretanto, com a Guerra das Coreias, em 1950, essa estrutura foi abalada e, como consequência, a formação de mão-de-obra também foi perturbada. Simultaneamente a este ocorrido, os laços entre Coreia do Sul e Estados Unidos fortaleceram-se devido ao fato de que a Coreia do Norte juntou-se com países que eram considerados comunistas. Segundo Lima (2017), este acontecimento gerou uma série de benefícios econômicos para a Coreia do Sul por meio dos Estados Unidos, juntamente com a Guerra do Vietnã ainda em 1950. Desta década em diante, o auxílio financeiro transformou-se em empréstimo externo com a atuação do setor privado, isso significou uma diminuição de recursos dos Estados Unidos para a Coreia. No entanto, neste período, através do Tratado de Normatização, Japão e Coreia do Sul recuperaram o seu relacionamento diplomático, que será caracterizado pela alta procura do Japão por bens coreanos. Depois de delinear todo o contexto acima, é evidente que tanto os recursos técnicos estadunidenses (1940 a 1950), quanto os japoneses (1960 a 1970), foram extremamente importantes para o desenvolvimento econômico da Coreia do Sul. Além disso, o Euromercado — mercado de títulos emitidos em dólares fora dos Estados Unidos — também se configura como um marco para a economia coreana, visto que a beneficiou no momento em que este implementou as indústrias pesada e química.

Na década de 80, como constata Lima (2017, p. 609), a Coreia do Sul ostentou uma “performance macroeconômica e de comércio exterior que o diferenciou de outros países em desenvolvimento”. O que alimentou um amplo debate acerca do sucesso do país foi o seu relacionamento econômico e político com os Estados Unidos e o Japão. Nesse caso, os Estados Unidos se consolidou como maior mercado de destino de exportações coreanas; o Japão consistia enquanto fonte de tecnologia para a Coreia do Sul. Ainda que estes eventos externos, ocorridos entre 1940 e 1980, tenham sido um marco determinante para a economia coreana, não se pode deixar de analisar os fatores internos que muito contribuíram para o sucesso econômico do país.



O governo da Coreia do Sul utilizou um modelo de desenvolvimento econômico em que o Estado foi o principal agente e conduziu uma política econômica que alimentou o crescimento e a transformação estrutural previstos nos planos quinquenais (um projeto de desenvolvimento econômico com o objetivo de aumentar a riqueza do país e estabilizar a economia). A presença das Chaebols e as empresas estatais coreanas, se configuraram como importantes elementos para o processo de diversificação industrial, na estrutura de propriedade de capital. Uallace Moreira (2017) afirma que as chaebols são vistas pelo governo como uma porta de entrada para a acumulação de tecnologia e, principalmente, marcaram presença em todas as fases da industrialização do território coreano, como em 1960, na fase da expansão da indústria leve; em 1970, na implementação de indústrias pesadas e químicas; e na década de 80, os chaebols foram significativos para a intensificação e expansão de ramos mais intensivos nas atividades de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D). As empresas incorporadas às chaebols, começaram a agir em setores intensivos de tecnologia e, no decorrer dos anos 1980, participaram ativamente no processo de privatização bancária à medida em que mais chaebols obtinham bancos, passando assim a operar mais intensamente no setor financeiro. Sendo assim, a Coreia do Sul presenciou um aumento na qualidade da pauta exportadora na sua inserção no comércio internacional, que deu continuidade ao crescimento econômico elevado.

A centralização do capital mostrou-se como um fator decisivo no desenvolvimento coreano, visto que o governo pôs em ação o plano de vincular o crédito externo com crédito interno a fim de financiar o plano de desenvolvimento. Desse modo, houve a implementação de uma política de controle das empresas financeiras, controle das taxas de juros e controle da distribuição de recursos financeiros com o objetivo de direcionar crédito conforme as estratégias de cada momento histórico do país. No período de expansão japonesa na Coreia do Sul, a fundação do Industrial Bank of Chosen foi o fator mais marcante para a formação do sistema financeiro coreano. Contudo, o Industrial Bank of Chosen passou a ser Bank Of Korea (Banco Central da Coreia), na medida em que a presença estadunidense já se fazia presente em território coreano, criando também o Korea Agriculture Bank (Banco da Agricultura). Em 1984, aconteceu a privatização do sistema bancário, em que as chaebols detiveram o controle acionário desses bancos. O Banco Central da Coreia ainda assim, permaneceu influente no direcionamento das empresas financeiras, ou seja, a privatização desse sistema financeiro não significou o fim do controle do Estado na economia.

Um processo de absorção e desenvolvimento das técnicas foi possível graças à articulação da estrutura de propriedade, organização industrial e a política de centralização de capital. O Estado, as chaebols e o sistema financeiro vão estar presentes no plano de absorção de tecnologia. Sobretudo as chaebols foram de suma importância para a internalização das técnicas mais modernas, quando se analisa a expansão do ramo de bens de capital na Coreia do Sul, estes grandes grupos industriais coreanos produziram internamente, através do aprendizado que se deu por meio de aquisição de bens de capital estrangeiro, com o objetivo de atender as necessidades internas.

A experiência sul-coreana prova que existem oportunidades de expansão mesmo em situações de crise e contribui para a discussão sobre o papel do nacional e do global na internacionalização da economia. Para o Brasil, esse caminho pode representar um exemplo e um desafio (MASIERO, 2003, p. 17).

Ainda segundo o autor, no ano de 1995, apenas quatro das maiores chaebols, representavam sozinhas 10% do PIB coreano, entre estas firmas: Samsung e LG. Ambas se encontram operando na Amazônia, mais especificamente em Manaus, desde os anos 2000, conforme a tabela que apresenta o perfil das empresas operando no Brasil elaborada pelo autor:



Tabela 1. Perfil de empresas coreanas atuando no Brasil

Empresas	Tipos de produtos fabricados	Valor do investimento	Nº empregados	Cidades
Samsung Corporation	TV e monitor	200	850	Manaus
	coloridos/produtos eletrônicos			
Siderúrgica Pohang	Pallets	110	100	Vitória
Samsung Eletronics	CTV, VTR, Monitor de	80	400	Manaus
	computadores, microondas, produtos eletrônicos			
LG Eletronics (SP)	Monitor de computadores (14, 15, 17 pol)	35	400	São Paulo
LG Eletronics (AM)	CTV, VTR, microondas, produtos eletrônicos	30	350	Manaus
Daewoo Eletronics	CTV, VCR, produtos eletrônicos	8	300	Manaus

Fonte: Masiero (2000, p. 27) com dados de KOTRA São Paulo (2000)

Masiero (2003) afirma que na década de 1990, os investimentos no exterior superaram os investimentos no mercado interno. Em 1994, uma política é determinada na Coreia do Sul a fim de que o país possa preparar-se para os impasses da globalização, chamada de Segyehwa — um programa para que os setores sociais, políticos, econômicos e culturais se tornassem competitivos em nível internacional.

Portanto, a Coreia do Sul do presente se coloca como uma potência industrial e das técnicas em geral. Seu rápido desenvolvimento econômico a partir da segunda metade do século XX, foi liderado por setores como automobilismo e eletrônicos. De maneira indissociável à modernização na tecnosfera, verifica-se a construção de uma psicofera no contexto da globalização que tem no K-pop uma de suas faces.

construção de uma psicofera no contexto da globalização que tem no K-pop uma de suas faces.

GLOBALIZAÇÃO E A INDÚSTRIA FONOGRÁFICA: ACERCA DO K-POP

A ascensão econômica coreana possibilitou o investimento na indústria fonográfica da Coreia



do Sul. Apesar dos planos de desenvolvimento econômico voltados para as exportações de manufaturados, a Coreia do Sul tornou-se um país que também exporta a sua cultura através de mercadorias culturais que se associam aos costumes de outros lugares: culinária, moda, idioma, filmes, séries de TV e, principalmente, música. A este fenômeno é dado o nome de Hallyu, que significa “onda coreana”, tendo como principal agente a música nos anos 90, com um arranjo e uma estrutura voltados para o público adolescente (CUNHA e KERTSCHER, 2019). Portanto, a ascensão do K-pop — Korean pop — não foi algo “espontâneo”, pois há por trás desta indústria estratégias conduzidas pelo Estado, num conjunto de espécies de políticas territoriais, e pela indústria do entretenimento:

Os investimentos do governo fomentaram a indústria do entretenimento e mais empresas surgiram a partir dos anos 2000, com nomes como TVXQ, Big Bang e Super Junior, que conquistaram públicos cada vez maiores. Nos anos seguintes, as paradas musicais, os programas de TV e rádio, revistas e os assuntos dos adolescentes da Coreia do Sul foram dominados por grupos, com cerca de cinco ou mais integrantes, que cantavam e dançavam canções pop com influências da música ocidental (CUNHA e KERTSCHER, 2019, p. 80).

Alguns artistas marcaram o grande crescimento do K-pop e são reconhecidos mundialmente como: BTS (Bangtan Boys) e BlackPink, permanecendo no topo das listas internacionais de músicas mais tocadas a cada ano. Conforme o canal de notícias CNN Brasil (2023), no primeiro lugar na lista dos artistas de Kpop mais ouvidos do mundo em 2023 está o grupo musical masculino BTS, seguido do grupo feminino Blackpink. O grupo BTS teve seu debut (estreia) no ano de 2013 e se configura como um marco consolidado na indústria musical, devido ao seu enorme sucesso em todos os continentes, abrindo portas e possibilidades para as novas gerações do K-pop que entram em cena nesse novo cenário globalizado da música pop coreana. O grupo chegou a participar e discursar em eventos como a 75ª e 76ª Assembleia Geral da ONU (Organização das Nações Unidas) em 2020 e 2021, juntamente com líderes mundiais. De acordo com o site oficial do Spotify (2024), uma das principais plataformas digitais de música do mundo, as transmissões anuais da playlist “K-pop ON!” apresentaram um salto de mais de 5.600% desde o ano de 2015.

Segundo Valdevino (2022, p. 29), ao final da década de 80, o Ministério Cultural sul coreano começou a investir no segmento cultural popular a fim de espalhar a cultura do país por meio do entretenimento, “Com o aumento de capital inserido na indústria fonográfica, as coreografias e MVs (Music Videos) marcantes, foram aparecendo e demarcando o estilo pop coreano”. De acordo com a autora, no ano de 2005, o governo sul coreano criou para a indústria do K-pop um fundo monetário de um bilhão de dólares, isto quando o K-pop ainda não estava em seu auge. Em 2019, esta indústria rendeu para o país US\$ 4,7 bilhões, onde aproximadamente 3,7 bilhões foram efeito do BTS de forma direta ou indireta.

Na prática, o K-pop, enquanto fenômeno cultural de consumo internacional, realiza-se como um elemento da globalização e, portanto, ápice do capitalismo. Conforme Santos (2001), neste cenário mundial atual, a globalização nos é apresentada como fábula onde as fantasias são repetidas inúmeras vezes a fim de sustentar esse discurso de que a globalização promove oportunidades, bem-estar e felicidade para toda população igualmente, pois se reproduz como “Um mercado avassalador dito global é apresentado como capaz de homogeneizar o planeta quando, na verdade, as diferenças locais são aprofundadas” (SANTOS, 2001, p. 19). Na divisão internacional do trabalho, a ascensão econômica da Coreia do Sul consolida esse país como centro produtor, inclusive no setor fonográfico, e outras áreas periféricas do sistema-mundo se efetivam como consumidoras. A difusão do K-pop por advento da Internet torna possível o



consumo desta mercadoria em outros locais mundo afora da Coreia do Sul, mas não se deve esquecer que existem grandes corporações nessa indústria fonográfica, de acordo com Bernardo e Lima (2019), destacam-se: S.M. Entertainment, YG Entertainment e a JYP Entertainment. Entretanto, com o sucesso cada vez maior do grupo BTS (e outros grupos que surgiram posteriormente), a BigHit Entertainment (empresa que administra o grupo), consegue competir com as maiores empresas do ramo musical coreano.

A técnica da informação alcança (de modo direto ou indireto), cada canto de todos os países. “Cada lugar tem acesso ao acontecer dos outros”, como afirma Santos (2001, p. 26). A difusão da cultura em massa não é novidade da indústria do entretenimento coreana, visto que o mercado do entretenimento ocidental já dominava as paradas musicais internacionais há bastante tempo. No entanto, esse quadro de monopólio ocidental começa a mudar, quando, de acordo com o site Zappeando (2023), em 2017, o grupo BTS começou a surgir no mercado fonográfico mundial trazendo consigo uma sonoridade singular e diferente do habitual, popularizando um idioma totalmente diferente do inglês, com músicas e conceitos estabelecidos, em parte, conforme os moldes da cultura asiática. A Coreia do Sul, nos dias de hoje, tem como objetivo de “expandir sua influência midiática e credibilidade diplomática pelo mundo”, beneficiando-se do consumo e do sentimento de afeto por mercadorias relacionadas através dos fãs internacionais (MONTEIRO, 2018, p. 18).

A ascensão de mais artistas coreanos tem gerado tanto curiosidade quanto apreensão em relação ao novo, à medida que o K-pop se insere na vida diária das pessoas. A difusão da música coreana tem levado a uma difusão global que abrange não apenas a música, mas também elementos culturais como culinária, moda, filmes, séries, literatura e o estilo de vida asiático. Este fenômeno se infiltra discretamente, despertando interesse e criando uma rede de conexões entre aqueles que compartilham gostos semelhantes, formando os chamados “fandoms” (bases de fãs).

Como a música pop coreana está mais ou menos presente em todos os continentes, a interatividade entre os fãs dessa cultura se intensifica à medida em que os indivíduos criam conexões com outros gostos semelhantes por meio da Internet, que permite essa integração entre os lugares e também torna-se possível acompanhar em tempo real os acontecimentos no mundo do entretenimento e outras ramificações da indústria. Os impactos desta rede de interações crescente pode ser vista dentro e fora das interações virtuais. A globalização alcança e modifica os lugares. Existe a demanda para o consumo de produtos relacionados ao K-pop, logo, os mercados nacionais e regionais devem preocupar-se em fornecer e adaptar-se às novidades que adentram os seus territórios. Ou seja, o consumo de música pop coreana cresce a cada dia, graças aos meios de acesso que tornam possível consumir este produto. O meio técnico-científico informacional (união da técnica, ciência e informação) potencializa o consumo do K-pop no mundo globalizado. De acordo com Milton Santos:

Neste período, os objetos técnicos tendem a ser ao mesmo tempo técnicos e informacionais, já que, graças à extrema intencionalidade de sua produção e de sua localização, eles já surgem como informação; e, na verdade, a energia principal de seu funcionamento é também a informação. Já hoje, quando nos referimos às manifestações geográficas decorrentes dos novos progressos, não é mais de meio técnico que se trata. Estamos diante da produção de algo novo, a que estamos chamando de meio técnico científico-informacional (SANTOS, 2006, p. 159).

Ainda segundo Santos (2006), o espaço geográfico por se configurar como técnico-científico informacional, é universal. Mesmo em locais onde se manifesta de forma pontual, ele garante o funcionamento dos processos interligados que são referidos como globalização.



Além das interações virtuais, eventos presenciais como shows, convenções, feiras e festas são organizados para amplificar o senso de comunidade entre os fãs. Com isso, a presença e a expansão do K-pop não poderia ser diferente na Amazônia. Tomando como exemplo a metrópole Manaus (Amazonas, Brasil), centro mais dinâmico da Amazônia, é possível verificar a existência de várias fanbases (comunidades de fãs) espalhadas pela cidade. Estes são os responsáveis por realizar os eventos de K-pop e contam com colaboradores, além de serem realizados em lugares públicos como shoppings (Figura 01) e praças. Algo interessante a respeito da técnica da informação de que Milton Santos (2001) fala, é que até mesmo os fãs de K-pop que residem em áreas mais afastadas da Região Metropolitana de Manaus e de demais cidades do interior, podem integrar essas comunidades de fãs de forma virtual, contribuindo ainda para a difusão da cultura coreana no contexto da globalização.

Figura 1. 9º Encontro Army Nation - exemplo de evento de difusão da cultura K-pop em Manaus.



Org: a autoria (2024).

O lugar não se explica mais pelo lugar, visto que a globalização atinge e modifica os lugares. Atualmente pode-se discutir sobre um desejo de unificação absoluta com base na tirania do dinheiro e da informação que produz situações onde coisas, homens, ideias, comportamentos, relações e lugares é atingido. Através da empiricização da universalidade que a globalização possibilitou, estamos nos aproximando da construção de uma “filosofia das técnicas e das ações correlatas” que seja uma forma de conhecimento prático do mundo como um todo e das características específicas dos lugares. Na presente fase da globalização, devido ao papel unificador das técnicas da informação, o uso das técnicas muda de um uso “desigual e combinado”, para algo que precisa estar presente em todos os países dos sistemas técnicos dominantes (SANTOS, 2001). O K-pop não apenas reflete, mas também impulsiona a fase atual da globalização, onde as técnicas da informação desempenham um papel unificador na difusão da cultura e na criação de uma comunidade global de fãs.

O processo de globalização influencia de modo direto ou indireto sobre todos os aspectos da vida: econômico, cultural, relações interpessoais e a subjetividade (SANTOS, 2001). A própria cultura do K-pop pode ser tomada como exemplo. No que diz respeito ao aspecto econômico, o fenômeno do K-pop é visto como uma indústria que lucra bastante em todo o mundo, não somente relacionado à música, mas também outros produtos como, roupas, eventos e acessórios



personalizados. De Souza-Leão e Costa (2018), afirmam que os fãs se configuram como consumidores singulares, graças ao fato de desenvolverem laços afetivos com produtos culturais. Os K-poppers (fãs de K-pop), estão inseridos neste contexto, pois criam um afeto em produtos relacionados aos seus ídolos do K-pop; outro fato interessante é que cada país onde o K-pop está inserido, consome e adapta a cultura coreana, misturando elementos culturais coreanos aos elementos culturais locais. Por exemplo, misturar a culinária, a moda e outros costumes coreanos com a culinária, a moda e os costumes brasileiros. Desta forma, essa mistura de culturas influencia o modo de vida de quem consome K-pop; Com uma comunidade tão grande de fãs em escala global, através da Internet, o K-pop cria uma interação de pessoas que compartilham os mesmos gostos e transcende territórios nacionais, visto que K-poppers de todos os países conseguem se relacionar por meio de fóruns de discussão, redes sociais e eventos online; desse modo, o K-pop pode significar um estilo de vida e integrar-se à subjetividade do indivíduo.

O IMPACTO DO K-POP NO ESPAÇO URBANO DE MANAUS

Considerando o amplo alcance global do K-pop e seu impacto no estilo de vida dos consumidores, surge a questão: Como ocorre o consumo de K-pop no Brasil?

De acordo com Cruz (2016, p. 73-74), “Algo notável na estratégia de difusão do K-pop pelo mundo é a centralidade do papel da Internet”. A Internet e as mídias sociais foram os principais precursores para a internacionalização da música coreana e é desse modo que os brasileiros consomem e conseguem acompanhar o K-pop. A autora ainda afirma que desde o início dos anos 2000, já havia entusiastas de músicas coreanas no Brasil, contudo, o acesso a Internet ainda era reduzido, desse modo, a criação da plataforma de vídeos Youtube, em 2009, possibilitou a inclusão de novos ouvintes de música pop coreana.

Berto e Almeida (2015) conduziram uma pesquisa com a finalidade de investigar idade, gênero, origem familiar entre outros aspectos dos Kpoppers brasileiros, através de um questionário aplicado em quatorze grupos no Facebook relacionados a K-pop, acumulando um total de mil respostas. Segundo os resultados da pesquisa, no que diz respeito ao gênero dos ouvintes de K-pop: “Dentre as mil pessoas que responderam ao questionário, 85,5% são do gênero feminino e 51,9% têm entre 15 e 18 anos” (BERTO e ALMEIDA, 2015, p. 40). Além disso, 92,2% dos respondentes não possuem descendência de família asiática levando a conclusão de que, independentemente da origem familiar, os Kpoppers ainda assim possuem um “pertencimento” com a cultura coreana. No que concerne a distribuição espacial dos fãs de K-pop no Brasil, na época em que a pesquisa foi aplicada, 49,5% dos consumidores de K-pop residiam na região Sudeste; 20,4% na região Sul; 17,3% na região Nordeste; 9,2% na região Centro-Oeste e por fim, 3,6% na região Norte. Ao analisar esses dados, é possível perceber que a grande maioria dos eventos mais importantes ocorrem no Sul e Sudeste devido a maior concentração de fãs nessas regiões. Embora os dados desta pesquisa sejam relevantes para entender o consumo do K-pop no Brasil, é interessante considerar que desde 2015 até os dias de hoje, houve um crescimento substancial da indústria fonográfica do K-pop no território brasileiro, inclusive na região amazônica.

Dias et al. (2023) afirmam que, segundo os dados do Spotify do ano de 2022, desde o ano 2018 “houve um aumento global de 230% em streams de K-pop no Spotify, resultando em quase 8 bilhões de streams por mês em todo o mundo” (DIAS et al. 2023, p. 03). Conforme os autores, no Brasil a playlist “Kpop ON” acumula mais de 11 milhões de streams entre janeiro e agosto de 2022, tornando o país o quinto maior consumidor de K-pop e aumentando o consumo de música pop sul coreana em 47% ao ano. Os autores realizaram uma pesquisa visando conhecer e descrever as motivações para o aumento do consumo de K-pop no Brasil, partindo da 4ª onda Hallyu (4ª “Onda Coreana”, na qual o K-pop já estava consolidado, sendo esta, consequência da 3ª Onda, que foi responsável pela expansão global do K-pop). Por meio de um questionário, distribuído em mídias



sociais e grupos online sobre o assunto, das 87 respostas consideradas válidas:

Na amostra coletada por meio do questionário foi possível identificar que 82,8% dos participantes são do sexo feminino, 11,5% do sexo masculino e 5,7% outros. Pode-se relacionar o gênero feminino como maior participante desta pesquisa. No tópico idade, 59,8% possuem idades entre 20 e 25, 29,9% idades entre 16 e 19, e 10,3% com mais de 25 anos (DIAS, et al, 2023, p. 13).

Como na pesquisa de Berto e Almeida (2015), o texto de Dias et al. (2023) indicou uma porcentagem significativamente maior de participantes do gênero feminino em comparação com o sexo masculino.

Na região Norte, a exemplo das capitais mais dinâmicas, Manaus (Amazonas) e Belém (Pará), pode-se perceber que estas também estão inseridas no consumo ativo de K-pop e seus produtos. Conforme Pereira (2022), ao conferir resultado do questionário aplicado em grupos (relacionados a K-pop) no WhatsApp e no Twitter, é possível observar que: na região Norte, o potencial de compras em produtos de K-pop está concentrado nos estados do Pará e do Amazonas, mais especificamente em suas capitais respectivas, Belém e Manaus. A autora levanta uma questão interessante do porquê o poder de compra de produtos de K-pop estar concentrado apenas nessas capitais da Amazônia, teorizando que isso ocorre devido ao fato de que essas cidades têm mais acesso às redes na qual os produtos coreanos são mais divulgados. Ou seja, é possível considerar que as duas únicas metrópoles da Amazônia são as que têm maior aproximação na relação local-global de modo a manifestar, material (relações econômicas) e imaterialmente (relações jurídico-políticas e ideológicas), o processo de metropolização do espaço que dialoga diretamente com a globalização.

Os eventos organizados de fãs para fãs abrangem uma variedade de formatos, tais como feiras, encontros e concursos de dança e covers. Geralmente, esses eventos são estruturados e organizados de maneira específica para atrair pessoas de todas as idades, ocorrendo durante o dia, pela manhã, à tarde ou ao longo do dia. Devido a essas características, são comumente realizados em locais como praças, shoppings (principalmente nas áreas de alimentação), parques, cafés e centros de convivência, tanto em espaços públicos quanto privados. Além disso, há também festas noturnas que se estendem até a madrugada, voltadas para fãs de K-pop maiores de 18 anos. Esses eventos, direcionados a esse público específico, geralmente ocorrem em locais privados, como casas de show ou pubs.

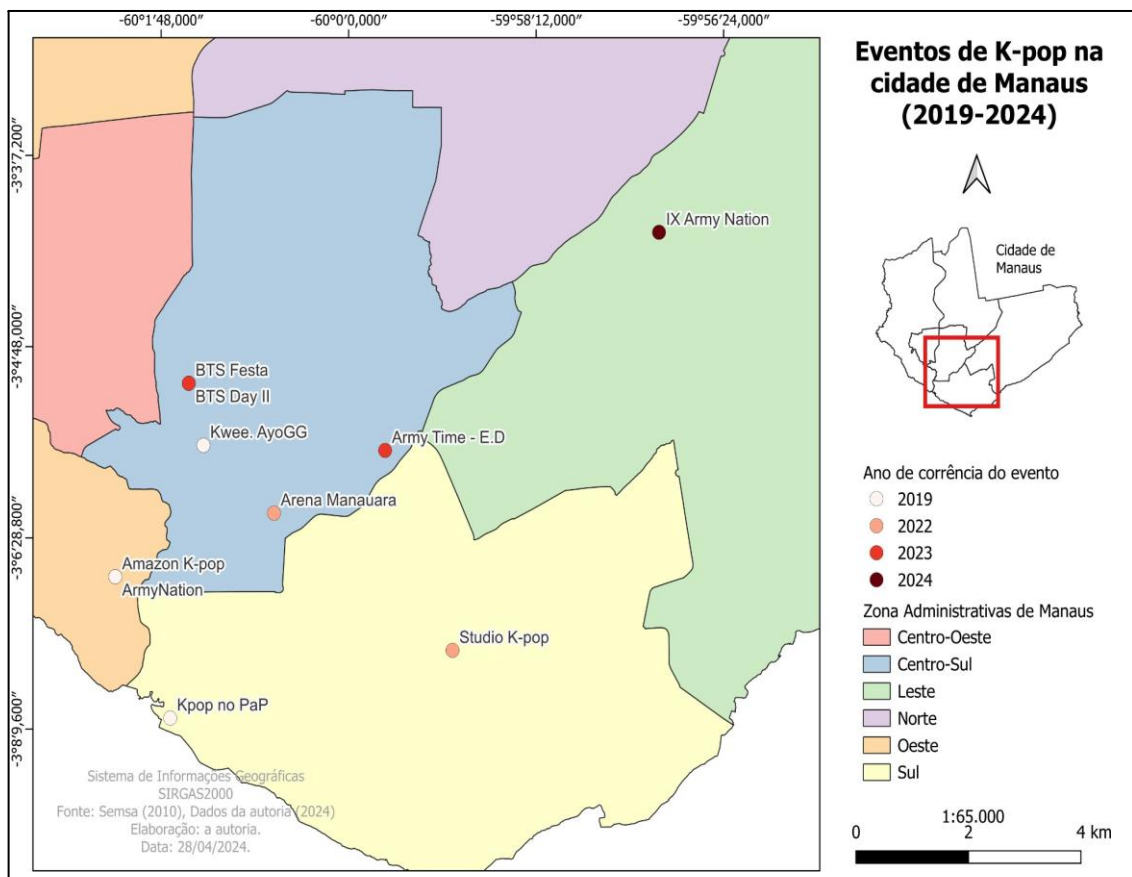
Tomando Manaus como exemplo, independentemente do formato do evento, em termos de distribuição espacial, é evidente que os eventos destinados aos consumidores de música pop sul-coreana estão concentrados na zona sul e centro-sul da cidade. Enquanto isso, outras regiões, como a zona leste e zona oeste, recebem esses eventos de forma esporádica, e algumas, como a zona norte, nem os recebem (Figura 02). Isso sugere uma desigualdade na distribuição geográfica desses eventos, que não acompanha necessariamente o crescimento urbano da cidade em direção ao norte que se dá, segundo Melo (2020, p. 71), pelo processo de intensificação das atividades do mercado imobiliário habitacional justamente nos espaços produzidos pela expansão urbana da cidade. Portanto, os fãs de K-pop que residem nas regiões leste, oeste e norte de Manaus precisam se deslocar para outras áreas da cidade para participar desses eventos, o que pode representar um desafio em termos de acessibilidade e mobilidade urbana, destacando que as regiões norte e leste são as mais populosas da cidade.

Os eventos de K-pop, conforme indicado pela pesquisa, seguem uma lógica espaço-temporal notável. Inicialmente, esses acontecimentos culminam nas áreas mais centrais da cidade, tanto do ponto de vista urbanístico quanto socioeconômico. Isso é observado entre as regiões do centro histórico e da Ponta Negra em Manaus. Com o passar dos anos, essa influência gradualmente se expande para setores associados às classes intermediárias, mas, até o momento, não alcançou as classes mais baixas. Esse fenômeno pode ser parcialmente explicado pela



influência da globalização, que afeta diferentes áreas de uma mesma cidade de maneiras distintas, consolidando-se como um processo espacial em constante expansão. Essa transformação não apenas modifica a paisagem, mas também influencia as atividades e a percepção do tempo social no local. Insiste-se que esse exemplo empírico, visível no espaço urbano de Manaus, somente pode ser explicado como um impacto da indústria fonográfica do K-pop no território amazônico, tendo uma decisiva mediação pela dinâmica da globalização.

Figura 2. Mapa de distribuição espaço-temporal dos eventos de K-pop em Manaus



Org. a autoria (2024)

Outros fatores interessantes a serem analisados a respeito dos impactos do K-pop na Amazônia são os projetos de ações sociais voltadas para a preservação e conservação da floresta amazônica. O Army (fandom do grupo BTS) se configura como exemplo de colaboração dos fãs de K-pop em prol da Amazônia. Pereira (2022) destaca algumas campanhas e projetos sociais voluntários realizados por esses grupos de fãs do BTS: a Organização Não Governamental (ONG) Army Help The Planet em colaboração com a ONG Iniciativa Verde e o IPAM Amazônia (Instituto de Pesquisa Ambiental da Amazônia) a fim de apoiar um programa de reflorestamento do Brasil, chamado “Amigos da Floresta”, que “[...] tinha como meta arrecadar cinco mil reais para plantar 200 árvores no município de Altamira, no Pará, porém, foram arrecadados quase nove mil reais pelo fandom Army” (PEREIRA, 2022, p. 94); outra campanha de arrecadação de fundos, dessa vez realizada pela fanbase Wings Brazil, em 2020, arrecadou e doou quase três mil reais em nome dos integrantes do BTS a fim de comemorar o aniversário de dois membros do grupo, para a campanha “Amazônia precisa de ajuda” organizada pela ONG Conservação Internacional Brasil; outro projeto destacado no texto é o “More than Books - RM” realizado pela fanbase Moonchild

EDIÇÃO ESPECIAL:

Dossiê Amazônia, mudanças e realidades contemporâneas



PÁGINA 273

for RM em comemoração ao aniversário de um membro do grupo (RM), que tinha como meta dar a sua contribuição para o desenvolvimento educacional de comunidade da Amazônia Legal, arrecadando dois mil reais para a Associação Vagalume.

Os exemplos citados acima mostram que mesmo o meio virtual sendo, na maioria das vezes, o único modo dos fãs brasileiros consumirem K-pop, os efeitos da música pop sul coreana não estão presos às dimensões virtuais, pois sua influência se propaga pelo espaço físico e, conseqüentemente, podendo implicar de modo indireto no cotidiano até mesmo de quem não consome K-pop como os projetos sociais voluntários já citados ou eventos presenciais na Amazônia.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pode-se observar que o sucesso global do K-pop não é apenas resultado da qualidade de suas músicas e de suas performances, a indústria fonográfica coreana se adapta aos moldes das demandas globais, beneficiando-se das técnicas informacionais para consolidar a sua presença internacionalmente. Desse modo, verifica uma interlocução entre a difusão do K-pop e a força da globalização, fato que ocorre sob forte influência do Estado sul coreano na promoção de sua economia e cultura.

O processo complexo e dinâmico da globalização, juntamente com as estratégias governamentais da Coreia do Sul voltadas para a indústria cultural e do entretenimento, impulsionam a expansão do K-pop para os demais continentes do globo, integrando uma comunidade internacional que só cresce a cada ano, pois é a partir da década de 2010 que é possível presenciar um grande boom da música pop sul coreana no Brasil e no mundo.

O K-pop alcançou o Brasil antes mesmo do seu ápice, mesmo que ainda se configurasse como um nicho com poucos consumidores e conteúdos sobre. Porém, nos dias de hoje, a música pop sul coreana estabeleceu uma presença significativa e uma base de fãs em todas as regiões do país, incluindo a Região Norte onde, é possível testemunhar os efeitos desta indústria, embora, se classifique como a região do Brasil com menos quantidades de ouvintes devido ao fato de que, mesmo sendo a região com a maior área do país, a concentração de população ainda é pequena. Esse acontecimento se caracteriza como um reflexo da nova realidade da Amazônia impulsionado pela globalização.

Este é um tema que merece ser explorado sob diferentes perspectivas, dada a variedade de pontos que surgem à medida que é investigado. Por ser um fenômeno relativamente recente, há vários aspectos interessantes para serem estudados e analisados, especialmente quando se considera a região norte do Brasil, pois conforme observado ao longo do texto, existe o consumo de K-pop, juntamente com outros elementos da cultura coreana, porém ainda há uma carência de estudos específicos e aprofundados sobre esse fenômeno nesta região.

REFERÊNCIAS

AQUINO, Beatriz. Fãs de K-Pop se encontram no Manauara Shopping. Acritica [online], Amazonas, 24 mar. 2022. Disponível em: <https://www.acritica.com/entretenimento/f-s-de-k-pop-se-encontram-no-manauara-shopping-1.250160>. Acesso em: 28 mar. 2024.

BERNARDO, Fernanda Clarissa da Silva; LIMA, Mariane Bastos de. K-Pop: a cultura popular coreana influenciando o Brasil. XV Encontro de estudos multidisciplinares em cultura, Bahia, 01 a 03 ago. 2019.

BERTO, Rachel Goulart; ALMEIDA, Mariza Costa. Quem são os fãs de K-pop no Brasil?. Revista Tecnologia & Cultura - Rio de Janeiro - N. 25, Ano 17 - jan./jun. 2015 - p. 38-44.

‘BTS Day’ terá concurso de dança e feira de artigos coreanos em Manaus. Portal do Holanda [online], Amazonas, 28 ago. 2022. Agenda Cultural. Disponível em:

EDIÇÃO ESPECIAL:

Dossiê Amazônia, mudanças e realidades contemporâneas



PÁGINA 274

<https://www.portaldoholanda.com.br/agenda-cultural/bts-day-tera-concurso-de-danca-e-feira-de-artigos-coreanos-em-manaus>. Acesso em: 28 mar. 2024.

CELEBRATE a Decade of Our K-Pop ON! (은) Playlist With a Special Series of Spotify Singles. Spotify, 05 fev. 2024. For the Record. Disponível em: <https://newsroom.spotify.com/2024-02-05/celebrate-a-decade-of-our-k-pop-on-%ec%98%a8-playlist-with-a-special-series-of-spotify-singles/>. Acesso em: 11 mar. 2024.

CRUZ, Caio Amaral da. E Precisa Falar Coreano? Uma Análise Cultural Do

K-Pop No Brasil. 2016. TCC (Graduação) - Curso de Comunicação - Jornalismo, Universidade Federal da Bahia, 2016.

DE SOUZA- LEÃO, André Luiz Maranhão; COSTA, Flávia Zimmerle da Nóbrega. Agenciados Pelo Desejo: O Consumo Produtivo Dos Potterheads. Revista de Administração de Empresas (RAE), São Paulo, V. 58, n. 1, p. 74-86, jan-fev 2018.

DIAS, Ana Beatriz. Saiba quais são as músicas de k-pop mais ouvidas em 2023. CNN Brasil [online], São Paulo, 04 dez. 2023. Entretenimento. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/entretenimento/saiba-quais-sao-as-musicas-de-k-pop-mais-ouvidas-em-2023/>. Acesso em: 15 mar. 2024.

DIAS, Ana et. al. Consumo De Cultura K-Pop: uma análise do consumo de produtos culturais coreanos a partir da quarta onda Hallyu. XI Encontro Nacional de Estudos do Consumo, Rio de Janeiro, 20 a 22 set. 2023.

KERTSCHER, Laiza Ferreira. A Imagem na Indústria Fonográfica: como o k-pop conquistou o mercado da música ocidental. Revista Científica de Comunicação Social do Centro Universitário de Belo Horizonte (Unibh) e-Com, Belo Horizonte, v. 12, nº 2, 2º semestre de 2019. Disponível em: <https://revistas.unibh.br/ecom/article/view/2927/1492>. Acesso em: 16 mar 2024.

LIMA, Uallace Moreira. O debate sobre o processo de desenvolvimento econômico da Coreia do Sul: uma linha alternativa de interpretação. Economia e Sociedade, v. 26, n. 3, p. 585– 631, dez. 2017.

MANAUS recebe o 9º Encontro de K-pop Army Nation. Am post [online], Amazonas, 19 jan. 2024. Cultura. Disponível em: <https://ampost.com.br/cultura/manaus-recebe-o-9o-encontro-de-k-pop-army-nation/#:~:text=O%209%C2>

%BA%20Encontro%20de%20Army,L3%2C%20do%20Shopping%20Grande%20Circular. Acesso em: 28 mar. 2024.

MASIERO, Gilmar. A Economia Coreana: características estruturais. Coréia: visões brasileiras. Instituto de Pesquisa de Relações Internacionais, Fundação Alexandre de Gusmão. Rio de Janeiro, 05 a 06 out. 2000.

MASIERO, Gilmar. As lições da Coréia do Sul. Revista de Administração de Empresas (RAE), Universidade Estadual de Maringá, v. 1

n. 2 (2003): nov.2002-jan.2003. Disponível em: <https://periodicos.fgv.br/gvexecutivo/article/view/34795>. Acesso em: 20 mar. 2024.

MELO, Fernando Monteiro. A Valorização do Capital e a Produção do Espaço Urbano: a produção imobiliária habitacional do segmento econômico em Manaus (am). 2020, 147 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) - Curso de Geografia, Universidade Federal do Amazonas, 2020.

MISNA, Letícia. Evento ‘Army Time: Christmas Edition’ acontece no próximo sábado em Manaus. Diário da Capital [online], Amazonas, 13 dez. 2023. Cultura e Entretenimento. Disponível em: <https://diariodacapital.com/materias/evento-army-time-christmas-edition-acontece-no-proximo-sabado-em-manaus>. Acesso em: 28 mar. 2024.

MISNA, Letícia. Guia de festas de Halloween para curtir em Manaus. Diário da Capital [online], Amazonas, 19 out. 2023. Cultura e Entretenimento. Disponível em: <https://diariodacapital.com/materias/guia-de-festas-de-halloween-para-curtir-em-manaus/>. Acesso em: 28 mar 2024.

MONTEIRO, Daniela de Souza Mazur. Um Mergulho na Onda Coreana, Nostalgia e

EDIÇÃO ESPECIAL:

Dossiê Amazônia, mudanças e realidades contemporâneas



PÁGINA 275

Cultura Pop na Série de K-dramas “reply”. 2018, 168 p. Dissertação (mestrado em Comunicação) - Curso de Comunicação, Universidade Federal Fluminense, 2018.

NOBUO, Paulo. Qual é a história do BTS? Conheça a trajetória da banda da maior banda de k-pop do mundo. Zapeando [online], 18 ago. 2023. Entretenimento. Disponível em: <https://www.zapeando.com.br/entretenimento/historia-do-bts-tudo-sobre-a-banda-de-k-pop-mais-famosa-do-mundo>. Acesso em: 10 mar. 2024.

OLIVEIRA, Tiago Silva de. O K-Pop em Manaus: estudo antropológico sobre comunidades de fãs. 2022. TCC (Graduação) - Curso Ciências Sociais, Universidade Federal do Amazonas, 2022.

PALHA, Armando Perez. Fãs brasileiros de K-Pop: um estudo sobre aculturação de consumo. 2021. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2021.

PEREIRA, Raíssa Abraçado. Entretenimento, Consumo e Sociabilidade no K-Pop: construções e experiências sociais no fandom Army em Belém do Pará. 2022. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Curso de Comunicação, Universidade Federal do Pará, 2022.

SANTOS, Milton. A Natureza do Espaço: Técnica e Tempo, Razão e Emoção. 4. ed. 2. reimpr. - São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2006

SANTOS, Milton. Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal. São Paulo : Record, 2001.

STUDIO 5 Shopping realiza primeira edição do evento 'Studio K-Pop' em Manaus. G1 Am [online], Amazonas, 25 mai. 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/am/amazonas/noticia/2022/05/25/studio-5-shopping-realiza-primeira-edicao-do-evento-studio-k-pop-em-manaus.ghtml>. Acesso em: 28 mar. 2024.

VALDEVINO, Thaynã Ramalho. O k-pop e seus impactos na economia da coreia do sul no século xxi: turismo e possibilidades de ganhos com direitos autorais. 2022. 49 p. TCC (Graduação) - Curso de Ciências Econômicas, Universidade Federal de Pernambuco, Pernambuco, 2022.

VERONEZI, Gabriel Amaral. O Milagre Sul-Coreano: fatores internos e externos que contribuíram para o desenvolvimento econômico da Coreia do Sul entre 1961-1979. Santa Catarina, 2023. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/items/cfc3c75c-616e-442c-b07e-99c7a6a413f2>. Acesso em: 16 mar. 2024.

