

**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DOMÉSTICAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CONSUMO, COTIDIANO E
DESENVOLVIMENTO SOCIAL**

ALINE GOMES SANTANA

**JUVENTUDE E IDENTIDADES HÍBRIDAS: RECONVERSÕES CULTURAIS DE
JOVENS DA CIDADE DO RECIFE NA CULTURA *HALLYU***

**RECIFE
2018**

ALINE GOMES SANTANA

JUVENTUDE E IDENTIDADES HÍBRIDAS: RECONVERSÕES CULTURAIS DE
JOVENS DA CIDADE DO RECIFE NA CULTURA *HALLYU*

Dissertação apresentado a Universidade Federal Rural de Pernambuco, como requisito parte das exigências do Programa de Pós-Graduação em Consumo, Cotidiano e Desenvolvimento Social – PGCDs (Mestrado), para obtenção do título de Magister Scientiae.

Orientadora: Profa Dra Maria Salett Tauk Santos

RECIFE
2018

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Sistema Integrado de Bibliotecas da UFRPE
Biblioteca Central, Recife-PE, Brasil

S232j Santana, Aline Gomes
Juventude e identidades híbridas: reconversões culturais de
jovens da cidade do Recife na cultura hallyu / Aline Gomes
Santana. – 2018.
105 f.: il.

Orientadora: Maria Salett Tauk Santos.
Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal Rural de
Pernambuco, Programa de Pós-Graduação em Consumo, Cotidiano e
Desenvolvimento Social, Recife, BR-PE, 2018.
Inclui referências e apêndice(s).

1. Juventude 2. Identidades híbridas 3. Comunicação
4. Cultura hallyu I. Santos, Maria Salett Tauk, orient. II Título

CDD 640

ALINE GOMES SANTANA

JUVENTUDE E IDENTIDADES HÍBRIDAS: RECONVERSÕES CULTURAIS DE
JOVENS DA CIDADE DO RECIFE NA CULTURA *HALLYU*

Dissertação apresentado a Universidade Federal Rural de Pernambuco, como requisito parte das exigências do Programa de Pós-Graduação em Consumo, Cotidiano e Desenvolvimento Social – PGCDs (Mestrado), para obtenção do título de Magister Scientiae.

BANCA EXAMINADORA

Profa Dra Laura Susana Duque Arrazola
UFRPE – Examinadora Interna

Profa. Dra. Andrea de Lima Trigueiro de Amorim
UNICAP – Examinadora Externa

Prof. Dr. Angelo Brás Fernandes Callou
UFRPE – Examinador Externo

Profa. Dra. Maria Salett Tauk Santos
UFRPE – Orientadora

AGRADECIMENTOS

Antes de tudo, sou grata a DEUS, meu criador e salvador, Senhor da minha vida. Se não fosse o Senhor nada disto seria possível.

Agradeço aos meus pais, Agnaldo e Ednalva, pelo apoio e amparo e suporte durante os meus estudos e toda a minha vida.

Agradeço também ao meu irmão Arthur e minha tia Edmilsa, pelo apoio, interesse e incentivo por minha pesquisa.

Não poderia deixar de agradecer a minha orientadora Salett Tauk. Louvo a DEUS por tê-la encontrado. Sem suas orientações esta pesquisa não teria valor. Obrigada pela liberdade, pelos ensinamentos, pelas aulas particulares a cada novo encontro, e principalmente, obrigada por acreditar nesta pesquisa. Enfim terminamos!!!

Agradeço a todos que de alguma forma participaram desta pesquisa. A todos, meu agradecimento.

DEUS nos abençoe sempre.

RESUMO

A pesquisa analisou o processo de hibridização cultural vivenciado por jovens universitários com o segmento cultural de origem sul-coreana denominado *hallyu*. Buscou-se compreender como os jovens interagem com a *hallyu*, e de que forma o consumo desta orienta sua formação identitária a partir da reconversão de suas práticas cotidianas. O estudo tomou como base teórica as discussões sobre os estudos culturais levantados por Canclini, além das ideias apresentadas por Bauman e Martín-Barbero sobre juventude e o uso das tecnologias da informação e comunicação (TICs) como ferramenta para o consumo da *hallyu*. Como metodologia da pesquisa foram usadas as técnicas de observação, além da coleta de dados a partir de produções bibliográficas, da aplicação de entrevista semiestruturada e do uso da netnografia para observar e coletar informações no campo virtual (sites e redes sociais), muito utilizado pelos indivíduos observados, que pudessem contribuir com a produção do estudo. A análise foi realizada a partir da categorização dos jovens, identificação dos elementos que constituem a *hallyu*, e a reconversão dos jovens com a cultura sul-coreana. Finalmente, o estudo evidenciou que os jovens buscam a *hallyu* como referência para sua formação identitária, utilizando as TICs como ferramenta para superar as fronteiras que os distanciam desta cultura oriental.

Palavras-chave: Juventude; Identidades Híbridas; Comunicação; Cultura *Hallyu*.

ABSTRACT

The research has analyzed the process of cultural hybridization lived by college students with the cultural segment of south-Korean origin called *hallyu*. It was intended to comprehend how the young adults interact with the *hallyu* and how its consumption conducts their identity's formation through reconversion of their daily manners. The study took as theoretic base the discussions about the cultural studies conducted by Canclini, beyond ideas presented by Bauman and Martín-Barbero about youth and the use of information and communication technologies (ICTs) as a tool for the consumption of the *hallyu*. The methods used for the research were the observation techniques, beyond the gathering of data from bibliographical productions, the application of semi-structured interview and the use of netnography to observe and collect information on the virtual field (sites and social networks), widely used by the observed individuals, that could contribute with the study's production. The analysis was realized through the categorization of the young adults, identification of the elements that constitutes the *hallyu* and the reconversion of the young adults with the south-Korean culture. Finally, the study invices that the young adults seek the *hallyu* as reference for their identity's formation using the ICTs as a tool to surpass the frontiers that separates them from that oriental culture.

Keywords: Youth; Hybrid Identities; Communication; *Hallyu* Culture.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Grupo Samsung situado na cidade de <i>Daegu</i> , na Coreia do Sul.....	48
Figura 2 – Bulgogui.....	49
Figura 3 – Bibimbap.....	49
Figura 4 – Casal vestindo o traje tradicional sul-coreano – <i>Hanbok</i>	50
Figura 5 – Modelos de vestuário da moda Sul corana.....	51
Figura 6 – Organograma referente a difusão da Onda Coreana.....	52
Figura 7 – Imagem de divulgação do drama <i>Winter Sonata</i>	53
Figura 8 – Cartaz de divulgação do filme <i>Invasão Zumbi</i> , lançado no Brasil em 2016.....	54
Figura 9 – Página inicial do site <i>Dramafever</i>	55
Figura 10 – Boy group Big Bang.....	56
Figura 11 – Girl Group Twice.....	57
Figura 12 – Cartaz do Festival da Coreia realizado em Pernambuco em 2016.....	58
Figura 13 – Cartaz do Festival da Coreia realizado em Pernambuco em 2017.....	59
Figura 14 – Propaganda do <i>site</i> de vendas dos ingressos para a visita do grupo KARD em Pernambuco.....	60
Figura 15 – Site de vendas dos ingressos para o <i>Hongdae fest</i>	61
Figura 16 – Imagem de divulgação do K-pop <i>Instameet day</i> divulgada nas redes sociais.....	62
Figura 17 – <i>NK Project</i> em uma de suas apresentações.....	79
Figura 18 – Comentário feito por um consumidor da <i>Fansub Subarashiis</i>	80
Figura 19 – Comentário de um seguidor da <i>Fighting Fansub</i>	81
Figura 20 – Comentário de um seguidor do <i>Fansub Subarashiis</i>	83
Figura 21 – Cartaz da campanha eleitoral estudantil da UFRPE da Chapa 1 - Leão do Norte.....	88

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	9
O PROCESSO DE INVESTIGAÇÃO.....	19
OS DESAFIOS DO PROCESSO DAS ENTREVISTAS.....	23
1 JUVENTUDE E IDENTIDADES HÍBRIDAS.....	27
1.1 REALIDADE SOCIAL DO JOVEM CONTEMPORÂNEO.....	28
1.1.1 O perfil dos jovens brasileiros, segundo a Secretaria Nacional de Juventude.....	29
1.2 FORMAÇÃO IDENTITÁRIA DA JUVENTUDE BRASILEIRA.....	32
1.3 HIBRIDIZAÇÃO E RECONVERSÃO CULTURAL.....	39
1.4 JUVENTUDE BRASILEIRA HIBRIDIZADA A PARTIR DA <i>HALLYU</i>	43
2 A NOVA ONDA COREANA: CONHECENDO A CULTURA <i>HALLYU</i>.....	46
2.1 OS ELEMENTOS DA ONDA COREANA.....	53
2.2 A MANIFESTAÇÃO DA <i>HALLYU</i>	57
3 HIBRIDIZAÇÃO CULTURAL E CONSUMO DOS JOVENS: DA CULTURA LOCAL À ONDA COREANA.....	63
3.1 CATEGORIZAÇÃO DOS JOVENS RECIFENSES.....	63
3.2 OS JOVENS E A CULTURA LOCAL.....	69
3.3 HIBRIDIZAÇÃO CULTURAL: O CONSUMO DA CULTURA <i>HALLYU</i>	75
3.3.1 Consumo das TICs como ferramenta de apropriação da <i>hallyu</i>	76
3.3.2 A presença do K-pop no Recife.....	77
3.3.3 Entretenimento sul-coreano.....	79
3.3.4 A febre dos doramas	81
3.3.5 A referência <i>idol</i> seguida pelos jovens recifenses	83
3.3.6 Práticas de consumo a partir da <i>hallyu</i>	84
3.3.7 A <i>hallyu</i> como ponte entre os jovens e a Coreia do Sul	86
3.3.8 Consumo da <i>hallyu</i> nas universidades.....	87
3.3.9 A influência da <i>hallyu</i> na formação identitária dos jovens.....	89
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	91
REFERÊNCIAS.....	96
APÊNDICE.....	101

INTRODUÇÃO

O objetivo principal da pesquisa é analisar como se dá a interação de jovens, da Cidade do Recife, com a cultura *hallyu* e de que forma eles se apropriam dessa cultura para construir sua identidade social. Especificamente o que se quer compreender é o processo de hibridização cultural vivenciado por estes jovens com a cultura *hallyu*, e como o processo de reconversão cultural agenda as práticas de consumo desta juventude.

Sendo a sociedade constituída de sujeitos distintos, torna-se compreensível e até necessário a existência de condutas sociais distintas que auxiliam na sua formação. Deste modo, percebe-se a existência das mais diversas formas de vida, orientadas pelos diferentes padrões sociais segmentados a partir das escolhas que os indivíduos constituintes da sociedade fazem. Diante de tantas manifestações sociais, não se vê espaço para uma generalização, visto que toda análise totalizante incorre em erro por não considerar as variáveis envolvidas, e sendo o cotidiano composto por uma heterogeneidade social, faz-se necessário abrir as portas para as diferenças dos sujeitos. Segundo Heller (2000, p. 18), “a vida cotidiana é, em grande medida, heterogênea; e isso sob vários aspectos, sobretudo ao que se refere ao conteúdo e à significação ou importância de nossos tipos de atividade”. Tais distinções orientam a formação dos indivíduos por intermédio das muitas conjunturas que os norteiam, seja na construção da família, no trabalho, nas relações sociais e principalmente na sua formação pessoal e cultural.

Em uma sociedade moldada na satisfação alheia (conforme discute Bauman ao retratar sobre as reconstruções de sentido dos indivíduos nos parâmetros da modernidade), a partir das expectativas do observador o ator social desempenha seu papel visando garantir a aceitação da sociedade. Deste modo, ele busca todas e quaisquer alternativas que lhe permita representar um personagem que seja bem visto pelo receptor que deseja atingir.

Sabendo que, cada indivíduo desempenha o papel de ator social, a identidade permite compreender quem é o ator, e qual o seu papel dentro do ambiente em que está inserido. De acordo com Barbosa (2014), o processo de estetização da vida contemporânea diminui as padronizações, mas não isenta a existência de normas sociais no que se refere ao consumo e a aparência, principalmente no mundo globalizado, no qual as informações são difundidas quase que instantaneamente pelo rápido processo de comunicação que possuímos, através do uso das mídias e tecnologias, o que permite a formulação e propagação de perfis sociais entre

os diversos grupos. São muitos os elementos que influenciam na construção da identidade social do indivíduo, na atualidade, com os avanços tecnológicos, os que mais se destacam neste sentido são os oriundos das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs). A internet e seus componentes possibilitam ao sujeito coletar informações e manifestar-se para os grupos sociais que almeja fazer parte, através do contexto cotidiano real e/ou projetado. A partir dos meios virtuais o ator social pode saber mais sobre os membros de determinados grupos sociais, e daí formatar o comportamento adequado a este grupo visando ser aceito pelo mesmo.

As exposições apresentadas através do universo digital funcionam como instrumento de representação social. De acordo com Bauman (2011), em sua discussão sobre a modernidade líquida, os indivíduos componentes desta sociedade tecnológica constroem o seu 'eu social' através das informações que colhem e divulgam na internet, principalmente nas redes sociais. Os hábitos que manifestam têm como intuito expor características que lhes permita agradar e integrar-se no ambiente social, e são os elementos culturais presentes no cotidiano que permitem ao sujeito situar-se no tempo e no espaço, além de proporcionar a transmissão de informações para o universo ao seu redor.

No século XXI, a internet funciona como instrumento de propagação de informação quanto às práticas e preferências dos indivíduos, que percebem os seus grupos de referência também por meio destas e passam a se comunicar através da mesma. E a partir das informações coletadas através do ciberespaço o sujeito formula sua identidade social, a qual também passa a ser exposta através dos meios digitais.

Na atualidade o sujeito constitui-se de uma identidade fragmentada, isto é, várias identidades compostas de características diversas de diferentes culturas que acabam por hibridizar-se. Sendo o indivíduo representado pelas culturas que o rodeia, conforme Hall (2004), quando este sujeito permite que seja percebido por outros os elementos que o envolve, possibilita que seja identificado o seu contexto identitário.

A globalização traz impactos sobre a identidade cultural, que se alimenta deste processo evolutivo social para modelar suas características. Sendo as sociedades modernas, espaços em que as mudanças são rápidas e recorrentes, o indivíduo recebe um bombardeio de informações a todo o momento e tem acesso a uma diversidade cultural que lhe permite reformular-se e construir múltiplas identidades, de acordo com as referências obtidas, selecionadas das tribos que lhe atraem.

De acordo com Nunes (2008, p. 109) “nossa identidade cultural, cada vez mais parece estar relacionada às práticas culturais erigidas pela mídia, extremamente sensível aos novos modismos decorrentes das inovações tecnológicas”. Tal fato se dá em virtude da postura dos indivíduos de buscar construir uma identidade que seja percebida e aceita, através da representação de determinadas culturas, manifestas através das práticas virtuais.

Essas mudanças na contemporaneidade permitem que povos aparentemente distantes – tanto no espaço territorial, como nos aspectos culturais – se aproximem e interajam entre si. Tal contato com outras culturas aumenta as possibilidades de construção identitária fluida/líquida, à medida que os atores sociais inserem em suas práticas cotidianas elementos dessas outras culturas. Essas interações entre diferentes culturas vivenciadas pelos indivíduos dão origem ao processo de hibridização cultural, descrito por Burke (2006) como sendo o resultado de encontros múltiplos de diferentes culturas.

Apesar de ser um indivíduo autônomo e desprovido de uma única certeza, de acordo com Hall (2004), o sujeito moderno depende de sua identidade nacional para vivenciar o sentimento de pertencimento. Mas, com as mudanças da contemporaneidade este ator social percebe em outras culturas possibilidade de agregar valor à sua formação identitária.

O sujeito ao perceber as muitas manifestações culturais identifica novas possibilidades de interação social que ampliam o quantitativo de elementos para a sua formação identitária. Essa interação cultural resulta na reformulação das culturas já existentes e/ou em novas culturas, dando origem ao chamado hibridismo cultural. Este tende a crescer em virtude dos processos da globalização, que de acordo com Burke (2006) proporciona encontros entre costumes múltiplos, diminuindo e até mesmo anulando a existência de fronteiras entre culturas.

A retirada de fronteiras nas interações culturais possibilita a ocorrência dos mais diversos e até mesmo inesperados diálogos entre culturas diferentes. Diante de tal ato, a distância territorial e de costumes é reduzida através das relações construídas entre os povos, auxiliadas pelo uso das ferramentas digitais que aproximam os indivíduos.

Essa hibridização cultural contribui para a construção de múltiplas identidades de um ator social. Pois, com a mundialização das relações a identidade nacional já não é suficiente para que o sujeito se posicione socialmente, conforme salienta Hall (2003):

O que é identidade de classe quando as identidades de gênero, etnia, nação e região, que no passado nos proporcionaram sólidas localizações como indivíduos sociais, se

encontram transformadas na experiência que delas têm os indivíduos? (HALL, 2003, p. 67).

A somatória da cultura local com outras culturas resulta em uma reconversão cultural, percebida nas práticas do cotidiano do sujeito.

O papel social deste indivíduo funciona como instrumento para identificar o seu tipo de vida. As relações sociais são extremamente importantes para a formação e manutenção da vida do homem. Por isso, a necessidade de este fazer parte de grupos sociais. Para tal, o sujeito procura a partir de suas práticas sociais, desenvolver papéis que lhe permita estabelecer estas relações e destacar-se nas mesmas.

Para posicionar-se na sociedade, o sujeito observa o universo ao seu redor e seleciona os grupos que lhe sejam mais atrativos para tentar pertencer aos mesmos. A partir da observação o ator social enxerga quais elementos caracterizam estes grupos e busca trazê-los para sua realidade, integrando e reproduzindo as manifestações características destas tribos em seu cotidiano, conforme Cuche (1999), os grupos funcionam como direcionadores na formação identitária do ator social, através do posicionamento que assume.

A sociedade moderna, de acordo com autores como Hall e Laclau (2006), é caracterizada pela diversificação de pontos de vista, por ser formada por sujeitos questionadores que não aceitam mais de imediato as imposições sociais, como ocorria no passado. Isto se dá pela facilidade com que se acessa as informações e principalmente, por vivermos em um tempo onde é cada vez mais difícil ocultar uma informação, visto sermos uma geração norteada e dependente das tecnologias digitais que facilitam a comunicação, possibilitando a rápida propagação de conteúdos diversos e ao mesmo tempo reduzindo a privacidade do homem.

Ao se ver inserido dentro deste contexto social descentralizado de uma sociedade composta por várias construções culturais, o indivíduo passa a buscar meios que lhe permita sentir-se integrante deste enredo. Diante de tantas possibilidades o ator social tende a procurar aquela que lhe permita diferenciar-se dos demais membros da sociedade, a fim de ser percebido como único dentro da esfera social.

A gama de orientações e a diversidade cultural causam para muitas dúvidas no momento de modelar sua identidade social, entre os indivíduos com o perfil de maior instabilidade estão os jovens, visto que se encontram diante das incertezas oriundas da pouca idade e experiência, o que os leva a um campo de inseguranças quanto às escolhas a fazer sobre profissão, relações pessoais, conduta, práticas sociais, entre outras. Conforme Martín-

Barbero (2008, p. 21), “a identidade do sujeito que habita nosso mundo ocidental é a de um indivíduo que sofre de uma constante instabilidade identitária e uma fragmentação da subjetividade cada dia maior”. Diante de tantas dúvidas este ‘ser social’ busca referências que possam orientá-lo. Esta dúvida sobre quem é e como agir, faz com que o indivíduo busque ferramentas que possibilitem sua identificação. Esta busca pela formulação do ‘eu social’ direciona o sujeito a procurar em culturas diferentes elementos identitários que possam ser somados a sua essência social formada a partir de sua identidade nacional. Tal pressuposto é reforçado pela ideia de Hall (2004, p. 11) ao afirmar que “o sujeito ainda tem um núcleo ou essência interior que é o “eu real”, mas este é formado e modificado num diálogo contínuo com os mundos culturais “exteriores” e as identidades que estes mundos oferecem”.

Essa interação com outras culturas vividas por jovens brasileiros orienta diferentes processos de hibridização cultural, direcionados pelas escolhas culturais que estes atores realizam. Para distinguir-se da sociedade, que exige um posicionamento dos jovens a partir de padrões incertos de conduta social, estes buscam referências que lhes permitam ser percebidos e individualizar-se dos demais seres sociais. A internet acaba funcionando como ferramenta na busca de referencial, e leva os jovens a conhecerem universos diferentes de sua realidade que os atrai ao consumo de suas condutas e reprodução das mesmas.

Sendo a cultura um elemento básico no processo de construção identitária, os jovens procuram modelos culturais que lhes diferenciem e os tornem únicos a fim de tornarem-se pertencentes às tribos que manifestem tais códigos culturais.

As tribos, de acordo com Maffesoli (1998), funcionam como grupos onde indivíduos de gostos e práticas comuns interagem. Elas são espaços de pertencimento dos sujeitos que comungam das mesmas opiniões.

Os jovens identificam as tribos que mais lhes representam e buscam manifestar seus interesses comuns aos envolvidos nestes grupos, a fim de fazer parte dos mesmos e assim encontrar seu lugar dentro da sociedade a partir de uma cultura direcionadora.

Na atualidade entre as muitas culturas que direcionam os grupos formados por jovens está a cultura oriental que tem tomado cada vez mais destaque, tendo em vista sua forte penetração e influência no cotidiano da juventude brasileira.

A cultura oriental tem entrado cada vez mais no cotidiano dos brasileiros, de diferentes formas possíveis. Não é de hoje que recebemos influência de países asiáticos, seja na culinária, nos esportes, nas marcas, no entretenimento ou em suas muitas outras

características, que permitem a expansão cultural dos brasileiros. São muitos os adeptos desta cultura, e entre os grupos seguidores os jovens destacam-se pelo maior interesse em aprender, adquirir e praticar elementos culturais e comportamentais destes povos.

Esta empatia dos jovens pelos costumes asiáticos se dá principalmente, por meio da cultura pop oriental manifesta através de músicas, animes (desenhos animados), *cosplay* (ato de fantasiar-se como personagens de animes), doramas (novelas orientais), seriados e moda urbana; inseridos na rotina da juventude brasileira principalmente, através do uso das mídias, as quais permitem uma maior aproximação nestes universos aparentemente distantes. E dentro deste contexto, percebe-se que países de maior influência para este público jovem são: China, Japão e Coreia do Sul. Isto porque, tais países costumam produzir mais produtos de apelo e com alcance a este público.

Essa apropriação cultural discutida por Burke (2006), ao apresentar em sua obra diversas formas de interações culturais no chamado hibridismo cultural, tem contribuído para a propagação de costumes de determinados povos em sociedades, aparentemente opostas, permitindo a divulgação das diversas culturas pelo mundo. Na atualidade, uma das culturas orientais que tem se destacado e alcançado mais brasileiros, principalmente os jovens, é a oriunda da Coreia do Sul, também conhecida como cultura *hallyu*. É cada vez mais perceptível a presença desta cultura no Brasil, seja com o aumento de imigrantes coreanos ou de produtos vindos desta região, mais pessoas têm sido atraídas e tornado-se simpatizantes e adeptas da cultura sul-coreana, e diante de tal expansão, jovens brasileiros têm percebido esta cultura *hallyu* como opção para selecionar elementos que contribuam em sua formação identitária.

Cada vez mais, os jovens buscam referências nestes povos para construir sua identidade e assim, formatar seu comportamento social. De acordo com Martín-Barbero (2008), a presente juventude vive diante de paradoxos sociais que a condicionam a reinventar a forma de posicionar-se diante do mundo. Entre as muitas adversidades que esta geração enfrenta, conforme traz o autor citado, está a sua relação com o consumo. Segundo Martín-Barbero (2008, p. 12), esta geração possui “maior influência ao consumo simbólico, mas com forte restrição ao consumo material”, tendo em vista sua dificuldade de acesso ao emprego, e por consequência a uma renda, mesmo com o aumento da oportunidade de alcançar a educação e a informação.

Se pararmos para refletir diante desta colocação do autor, compreenderemos melhor a forma como os jovens têm construído suas relações com outros indivíduos, os grupos sociais e com a cultura, e como tal posicionamento interfere diretamente em sua formação identitária.

As dificuldades socioeconômicas em adquirir um bem material que o caracterize esteticamente, faz com que este jovem busque outras formas de se perceber e enxergar o mundo. A fim de tornar-se pertencente do mundo, a partir das referências que lhe atrai, o jovem encontra no consumo simbólico, através da postura que assume, principalmente com a seleção de elementos culturais, uma forma de representar o seu 'eu social' formulado por intermédio destas informações que segmenta sua identidade.

A internet oferece aos jovens um novo mundo anteriormente inacessível em virtude da distância e falta informação. Ela traz uma liberdade no sentido de permitir aos jovens ir a qualquer lugar, conhecer pessoas, de modo virtual. Mas, ao mesmo tempo essa liberdade é controlada pela observação dos próprios indivíduos que a compõem, os quais têm a possibilidade de reagir imediatamente às manifestações que o jovem faz, de forma positiva ou negativa. Tal fato reafirma a teoria de Martín-Barbero (2008, p. 19) o qual diz que “navegar significa conduzir e esperar, manejar e arriscar, que é o que os jovens fazem ao desfrutar da internet”.

Vivemos em uma sociedade conforme afirma Martín-Barbero (2008) ao citar Habermas, onde não há instância central de regulação e autoexpressão, pois hoje os sujeitos são mais independentes e se reformulam constantemente com as atualizações diárias da modernidade. Este processo caminha para a formação de indivíduos superficiais, sem base exata para sua construção identitária em virtude da fluidez com que interagem com o mundo traduzindo a modernidade líquida apresentada por Bauman (2011). Esta ação acaba por formular indivíduos fluidos, visto que segundo Martín-Barbero (2008, p. 21) “as identidades individuais, tanto quanto as coletivas, se fazem submetidas à oscilação do fluxo de referentes e interpretações, ajustando-se a uma imagem de rede frágil, sem centro e em contínua mobilidade”.

Em sua discussão sobre juventude, Martín-Barbero (2008, p. 22) afirma que os jovens se sentem “envolvidos no paradoxo de que a mesma sociedade que exige cada vez mais, que eles tomem conta deles mesmos, não lhe oferece a mínima clareza sobre o futuro profissional no mercado de trabalho”. Tal afirmativa reforça a ideia de que os jovens da atualidade repudiam as determinações da sociedade, por buscarem o que lhes agrada independentemente

da aceitação social. Para estes basta a aprovação das tribos com as quais se identificam, visto que, ao contrário da sociedade que reprime ao lançar sobre este a obrigação de atender às suas cobranças, sem dar-lhe aporte para atingi-las; para os jovens as tribos funcionam como referência que lhes insere em um universo onde todos possuem opiniões semelhantes, respeitam uns aos outros e são adeptos as mesmas manifestações culturais.

A juventude percebe nas comunidades uma distinção quanto a sua realidade social, e através destes grupos consegue encontrar referências quanto a forma de falar, agir, vestir e tudo mais que lhe permita identificar-se como ator social a partir das manifestações culturais das quais se apropria.

A busca por ser diferente, a fim de se destacar, leva os jovens a procurar indivíduos e/ou grupos consumidores de elementos em comum no cotidiano. Conforme Martín-Barbero (2008), essa procura se dá em virtude, em sua grande maioria, pela falta de perspectiva quanto ao presente e futuro social onde se encontra. Tal busca favorece o processo de hibridização cultural, visto que os jovens passam a assimilar e inserir nos seus costumes características culturais diferentes das suas, possibilitando a adaptação de novas informações culturais diferentes da sua de origem, como é o caso dos jovens brasileiros que aderem a cultura sul-coreana..

As mudanças dos valores da juventude moderna trazem à tona a formação de novas tribos que lhes orientam socialmente, conforme salienta Martín-Barbero (2008). Essas manifestações neotribalistas - termo bastante discutido por Maffesoli (1998), o qual afirma que vivemos em um mundo tribal, sendo as tribos determinantes dos padrões sociais, e por esta razão o homem torna-se dependente das suas configurações para se manifestar enquanto ator social - se dão ancorados principalmente através do uso das novas tecnologias, as quais permitem aos jovens constituírem redes de comunicação, a partir das quais se identificam facilitando a segmentação de subgrupos que partilham do mesmo gosto cultural.

Correlacionando as discussões de Bauman (2011) e Maffesoli (1998), a flexibilidade trazida pela modernidade líquida contribui para a formação das mais diversas tribos, à medida que os indivíduos buscam pares – outras pessoas com opinião comum, a qual orienta à conduta comportamental e às práticas de consumo semelhantes - entre estas muitas comunidades culturais encontra-se a dos jovens adeptos a cultura sul-coreana – *hallyu*. A cultura *hallyu* é um dos casos de consumo cultural praticado, principalmente, pelos jovens para sua distinção social, visto que suas características de conduta proporcionam a esta

geração um pouco de distanciamento com sua realidade nacional ao descobrir um universo novo, que estimula suas expectativas e construções utópicas sobre a vida.

Cada vez mais a cultura sul-coreana tem atraído jovens brasileiros ao seu consumo e manifestação de suas práticas. Inicialmente esta interação ocorria notoriamente entre os jovens residentes no Estado de São Paulo, entretanto a cultura *hallyu* se expandiu para outras regiões do Brasil atraindo mais adeptos para suas práticas culturais, é o caso da cidade do Recife onde jovens universitários aparecem como adeptos dessa cultura *hallyu*. Auxiliados principalmente, pelo uso das TICs (tecnologias de informação e comunicação) esses jovens têm descoberto e se apropriado desta cultura para constituir sua identidade social, à medida que a inserem em seu cotidiano.

Conforme Kim (2008), *hallyu* significa ‘onda coreana’, e refere-se ao movimento de difusão da cultura sul-coreana por outros territórios além do seu. Sua difusão mundial teve início por volta de 1990, mas esta chegou ao Brasil em meados de 2004, graças ao auxílio da divulgação através da internet e das mídias sociais, principalmente a partir da propagação de vídeos de K-pop (música pop coreana) feitos pelos fãs brasileiros.

A empatia pela cultura sul-coreana leva jovens brasileiros a buscarem cada vez mais referências na *hallyu* para orientar sua postura comportamental e por consequência construir sua identidade social.

Partindo das discussões apresentadas por Martín-Barbero (2008) e Bauman (2011) a busca por posicionar-se na sociedade desperta nos jovens a demanda de uma necessidade constante por referências sociais, e através principalmente das TICs esta geração consegue descobrir novas possibilidades de interação e possíveis referências sociais e culturais em outras realidades além da sua de origem. Entre as muitas opções de referência a cultura *hallyu* tem sido escolhida por alguns jovens brasileiros como contribuintes para sua formação identitária, visto a empatia que estes apresentam com essa cultura sul-coreana. Tal interação destes jovens com a *hallyu* desencadeia um processo de hibridização, pois, o contato entre estas culturas distintas - a brasileira e a sul-coreana - leva o jovem a vivenciar uma reconversão cultural, pois este tende a adaptar a *hallyu* a sua cultura de origem, ao inserir em seu cotidiano elementos característicos da cultura oriental

Esse hibridismo cultural desencadeia algumas mudanças no comportamento dos jovens brasileiros, que influenciados pela cultura oriental reformulam seu comportamento e também seu perfil de consumo. E estas mudanças repercutem na sociedade que precisa

adaptar-se a esses novos interesses da juventude, seja na aceitação de sua postura estética e comportamental, seja na adequação do mercado aos seus novos interesses de consumo.

Diante do exposto, a presente pesquisa visou estudar tal fenômeno a fim de compreender melhor esta interação de jovens do Recife com a cultura *hallyu*, buscando analisar como ocorre esse processo de hibridização e como o mesmo influencia o processo de formação identitária destes jovens.

Foram feitas explicações partindo da percepção da interação da juventude com culturas diferentes da sua local, sendo a cultura sul-coreana/*hallyu* a escolhida para integrar o objeto de estudo da presente pesquisa, em virtude de sua expansão crescente no Brasil e por este fato ter se iniciado há pouco tempo, sendo ainda pouco estudado.

Na busca de uma explicação para a crescente reconversão cultural dessa juventude, da sua cultura local na cultura *hallyu*, que tende a orientar seu processo de formação identitária e por consequência suas práticas cotidianas e de consumo, o presente estudo parte das seguintes indagações:

O que leva os jovens universitários da cidade do Recife a se apropriar da cultura *hallyu* como referência para a sua formação identitária, considerando tratar-se de uma cultura estrangeira, espacial e culturalmente distante da sua cultura de origem?

Como se dá a apropriação da cultura *hallyu* por estes jovens e de que forma esta orienta suas práticas de consumo?

Como as Tecnologias da Informação e Comunicação contribuem para as apropriações da cultura *hallyu* por estes jovens?

Tal fenômeno ainda não foi (de acordo com pesquisas prévias e vivência da autora com este universo) de fato abordado e estudado, deste modo há uma escassez de materiais bibliográficos que orientem o estudo sobre o assunto. O presente estudo pretende levantar uma inquietação sobre como jovens brasileiros têm construído sua identidade a partir das influências culturais que recebem através das relações construídas no campo físico e, principalmente, no meio virtual, tendo em vista o uso constante das tecnologias digitais por parte destes pelos mais diversos motivos, que vão desde a busca de conhecimento até o lazer.

O estudo apresentado tem relevância para o contexto social por buscar compreender, com a pesquisa empírica, o fenômeno da formação das novas culturas híbridas da juventude contemporânea, tomando a interação de jovens brasileiros com a cultura *hallyu*, como referência para a análise. Percebe-se a importância desta pesquisa visto que o hibridismo

cultural vivenciado por esta juventude brasileira com a cultura da Coreia do Sul impacta diretamente no desenvolvimento desta geração e por consequência nas relações que constrói em sociedade e em suas práticas do cotidiano, desde a conduta comportamental até as ações de consumo. Ações estas que subsidiam sua identificação social, visto ser o consumo, conforme nos permite perceber Barbosa (2011), uma ferramenta de manifestação do sujeito na sociedade, quanto as suas escolhas e opiniões. Deste modo, a inserção nas práticas cotidianas do consumo de bens oriundos do mercado e, principalmente, da cultura oriental, podem servir de pistas para compreender melhor os anseios destes jovens e, sobretudo, para identificá-los dentro do contexto social em que vivem e atuam.

O PROCESSO DE INVESTIGAÇÃO

Como percurso teórico-metodológico para a construção da presente pesquisa foram escolhidos os estudos culturais, elegendo o processo de hibridização cultural como orientador da construção identitária dos indivíduos, a partir das interações culturais auxiliadas, principalmente, pelas TICs. O campo de observação da temática em questão é a cidade do Recife, sendo a população em estudo os jovens universitários, com faixa etária entre 17 e 29 anos, moradores da localidade, adeptos a cultura *hallyu*.

Apesar de sua historicidade originada entre 1950 e 1960, na Inglaterra, os Estudos Culturais configuram-se como um fenômeno contemporâneo e internacional. Visto que, para entender o comportamento dos indivíduos faz-se necessário uma análise da cultura e da sociedade onde estão inseridos, bem como as relações existentes entre estas.

Com suas características interdisciplinares, que abrangem desde contextos políticos até conjunturas comportamentais, os Estudos Culturais buscam compreender a atuação da cultura em suas diversas vertentes, as quais incluem gênero, sexo, identidade, globalização, comportamento, hibridização, multiculturalidade entre tantos outros pontos relevantes para a construção social.

O presente projeto busca analisar o processo de reconversão enquanto hibridização cultural na formação identitária de jovens brasileiros a partir da interação com a cultura *hallyu*, trata-se de uma pesquisa exploratória qualitativa, por analisar uma realidade que não pode ser quantificada. A pesquisa qualitativa é tida como suficiente por, conforme Richardson (2012, p. 79) “ser uma forma adequada para entender a natureza de um fenômeno social”.

De acordo com Richardson (2012):

A estratégia utilizada em qualquer pesquisa científica fundamenta-se em uma rede de pressupostos ontológicos e da natureza humana que define o ponto de vista que o pesquisador tem do mundo que o rodeia (RICHARDSON, 2012, p. 32).

Desta forma, como estratégias para o presente projeto, foram utilizadas técnicas qualitativas de observação para compreender o processo de reconversão cultural vivenciado por jovens brasileiros com a cultura *hallyu*, a fim de verificar como essa juventude se apropria desta cultura oriental e a utiliza como elemento para sua formação identitária. Além disto, será utilizado também no processo de pesquisa o conhecimento prévio da pesquisadora sobre a temática apresentada, resultado de estudos e vivência com o universo escolhido na cidade do Recife, visando contribuir com mais informações a partir das experiências vividas.

Para embasar a pesquisa combinamos as técnicas de estudos bibliográficos, os quais, segundo Gil (2002) desenvolvem-se a partir de livros e produções acadêmicas; com a netnografia para auxiliar nesta revisão literária através da análise documental de sites e diários virtuais que forneçam informações sobre o tema pesquisado. Ambas as técnicas foram utilizadas a fim de contribuir para uma compreensão epistemológica dos assuntos relacionados à discussão, tais como juventude, identidade, cultura e cultura *hallyu*.

Além da análise de material bibliográfico foi utilizada a observação direta, por ser considerada segundo Moreira (2002, p. 52) “uma estratégia de campo que combina ao mesmo tempo a participação ativa com os sujeitos, a observação intensiva em ambientes naturais, entrevistas abertas informais e análise documental”.

Foram utilizadas, igualmente, técnicas etnográficas de coleta de dados para análise dos fenômenos percebidos no processo de reconversão cultural e formação identitária, fortalecendo a ideia do autor ao afirmar que “o modo de vida peculiar que caracteriza um grupo é entendido como a sua cultura. Estudar a cultura envolve um exame dos comportamentos, costumes e crenças aprendidos e compartilhados do grupo” (ANGROSINO, 2009, p. 16). Deste modo, o uso das técnicas etnográficas contribuem para uma melhor compreensão quanto a análise das manifestações culturais praticadas pelos jovens a partir de sua reconversão com a cultura *hallyu*.

Para auxiliar a construção teórica da pesquisa, principalmente no que se refere à cultura *hallyu*, foi realizada uma análise de conteúdos virtuais através da utilização da netnografia – visto ser esta, conforme Kozinets (2010), uma opção de pesquisa etnográfica realizada na forma online, isto é, no campo virtual, através da análise de conteúdos publicados

nas comunidades virtuais, em seus diferentes locais - fóruns, sites, blogs, redes sociais. A netnografia foi fundamental para auxiliar na compreensão sobre o que é e como se difunde a cultura *hallyu*, por haver pouco material bibliográfico que apresentasse informações sobre a mesma.

A evolução e conseqüentemente o aumento do uso da internet constituem uma nova rede de relações entre os indivíduos baseada na interação virtual, o que leva a formação de novas conexões e comunidades, conforme Kozinets (2010), desencadeando no campo das pesquisas a demanda de uma nova perspectiva quanto a forma de estudo etnográfico, visto a mudança no comportamento dos sujeitos. Através da netnografia é possível observar o comportamento deste sujeitos no ciberespaço, através do uso das ferramentas virtuais, comumente utilizadas na atualidade para manifestações sociais dos indivíduos a partir de suas conexões, proporcionando a compreensão da cultura online e dos elementos que a integram.

A netnografia permite o estudo e compreensão de comunidades eletrônicas, contribuindo para esta pesquisa que buscou compreender as interações sociais, as manifestações culturais e as práticas de consumo de uma grande comunidade que tem como referência o consumo da *hallyu*.

Sendo a netnografia um método que permite a investigação e interpretação do comportamento cultural e de comunidade on-line, conforme Kozinets (1997), o seu uso faz-se necessário por ser o ambiente virtual o espaço onde há maior exibição do fenômeno estudado, pois é na internet onde ocorre a maior exposição da cultura *hallyu* e a apropriação desta pelos jovens, além disto, esta juventude utiliza o ciberespaço para manifestar sua opinião quanto o movimento *hallyu* e também para interagir com outros adeptos de tal cultura. Desta forma, considerando a importância do ambiente virtual para analisar o objeto estudado, a netnografia surge como uma técnica importante para a obtenção de dados relevantes para a construção da pesquisa.

Nesta pesquisa a netnografia foi utilizada para coleta de dados e também para analisar algumas manifestações dos jovens observados na internet, para melhor compreender a interação destes com a *hallyu*. Para esta análise utilizamos o facebook como campo de observação, visto seu uso constante pelos indivíduos estudados.

Também foi realizada a aplicação de roteiro de entrevista, estruturada em blocos, sendo o primeiro para identificação do entrevistado; o segundo para percepção da sua visão sobre seu cotidiano e sua cultura de origem; o terceiro bloco para verificação sobre seu

conhecimento relativo à cultura *hallyu*; e o quarto bloco para análise das apropriações da cultura *hallyu*, pelos jovens em estudo. Os entrevistados estão identificados por nomes escolhidos pelos próprios jovens durante a realização das entrevistas, para que seja possível preservar suas identidades.

Os dados coletados forem segmentados em grupos a fim de verificar como se dá a apropriação da cultura *hallyu* com os jovens do Recife, e de que forma estes jovens utilizam estes elementos para reconverter os códigos da sua cultura de origem na *hallyu*. Sendo utilizadas as seguintes categorias de análise:

1. K-pop – música pop coreana, principal responsável pela propagação da *hallyu*, através de suas manifestações em vídeo-clipes/MVs, shows e eventos correlatos em diferentes regiões do mundo;
2. K-drama – elementos do entretenimento da *hallyu*, responsáveis por difundir as características sociais, culturais, estéticas, linguísticas e cotidianas da cultura sul-coreana;
3. K-movie – produções cinematográficas coreanas que tem sido consumidas não somente no país asiático, mas em diferentes regiões do mundo, conquistando espectadores e propagando a também *hallyu*.
4. Programas de TV – o entretenimento sul-coreano tem seguido o fluxo da *hallyu*, alcançando cada vez mais fãs de outras regiões além do território coreano. Os programas de TV também são bastante consumidos pelos seguidores da onda coreana, espalhados pelo mundo.

Para a realização das entrevistas foram escolhidos jovens universitários da cidade do Recife, que tivessem se apropriado da cultura *hallyu* e a inserido em seu cotidiano, utilizando-a como elemento para a formação de sua identidade social. A partir do grupo selecionado analisou-se, através dos dados recolhidos na entrevista e no método netnográfico, o processo de reconversão cultural vivenciado pelos jovens, a fim de responder as questões levantadas na presente pesquisa.

OS DESAFIOS DO PROCESSO DAS ENTREVISTAS

Cabe neste espaço uma reflexão da pesquisadora sobre os desafios que se colocaram para realização das entrevistas. O processo não serviu apenas para coletar informações através das respostas dos candidatos, mas também para ratificar o novo perfil dos jovens observados. A ideia inicial da pesquisa era a aplicação do roteiro de entrevistas da forma tradicional, isto é, através do encontro presencial e contato visual com os entrevistados. Entretanto, não foi possível proceder conforme o planejado, tendo em vista o perfil comportamental dos indivíduos selecionados para o estudo.

Os jovens estudados costumam atuar mediatizados pelas TICs, o que gerou a necessidade de uso e análise destas ferramentas para execução da pesquisa, compreensão da cultura e dos jovens estudados e alcance dos objetivos pretendidos.

Para escolher os jovens a serem entrevistados foi utilizado como principal ferramenta o facebook, uma das redes sociais preferida na atualidade e principal espaço de manifestação da juventude contemporânea. Sendo os entrevistados selecionados em sua maioria, de *fanpages*¹ voltadas a *hallyu*. Encontramos dificuldade em localizar os indivíduos com o perfil definido para análise da pesquisa (jovens universitários do Recife, com idade entre 17 e 29 anos), visto que muitos dos adeptos a *hallyu*, que manifestam seus interesses por tal cultura não apresentam o perfil desejado, por não terem a idade, ou não serem universitários, ou não serem do Recife.

Após a escolha dos indivíduos foram realizados os contatos para convidá-los a participar da pesquisa. Com cerca de 30 jovens, além da convocação de grupos ligados a cultura sul-coreana. Apesar de manifestar interesse pelo conteúdo a que pretendia o estudo, os jovens questionavam de imediato se haveria a necessidade de encontro presencial e para realização da entrevista, ou se a mesma poderia ser realizada de forma virtual. Muitos dos indivíduos alegaram não ter disponibilidade para encontros presenciais pelas mais diferentes dificuldades, mesmo estando cientes da proximidade territorial com o entrevistador e disponibilidade do mesmo em deslocar-se para ir ao seu encontro, e todos sugeriam o uso da internet para a realização das entrevistas.

1Páginas da internet criadas e mantidas por fãs

Diante de tais circunstâncias e tendo em vista o prazo para execução da pesquisa decidimos atender a sugestão dos jovens e realizar a entrevista de modo virtual, sendo o e-mail a ferramenta definida para a aplicação dos roteiros.

A dinâmica das entrevistas se deu da seguinte forma, foi solicitado o e-mail dos jovens selecionados e encaminhado aos mesmos o roteiro de entrevista acompanhado das orientações sobre a pesquisa. Deixou-se claro que, após o recebimento do roteiro respondido, o pesquisador poderia fazer novos contatos para esclarecimento quanto as respostas registradas.

Apesar de não ser esta uma prática comum em pesquisas acadêmicas, percebeu-se a necessidade de realizá-la tendo em vista as dificuldades em executar as entrevistas e consequentemente concluir a pesquisa. Além disto, verificamos também que tal escolha contribuiria para reforçar a discussão levantada no estudo sobre o perfil dos jovens e o uso das TICs, além de proporcionar experiência de considerar outros/novos procedimentos metodológicos que possam contribuir com o universo da pesquisa.

Durante a aplicação das entrevistas, mesmo atendendo a opção sugerida pelos jovens, a grande maioria contatada não respondeu ao contato. Foram feitos vários contatos virtuais e também presenciais, através da visita aos locais onde alguns dos jovens costumam se encontrar; entretanto os mesmos não retornaram os roteiros respondidos, e alguns que o fizeram não responderam o roteiro por completo e não justificaram, nem responderam os novos contatos para concluir a entrevista. Ao final dos vários contatos tanto de forma virtual como presencial, obtivemos três entrevistas completas. Diante das respostas apresentadas nestas, percebemos as mesmas como suficientes para complementar a discussão apresentada ao longo da pesquisa, visto que as respostas registradas pelos jovens satisfizeram as questões levantadas e apresentarem repetição, o que mostra similaridade na visão da população em estudo sobre o tema apresentado.

Diante das circunstâncias vivenciadas no processo das entrevistas, a pesquisa também tomou como base para sua execução o uso da netnografia, visto ser o ambiente virtual o principal espaço de interação dos jovens e da cultura *hallyu*, sendo relevante analisar tais manifestações virtuais para compreender um pouco mais sobre o processo de apropriação e hibridização cultural vivenciado por estes jovens com a onda coreana.

O objetivo inicial da pesquisa era utilizar a netnografia para coletar dados documentais que contribuíssem com a construção teórica de conceitos ligados a juventude e cultura *hallyu*. Entretanto, tendo em vista as dificuldades encontradas na realização das entrevistas,

utilizamos a técnica netnográfica para complementar a observação, contribuindo com a análise do comportamento dos jovens, quanto a sua apropriação e consumo da *hallyu* no campo virtual através do uso das redes sociais, sendo o facebook o escolhido para a execução do estudo.

O facebook foi utilizado para complemento da pesquisa, sendo a principal ferramenta a entrevista semiestruturada. A página é usada para contribuir com a compreensão do objeto estudado, servindo como fonte para coleta de exemplos sobre os conteúdos verificados.

Não foi utilizado o facebook como maior intensidade, visto o interesse inicial da pesquisa em ter a entrevista semiestruturada como base de dados para análise, e também pela dificuldade em encontrar indivíduos com o perfil desejado (jovens universitários, com faixa etária entre 17 e 29 anos, da cidade do Recife) que manifestassem com frequência o seu interesse e consumo da cultura *hallyu*. Os entrevistados não apresentaram interatividade com os elementos da *hallyu* através das redes sociais. Muitos dos jovens observados não manifestam abertamente suas interações com a cultura sul-coreana. Estes tendem a consumir e expor tais ações a outros sujeitos que também realizam as mesmas práticas e/ou compartilhem dos mesmos interesses.

Muitos jovens manifestam seus interesses de forma anônima, através da possibilidade do uso das redes sociais com perfis falsos ou perfis *fake*. O facebook oferece esta possibilidade de criar contas sem que o indivíduo seja identificado com seus dados reais, construindo perfis *fake*, o que dificultou a localização de jovens com o perfil estudado. Diante disto, *posts* retirados desta rede social que possam contribuir para a análise da temática da pesquisa e conseqüentemente permitir atender os objetivos propostos.

A pesquisa acha-se constituída além de introdução apresentada anteriormente, por TRÊS capítulos, da seguinte forma:

Capítulo 1 – JUVENTUDE E IDENTIDADES HÍBRIDAS - Este capítulo busca trazer um embasamento teórico sobre as temáticas apresentadas ao longo da pesquisa, sendo estas discussões sobre juventude, identidade, cultura, hibridização cultural e reconversão. Para estes assuntos foram utilizados autores como Martín-Barbero, Castells, Burke, Hall, Canclini entre outros que contribuam na disposição e compreensão do diálogo exposto.

Capítulo 2 – CONHECENDO A CULTURA *HALLYU* - Neste capítulo apresentaremos uma descrição sobre a cultura *hallyu*, visando auxiliar o leitor na compreensão sobre a cultura sul-coreana apresentada no estudo. Será trazida uma breve explicação histórica sobre a *hallyu* e como se dá sua manifestação pelo mundo, tendo como foco o território brasileiro. Para tal apresentação são utilizados dados trazidos por autores como Tuk, Kim e informações recolhidas em sites registrados e oficiais, que apresentam conteúdo sobre esta cultura, tais como o Centro Cultural Coreano do Brasil e BrazilKorea.

Capítulo 3 – HIBRIDIZAÇÃO CULTURAL E CONSUMO DOS JOVENS: DA CULTURA LOCAL À ONDA COREANA – Para este momento descreve-se o perfil dos jovens universitários, da cidade do Recife, adeptos a *hallyu*, com faixa etária entre 17 e 29 anos; e da realidade social na qual se encontram, sendo reforçados com o uso das informações recolhidas a partir da aplicação do roteiro de entrevista semiestruturada.

Neste capítulo também são apresentadas as análises obtidas através da aplicação das entrevistas, trazendo trechos das falas dos entrevistados para fomentar a análise do por que destes jovens da Cidade do Recife se apropriarem da *hallyu* para orientar sua formação identitária, orientando suas práticas cotidianas e de consumo.

Na sequência são trazidas as considerações finais obtidas pela autora, com base em todo o material apresentado sobre o problema, expondo as conclusões alcançadas com a pesquisa, na intenção de trazer os primeiros apontamentos que possam ser úteis para compreender melhor o objeto em questão. Ao final, são apresentadas todas as referências utilizadas para embasar a pesquisa, levantadas pela autora.

1 - JUVENTUDE E IDENTIDADES HÍBRIDAS

No século XXI, o jovem pode ser percebido com um sujeito singular, constituído de características únicas em constante transformação.

Com uma visão de mundo diferente das gerações que a antecedem, a juventude pós-moderna é percebida por sua perspectiva social baseada em valores, condutas, interesses e necessidades divergentes da sociedade que a cerca.

Por estar inserida em processos sociais transitórios esta geração apresenta um novo olhar para a vida a partir de uma leitura de mundo mais ampla e diversificada.

Mas, quem são estes jovens? Como podemos defini-los e identificá-los socialmente?

Existem diferentes vertentes que definem a juventude, variando de acordo com cada sociedade. Para o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) (2010), a população jovem caracteriza-se como o conjunto de indivíduos com faixa etária entre 15 e 24 anos. Sob a perspectiva constitucional, Amorim (S/A) conceitua juventude como “a última etapa do processo de socialização da pessoa humana, consubstanciada no afrouxamento da relação parental-filial e na consideração das responsabilidades e vínculos sociais”.

De acordo com a ONU, a definição de juventude pode variar segundo as determinações de cada país. Partindo desta variável, o Estatuto da Juventude (2013) segmenta os jovens como indivíduos com idade entre 15 e 29 anos.

Ainda sobre os estudos de juventude, no campo da psicologia, para autores como Piaget a juventude apresenta-se como a fase transitória entre a infância e a vida adulta, onde se formam os valores que orientam a formação identitária do sujeito. Sob a perspectiva sociológica, alguns estudiosos como Bauman e Maffesoli, utilizam o termo geração para tratar questões correlatas aos jovens. No campo da sociologia, a partir de autores como Comte (1998), Dilthey (1989), Abrams (1982), Mannheim (1952), entre outros, tem-se geração como grupos de sujeitos com características comuns que se diferenciam com o decorrer do tempo, a partir das evoluções sociais, sendo alocados em blocos etários (divergentes, mas interligados) para distinção dos mesmos.

Tal descrição pode ser reforçada a partir de Bauman (2007, p. 373), quando este afirma que “as fronteiras que separam as gerações não são claramente definidas, não podem deixar de ser ambíguas e atravessadas e, definitivamente não podem ser ignoradas”.

Para a presente pesquisa, utilizaremos como referência a descrição de jovem do estatuto da juventude somada a perspectiva sociológica de geração, a partir de Bauman e Maffesoli. Tendo em vista, o fato de analisarmos o comportamento de jovens universitários com faixa etária entre 17 e 29 anos, grupo que apresenta conforme pesquisas da Secretaria Nacional da Juventude, um comportamento inexacto que foge as determinações dos padrões sociais.

1.1 REALIDADE SOCIAL DO JOVEM CONTEMPORÂNEO

Ser jovem na atualidade brasileira, ao contrário do que se propaga, não é uma tarefa fácil. Para muitos a juventude está associada à ideia de uma vida desregrada, composta por prazeres, farras e irresponsabilidade. Entretanto, ser jovem no Brasil contemporâneo requer maturidade e muito esforço.

O atual cenário político-social do país demanda de seus cidadãos um maior desempenho em suas práticas cotidianas no campo das relações social, pessoal e profissional, tendo em vista o aumento das exigências de desempenho em virtude do crescimento da concorrência resultante da diminuição de oportunidades advindas do desequilíbrio socioeconômico resultante da crise instaurada no país.

Se para a geração adulta, que em sua maioria, já vivenciou parte de sua vida e alcançou algumas determinações sociais como emprego, renda e constituição familiar há dificuldades em acompanhar de forma estável as mudanças do novo cenário brasileiro, para os jovens torna-se ainda mais difícil posicionar-se e ser percebido como um ator social. Visto estar iniciando sua corrida para alcançar as mesmas demandas, que lhe definem como cidadão, de acordo com as imposições da sociedade (isto é, formação acadêmica, profissional, familiar e identitária).

Inseridos em uma sociedade heterogênea, onde ainda se percebe desigualdades sociais que retrocedem o desempenho dos indivíduos, os jovens brasileiros precisam encontrar uma direção para galgar conquistas sociais. Mas, como conquistar oportunidades quando não se é respeitado e principalmente compreendido?

Para as gerações mais velhas, entender o comportamento dos jovens é uma tarefa difícil, principalmente por haver uma larga diferença comportamental entre estas gerações, decorrente das evoluções sociais e principalmente das revoluções tecnológicas. As tecnologias

virtuais que para os mais velhos/adultos surgem como algo novo, sendo muitas vezes uma barreira visto seu analfabetismo digital, para os jovens, que nasceram amparados pelas mesmas, as TICs são tidas como ferramenta comum e essencial em seu cotidiano.

A facilidade com que a juventude lida com a modernidade tecnológica constrói na sociedade a ideia de ser esta uma geração preguiçosa, folgada, desinteressada e principalmente, acomodada. Mas, será esta a verdade que define a juventude contemporânea?

1.1.1 O perfil dos jovens brasileiros, segundo a Secretaria Nacional de Juventude

De acordo com uma pesquisa realizada pela Secretaria Nacional de Juventude em 2013, a juventude brasileira, correspondente a $\frac{1}{4}$ da população brasileira, é diversificada e formulada por desigualdades.

Em um breve perfil da juventude brasileira, a partir da pesquisa feita pela SNJ, temos uma distribuição semelhante entre homens (49,6%) e mulheres (50,4), a maior parte solteiros (66%), 61% vivendo com os pais, sendo 84,8% habitantes da zona urbana. Com relação à situação socioeconômica: 28% encontra-se nos estratos baixos (de até R\$290,00 ao mês), 50% estão nos médios estratos (valor não apresentado na pesquisa) e 11% encontram-se nos altos (acima de R\$1.018,00).

No que diz respeito às atividades que estes jovens desempenham, 53% trabalha e 21% procura trabalho (contrariando a teoria de uma juventude acomodada). Quanto à escolaridade; 35,9% tem alfabetização/EJA + fundamental, 46,3% ensino médio, 16,2% superior (incompleto à pós) e 1,6% nunca estudou.

A pesquisa permite ainda perceber que, sobre o uso das TICs, os principais meios de informação para os jovens brasileiros são TV aberta (83%), seguida da internet (56%), contrariando um pouco a ideia de ser esta uma geração totalmente virtual. Ainda neste contexto, 79% utiliza a internet e 9 em cada 10 jovens, o equivalente a 89% desta população, possui celular, sendo seu principal uso a comunicação por chamadas ou mensagem de texto.

De acordo com a pesquisa realizada pela PUC/RS, os jovens têm como principais atividades algum tipo de interação com a tecnologia, sendo a internet a principal ferramenta de comunicação deste grupo, desbancando a TV – citada como principal meio de informação dos jovens na pesquisa realizada em 2013 pela SNJ. A partir desta informação pode-se perceber uma mudança nos hábitos dos jovens em um curto intervalo de tempo, confirmando

a máxima de que estes indivíduos acompanham as evoluções sociais trazidas pela modernidade de forma rápida, posicionando-se na sociedade de forma dinâmica acompanhando as transformações, principalmente das TICs.

Ainda sobre a pesquisa da SNJ, é possível perceber a preocupação dos jovens com a violência e a corrupção. Além disso, revela também a visão positiva desta juventude para a educação e liberdade de expressão no Brasil. Um ponto importante da pesquisa foi que a maioria dos jovens entrevistados afirmou acreditar na capacidade da juventude de mudar o mundo.

Partindo destas informações colhidas na(s) pesquisa(s) desenvolvida(s) pela SNJ em 2013 e pela PUCRS em 2015, percebe-se que os jovens não se encontram à margem da realidade social que os rodeia. É possível observar que a juventude possui peso nas demandas da sociedade, sendo parte importante desta construção. O que acende a necessidade de observar e dar atenção aos jovens brasileiros, visto que estes passam por muitas interferências sociais, necessitando de auxílio para transitar por estas realidades, enquanto vivenciam o processo de amadurecimento e conseqüentemente o seu desenvolvimento social que orienta a sua formação enquanto cidadãos.

Se a juventude no passado sofria com a repressão dos pais e da sociedade, que determinavam cada um de seus passos, a partir da década de 1990, os jovens vivenciam uma repressão velada em uma liberdade exacerbada e desorientada, que lhes permite fazer suas escolhas, mas, ao mesmo tempo, sofrem a pressão das demandas sociais que lhes impõem padrões a serem seguidos e/ou alcançados.

A partir de estudos de autores como Martin-Barbero e pesquisas como a realizada pela SNJ sobre a juventude, é possível perceber que os jovens do século XXI são instigados, seja pela família (os pais) e/ou pela sociedade, a conquistar sucesso em diferentes áreas da vida, seguindo a escala de formação acadêmica superior, ascensão no mercado de trabalho e a construção de uma família bem estruturada. Tudo isto, partindo dos padrões sociais, funciona como orientação para identificação do jovem como ator social.

Essa busca por ocupar um espaço dentro da sociedade condiciona os jovens a selecionar do contexto ao seu redor elementos que auxiliem sua formação identitária, conforme discute Martín-Barbero (2008).

De acordo com este autor, diante de uma sociedade rica na diversidade embasada pela multiculturalidade, os jovens se veem rodeados de inúmeras opções de escolhas a fazer. Se no

passado, a juventude vivia em uma sociedade constituída por questões políticas e socioculturais estruturadas e determinadas, na contemporaneidade os jovens encontram-se revestidos de dúvidas diante de realidade social e culturalmente fragmentada.

Se a modernidade, marcada pelas novas tecnologias, apresenta-se com o propósito de auxiliar e por consequência facilitar a vida do homem, ela traz também uma série de incertezas por oferecer inúmeras possibilidades a este sujeito. Principalmente, para os jovens que (em sua grande maioria) estão “[...] íntima e estruturalmente mediados por suas interações pela e com a tecnologia” (MARTÍN-BARBERO, 2008, p. 22), por serem nascidos e criados na modernidade tecnológica. O que os condiciona a adequar-se neste campo diverso de escolhas, recebendo o peso de selecionar as opções que lhes permitam construir sua identidade.

Nesse processo de formação social os jovens vivenciam diversas experiências, orientadas por muitos elementos de etnia, gênero, cultura e tudo mais presente no contexto social.

Os jovens se veem num processo de transição de uma infância, onde possui as obrigações de estudar e se divertir, para uma fase adulta na qual precisa trabalhar, estudar, constituir família, cumprir com suas obrigações enquanto cidadão e principalmente, desempenhar todos estes papéis de ator social, satisfazendo as pessoas ao seu redor e a sociedade.

Cabe aos jovens a árdua tarefa de alcançar a maturidade com sucesso, atendendo as expectativas sociais. Nesta transição o ‘ator social jovem’ discutido por Martín-Barbero (2008), vivencia o processo de formação identitária que lhe permitirá ser percebido e aceito ou não pelos demais sujeitos.

Diante de tal pressão a juventude busca meios de atender às demandas sociais e ao mesmo tempo satisfazer seus anseios pessoais. Os jovens procuram elementos que contribuam para sua formação identitária, e dentro do panorama brasileiro a cultura tão plural funciona como um dos principais orientadores deste processo.

O jovem ator busca apropriar-se de todos os materiais tidos como relevantes pelos observadores para a manutenção da vida em sociedade. Este sujeito toma os membros do grupo de referência como modelo a ser seguido, e a partir da assimilação dos costumes deste(s) grupo(s) o indivíduo ‘amadurece’ para a vida cotidiana, conforme descreve Heller (1985). As experiências vivenciadas no cotidiano contribuem na formulação identitária deste

sujeito, que passa a manifestar seus interesses e preferências a partir destas modelagens, a fim de constituir-se como integrante do contexto social que lhe parece mais atrativo e adequado.

Para ser percebido e identificado a partir de seus interesses o jovem busca selecionar elementos do cotidiano que permitam que seus interesses sejam enxergados da forma como deseja, partindo das escolhas que faz para a construção de sua identidade social.

1.2 FORMAÇÃO IDENTITÁRIA DA JUVENTUDE BRASILEIRA

A identidade social está caracterizada pela forma como o indivíduo é visto pelos demais, a partir da postura que ele assume, condicionada a um modelo existente. Essa identidade permite ao sujeito se diferenciar da massa social e ao mesmo tempo assemelhar-se a determinados grupos, utilizados por ele como referência na construção do seu 'eu' social, como afirma Cuche:

A identidade social de um indivíduo se caracteriza pelo conjunto de suas vinculações em um sistema social: vinculado a uma classe sexual, a uma classe de idade, a uma classe social, a uma nação, etc. A identidade permite que o indivíduo se localize em um sistema social e seja localizado socialmente (CUCHE, 1999, p. 177).

Até a era da modernidade, em meados do Século XX, as sociedades viviam um padrão, onde os indivíduos que a constituíam seguiam um modelo comum, partilhando de uma mesma identidade. Com a modernidade as sociedades foram fragmentadas, disseminando a formulação de identidades orientadas pela dinâmica social (BAUMAN, 2011). Se antes o homem era modulado pelos padrões de uma identidade generalizada, coletiva e imutável, onde este não fazia escolhas e permanecia na dependência de mudanças sociais que se encontravam engessadas pelo tempo, hoje ele carrega uma identidade pessoal, construída com suas características individuais orientadas por uma análise pessoal e uma identidade social baseada na sua individualidade, mas também, orientada pelos moldes sociais e pela forma como a sociedade o vê. Deste modo, a forma como fala, a roupa que veste, as atividades que desempenha, o tipo de consumo que pratica, todas as características que possibilitam a definição do sujeito e sua distinção dentro de um contexto é denominada identidade, e Castells reforça esta ideia ao descrever identidade como:

O processo de construção de significado com base em um atributo cultural ou ainda um conjunto de atributos culturais inter-relacionados, o(s) qual(is) prevalece(m) sobre outras formas de significado (CASTELLS, 2002, p. 22).

Sabendo que, cada indivíduo desempenha o papel de ator social, a identidade permite compreender quem é o ator, e qual o seu papel dentro do ambiente em que está inserido. Segundo Barbosa (2014), o processo de estetização da vida contemporânea diminui as padronizações, mas não isenta a existência de normas sociais no que se refere ao consumo e a aparência, principalmente no mundo contemporâneo, onde as informações são difundidas quase que instantaneamente pelo rápido processo de comunicação que possuímos, através do uso das mídias e tecnologias, o que permite a formulação e propagação de padrões sociais entre os diversos grupos. A visibilidade que se tem diante de outras pessoas possui alto valor para o homem, que tende a procurar meios de manter-se bem visto pela sociedade, sabendo que a elevação de seu *status* social depende desta divulgação de sua imagem.

De acordo com Assmar e Jablonski (2009, p. 53), “somos influenciados por tendências”. E são muitos os elementos que influenciam na construção da identidade social do indivíduo. Na atualidade, com os avanços tecnológicos, entre os elementos que mais se destacam como influentes estão os oriundos da tecnologia digital. A internet e seus componentes possibilitam ao sujeito coletar informações e manifestar-se para os grupos sociais os quais almeja fazer parte, através do contexto cotidiano real e/ou projetado. Estes grupos virtuais podem ser descritos como comunidades online, que segundo Kozinets (2010, p. 16-17) refere-se a um “grupo de pessoas que compartilham de interação social, laços sociais e um formato, localização ou ‘espaço’ interacional comum, ainda que, nesse caso, um ‘ciberespaço’ virtual ou mediado pelo computador.” A partir das TICs o ator social pode saber mais sobre os membros de determinadas comunidades, e daí formatar um comportamento adequado a este grupo visando ser aceito pelo mesmo. No século XXI, a rapidez com que as informações se disseminam faz com que os sujeitos tenham acesso às mesmas quase que instantaneamente, o que facilita o saber sobre o outro, permitindo a este adequar-se as expectativas do indivíduo e/ou comunidade que almeja satisfazer.

A interação entre o ator social e o emissor das informações verbais ou não-verbais, funciona como base para a construção e manutenção da vida em sociedade. E para que esta funcione os sujeitos envolvidos precisam ter afinidades que se dão por intermédio do perfil assumido por ambos dentro do contexto social. Quando indivíduos de características

comportamentais semelhantes passam a conviver e interagir em sociedade surgem os grupos sociais, citados por Castells (2002) como fundamentais no processo de construção identitária do homem. A partir do autor, podemos perceber os grupos sociais como fragmentos sociais que funcionam como ferramenta de distinção da sociedade, nos quais pessoas com ideologias semelhantes se relacionam e manifestam seus interesses, estes acabam servindo como referência para que outras pessoas possam captar elementos para constituir sua identidade social.

Estes grupos sociais são descritos por alguns autores como tribos – grupos de indivíduos com gostos e comportamentos comuns que se aproximam a fim de manifestar seus interesses – ambas as descrições possuem o mesmo propósito possibilitar que um conjunto de atores sociais de opiniões semelhantes sejam percebidos pelo contexto social no qual está inserido. Maffesoli (1998) traz uma discussão sobre tribos, e nos permite perceber como estas são fundamentais na formação do indivíduo e sobre seu posicionamento no contexto social. Visto que a partir da forma como é identificado, o sujeito pode detectar a tribo que mais lhe representa e assim assumir as características desta em sua identidade com o intuito de ser aceito e de sentir-se pertencente a algum grupo social.

Por vivermos em uma era de constantes transformações a percepção dos indivíduos varia à medida que este acompanha as mudanças sociais em seus diversos campos (cultural, econômico, tecnológico, entre outros), permitindo a formação de sujeitos individualizados e ao mesmo tempo modulados, pois, elabora-se uma nova identidade composta por novos conceitos e características sociais selecionadas de culturas já existentes, percebidas sob um novo aspecto, conforme discutem Bauman (2011) e Martín-Barbero (2008). Partindo deste pressuposto, percebe-se a necessidade do sujeito de diferenciar-se dos demais e fazer-se único dentro do panorama social. Essa individualização é reforçada pelo sentido de sua identidade que permite compreender a sua significação simbólica para o todo no qual está inserido.

Mas, não basta ao sujeito formular tal identidade se a mesma não puder ser vista por um público. Para que faça sentido a construção de uma identidade baseada nas formulações sociais, faz-se necessário a projeção desta para a sociedade. Para projetar sua representação social, os indivíduos da atualidade utilizam principalmente as TIC's, visto que as mesmas permitem uma rápida propagação de informação. Na contemporaneidade a internet surge como mecanismo para difundir ideologias diferentes da sociedade. De acordo com Bauman (2011), a internet funciona como ferramenta com a qual os indivíduos (principalmente os jovens)

coletam informações e ao mesmo tempo divulgam suas ações, a fim de serem percebidos pela sociedade.

Com os avanços tecnológicos e a acessibilidade a internet, fica mais fácil propagar diferentes culturas, contribuindo para a multiplicação de elementos que auxiliam a formação identitária dos indivíduos que utilizam o ciberespaço como ferramenta para coletar informações e manifestar seus interesses.

Segundo Bauman (2011), o uso das tecnologias permite ao homem construir relações mais fluidas, tendo em vista o fato de que as novas mídias digitais diminuem cada vez mais as barreiras, tanto de território como de tempo o que tange à comunicação. O uso da internet possibilita ao homem adquirir informações em larga escala e de forma instantânea, permitindo a ele conhecer outros povos e culturas, independente da sua localização. A comunicação mediada por *gadgets* (dispositivos, aparelhos eletrônicos) facilita a interação do homem que os tem utilizado cada vez mais em seu cotidiano como ferramenta agregadora de significado da sua construção social. As muitas opções possibilitadas pelo campo virtual levam os indivíduos a descobrirem novas realidades, e a partir destas, o sujeito passa a segmentar as que lhe causem simpatia. Estudos de autores como Bauman (2011) e Martín-Barbero (2008), nos permite perceber que entre os usuários virtuais os jovens se destacam por sua facilidade de manuseio e interação, o que os leva a adentrar fundo no ciberespaço para fazer novas descobertas. Essa geração vê na virtualidade inúmeras funcionalidades para o seu cotidiano, que vão desde o auxílio no seu desenvolvimento acadêmico, construção de suas relações sociais, lazer, entre outros. Tal uso dos meios digitais em suas muitas formas acaba por orientar essa juventude em sua formação social, visto que, a partir das influências que recebem na interação com a tecnologia eles tendem a incorporar tais práticas e elementos em sua construção identitária.

Segundo Bauman (2011) as ferramentas tecnológicas simbolizam a modernidade líquida, onde se faz necessário que tudo ocorra de forma imediata, principalmente quando se tem em mãos a ferramenta que permite ao usuário escolher continuar ou não a receber determinada informação. Ciente das muitas possibilidades que o campo tecnológico lhe oferece, nossa juventude apresenta-se cada vez mais impaciente com a homogeneidade que na sociedade proporciona, por isso busca meios de fugir as determinações sociais por não querer se encaixar em padrões, em virtude das muitas opções que encontra a partir de seu conhecimento tecnológico.

Os elementos que no passado direcionavam a orientação social dos indivíduos, hoje se movimentam constantemente, como em uma montanha-russa, aparecendo nos altos e baixos das constantes experiências transformadoras as quais agregam valor à vida dos jovens, fortalecendo a teoria de Hall (2003, p. 67) quando este levanta a seguinte inquietação: “o que é a identidade de classe quando as identidades de gênero, etnia, nação e região, que no passado nos proporcionam sólidas localizações como indivíduos sociais, se encontram transformadas na experiência que delas têm os indivíduos?”

Ao correlacionarmos a ideia da modernidade líquida apresentada por Bauman (2011), onde não há uma certeza que orienta a sociedade, com a construção de Hall sobre a identidade inexata, que se reformula constantemente sem uma base fixadora de sua formulação, atingiremos a ideia da identidade líquida, visto que o ator social encontra-se – enquanto homem da modernidade – rodeado por uma diversidade sociocultural, a qual bombardeia incessantemente com informações diversas e novas, orientando sua formação social, que, diante das inúmeras reconversões sociais e culturais que vivencia, torna-se fluida e inacabada, isto é, uma identidade líquida.

Essa ideia de identidade líquida passa a ser reforçada pela forma como os jovens utilizam a internet para posicionar-se socialmente em suas relações, de acordo com Martin-Barbero (2008, p. 25) as pessoas têm com a internet a possibilidade de “inventar personagens para se comunicar com pessoas do mundo virtual aproveitando o anonimato das redes para escapar dos constrangimentos sociais do peso de sua identidade individual através da invenção do outro eu, que lhe permitirá viver uma singular experiência de liberdade”. Os jovens se apropriam de tal possibilidade e reformulam sua identidade, adequando-a às demandas das relações que pretendem construir, tornando sua identidade líquida diante das diversas opções que a rede virtual oferece.

Os jovens se apresentam como grupos com gostos e comportamentos semelhantes. De acordo com Cuche (1999), cada sujeito alimenta-se de características diferentes para construir sua identidade, podendo ser entre as muitas a classe sexual, social e/ou de idade. Partindo desta descrição, pode-se enxergar a juventude como um grupo social, o qual se organiza em vários subgrupos de acordo com as escolhas de seus membros, definidas por características constituintes de sua identidade.

Piaget apud Oliveira (2010), em sua teoria do desenvolvimento humano, divide os períodos deste desenvolvimento conforme a evolução das qualidades de pensamento do

sujeito. Segundo o autor, cada período é caracterizado pelas capacidades cognitivas das faixas etárias. Na juventude, começam a ser formados os valores e afirmação da vontade e a identidade do ser. Nesta fase, os grupos de referência são importantes para o jovem, que busca ser aceito, determinando seu modo de falar, vestir, agir, entre outros aspectos comportamentais.

Na juventude o sujeito busca referências para construir sua identidade, e o grupo social no qual se insere contribui nesta construção. A escolha por tal grupo ocorre a partir das características comuns de seus membros. O tipo de vocabulário, as vestimentas, os interesses, a cultura, são alguns dos principais elementos segmentadores destas “tribos” constituintes do universo jovem. Estas escolhas nem sempre seguem o sujeito após a fase jovem, visto que neste período da vida, o ator social ainda não possui certezas quanto a sua identidade, pois conforme Margulis (2008) a juventude é um período que combina maturação biológica e imaturidade social, o que não garante a definição identitária do sujeito.

Entre os muitos elementos que orientam a formatação da identidade na juventude, a cultura é um dos mais fortes na segmentação dos grupos de referência, pois nesta fase busca-se uma distinção dos demais indivíduos e a aderência a culturas diferentes permite uma maior proximidade deste objetivo.

No Brasil, a diversidade cultural proporciona aos jovens uma vasta gama de escolhas quanto a qual seguir. Entretanto, nem sempre estas são suficientes para satisfazer as expectativas projetadas por este grupo. Tendo em vista a constante mobilidade social recorrente da ausência de centralidade das ideologias, as quais oscilam em virtude da facilidade e rapidez com que as informações são transmitidas, o indivíduo se vê envolvido em uma sensação de deslocamento, e por esta razão busca referências definidas e estáveis que os direcione. O autor Pieter Zalis (em entrevista a revista *Veja*, 2016), discute sobre esta sensação de deslocamento e a justifica pela ausência de representação percebida pelos indivíduos, resultante do choque psicológico vivenciado pelo mundo diante da velocidade das mudanças tecnológicas e sociais.

A inexistência de uma certeza quanto ao futuro e a insegurança quanto à durabilidade dos elementos de formação identitária, conforme discute Martín-Barbero (2008), leva o indivíduo a procurar algo ou alguém em que possa ancorar suas expectativas por apresentar aspectos que contribuam para este processo de construção do seu eu social. Diante deste contexto, os jovens se aproveitam da globalização para conhecer novas realidades utilizando a

tecnologia como ferramenta para esta interação. Envolvida pela sensação de deslocamento, a juventude brasileira procura elementos que contribuam em sua formação identitária, e para tal recorre a culturas alheias a sua por não perceber esta como suficiente.

A contrariedade percebida pelos jovens brasileiros em uma sociedade que lhes dá independência para cuidar de si e ao mesmo tempo lhes impõe padrões de conduta que os condiciona a agir de forma diferente a sua construção ideológica, leva este grupo a procurar outras formas de satisfação e segurança social. De acordo com Martín-Barbero (2008), os jovens buscam referências diferentes da sociedade na qual estão inseridos, em tribos nas quais possam sentir-se pertencentes pela liberdade de escolha e concordância de opinião, mesmo se estes grupos estejam norteados por condições socioculturais de outros contextos.

Tudo isto se dá, conforme Martín-Barbeiro (2008, p. 22) “não porque sejam uns desviantes sociais, mas porque sentem que a sociedade não tem direito de lhes pedir uma estabilidade que nenhuma das grandes instituições socializadoras lhes confere”, mas, ocorre em virtude da busca destes jovens de encontrar e formular sua identidade.

Dentro deste universo social constituído por uma gama de culturas fortalecidas pela liberdade que a contemporaneidade oferece ao indivíduo quanto as suas escolhas, os jovens se veem muitas vezes perdidos em seu processo de construção identitária. Ao mesmo tempo em que tem a liberdade de escolha sobre o que fazer, a juventude brasileira se vê condicionada a seguir os padrões sociais impostos para sua identificação e aceitação. Nem sempre, tais formulações são suficientes a estes jovens que buscam fugir da competitividade presente no cotidiano, que aumenta a sua sensibilidade que sofre com a pressão pela transição da infância para a vida adulta, discutida por Abramo (1997). Esta transição tende a aumentar sua responsabilidade e ao mesmo tempo oprimir sua disponibilidade em manifestar seus interesses sem preocupar-se com a opinião alheia.

Durante este processo de adequação social, a partir de muitas e diferentes interações os jovens selecionam elementos destas muitas realidades sociais, e buscam adequá-los a suas práticas cotidianas, vivenciando o processo de hibridização cultural, discutido por Canclini (2013).

1.3 HIBRIDIZAÇÃO E RECONVERSÃO CULTURAL

Processos de hibridização ocorrem no mundo desde muito tempo atrás, como expõe Burke (2006) e no Brasil podemos datá-los desde sua colonização pelos portugueses. Ao longo da história e desenvolvimento do território brasileiro temos inúmeros momentos de hibridismo cultural, alguns mais intensos outros mais ‘simples’/rápidos/discretos, mas todos relevantes para o desenvolvimento sociocultural do país. Um dos processos de hibridização cultural vivenciados na história brasileira pode ser percebido na obra de Freyre (2013), *Casa Grande e Senzala*, onde elementos das casas dos senhores de engenho e das senzalas se misturam, conforme nos mostra Burke (2006) ao discutir sobre hibridização cultural.

A hibridização cultural presente em nossa nação contribui para a constatação dos diversos processos de reconversão vividos pelo país. Se no passado quando se buscava separar os membros da casa grande dos escravos da senzala ocorriam hibridizações (sem que estas fossem percebidas como tal), conforme salienta Burke (2006), nos dias de hoje onde o uso das novas tecnologias visa exatamente o oposto do passado, ao possibilitar a aproximação dos indivíduos, abre-se a porta para um crescente hibridismo, visto que com as novas tecnologias digitais e a facilidade de mobilidade do homem moderno aumentam as capacidades deste sujeito de viajar física e ou, principalmente, de forma virtual pelo globo a fim de conhecer outras pessoas e suas respectivas culturas.

A cultura funciona como orientação básica para a formação do ator social, visto que segundo a visão de Laraia (2014), cultura trata-se de:

Sistemas (de padrões de comportamento socialmente transmitidos) que servem para adaptar as comunidades humanas aos seus embasamentos biológicos. Esse modo de vida das comunidades inclui tecnologias e modos de organização econômica, padrões de estabelecimento, de agrupamento social e organização, crenças e práticas religiosas, e assim por diante (LARAIA, 2014, p 59).

A evolução social trazida pela modernidade orienta, dentro do processo da globalização, a convergência de diferentes povos e culturas a novas relações étnicas e por consequência novos comportamentos sociais. Essas novas formatações comportamentais oriundas das mais diversas e, aparentemente opostas, matrizes culturais dão origem a processos de hibridização. E são muitos os grupos que se abrem para a agregação de diferentes interações culturais, entre estes o Brasil aparece como um dos mais amistosos a

novas tendências sociais. Na contemporaneidade o país se mostra mais disposto à penetração de costumes diversos em seu território principalmente, por sua postura receptiva a mistura, trazendo algumas vezes para o seu cotidiano comportamentos sociais híbridos.

Diante de tal liberalidade, o mercado asiático e sua cultura têm aproveitado a oportunidade para se expandir no Brasil, penetrando e integrando o cotidiano do país em suas diferentes regiões. Inicialmente com maior incidência na Região Sudeste, particularmente, no Estado de São Paulo, esta segmentação mercadológica e cultural tem se ramificado em outras localidades, sendo o Nordeste uma das áreas a receber maior quantitativo dos novos eixos desta difusão. Dentro deste novo cenário de propagação e inserção do mercado e da cultura Oriental nas diferentes zonas do Brasil, torna-se perceptível o aumento de comércios voltados à cultura asiática e também com proprietários orientais. Além disto, pode-se observar o crescimento do número de adeptos a elementos componentes e oriundos de costumes da Ásia, e entre tais seguidores os jovens aparecem como um público exponencial. Esse fato ocorre, possivelmente, pela praticidade com que se adquire e propaga a informação na atualidade, permitindo aos jovens atravessar o oceano (sem sair do Brasil), para conhecer, assimilar e difundir a cultura oriental de forma simples e rápida.

Essa acessibilidade a novos conhecimentos permite aos costumes asiáticos entrar na rotina brasileira, especialmente na da juventude, corroborando com a reconversão da cultura local ao assimilar componentes desta cultura estrangeira, a qual mostra-se aparentemente distante da sua realidade. Esta hibridização cultural desencadeia uma série de mudanças no cenário social do Brasil, tanto no que tange ao comportamento dos jovens - pois estes passam a tomar a cultura estrangeira como referência para a sua construção identitária, reverberando diretamente em sua conduta social; quanto ao processo de consumo desta juventude, que passa a desenvolver interesse em produtos de origem ou perfil oriental, o que repercute no mercado brasileiro, que precisa adaptar-se e reinventar-se (seja buscando mercadorias nos países dos quais o público em questão se inspira, seja também permitindo a instalação de comerciantes orientais dentro do seu comércio). Diante de tais exposições, percebe-se o peso trazido pelo processo de reconversão cultural vivenciado pelos jovens brasileiros com a cultura asiática.

De acordo com estudos, as práticas de reconversão estão inseridas no fenômeno de hibridização cultural. Falar neste processo tão crescente na contemporaneidade, especialmente

no contexto das culturas populares, implica pensar na globalização das culturas, as quais têm se expandido e ultrapassado diferentes fronteiras possibilitando novas e distintas relações.

Quando se fala em hibridização, faz-se necessário trazer ao diálogo as abordagens apresentadas por Néstor Garcia Canclini, responsável por difundir esta temática pela América Latina. Para o autor, o termo hibridização define melhor as interações ocorridas entre culturas diferentes. Com a intensificação dos processos de globalização, povos distintos têm se aproximado e interagido com mais frequência, possibilitando o contato entre suas culturas, contribuindo com o crescimento dos processos de hibridização cultural. Para Canclini (2013), novas modalidades de cultura surgem a partir do cruzamento intercultural, que ocorre nas mais diversas formas envolvendo o culto, o popular e o massivo. Pode-se perceber o hibridismo como a mediação entre culturas, a partir do processo de ruptura de fronteiras existente entre estas, percebido por Canclini (2013) ao afirmar que tais relações permitem que as culturas percam a relação exclusiva com o seu território, mas ganhem em comunicação e conhecimento. Burke (2006) corrobora com tal abordagem ao apresentar em sua produção textual diversos exemplos de reconversão cultural recorrentes de culturas distintas. Segundo este autor, vivemos em uma era de encontros e trocas culturais. E tais mesclas possibilitam o surgimento de novas culturas e/ou a manutenção das já existentes, adaptando-as as construções apresentadas pelos indivíduos a partir das informações que recebem de acordo com o cenário no qual estão inseridos e envolvidos de alguma forma.

Estas mesclas culturais podem ser percebidas com maior intensidade ao longo da América Latina, tendo em vista sua disponibilidade as mais diversas interações sociais. A heterogeneidade presente nas regiões latino-americanas permite a construção de constantes processos de reconversão cultural, os quais contribuem com a permanência de alguns costumes tradicionais, mas também possibilitam o desenvolvimento de novos modelos comportamentais, reafirmando a ideia de Canclini (1981, p. 43) que percebe as hibridizações como “formas específicas de representação, reprodução e reelaboração simbólica das suas relações sociais”. Entretanto, estes processos de hibridização não ocorrem de forma simples. Segundo Canclini (2013) a hibridização ocorre como parte de conflitos promovidos pela modernidade especialmente na América Latina”. Sendo assim, apesar dos conflitos e contradições, a hibridização faz-se necessária para incentivar as relações sociais e alavancar o mercado.

Essa mercantilização cultural contribui para que novos processos de reconversão ocorram, visto que a propagação de culturas tende a crescer e alcançar cada vez mais indivíduos de nações diferentes. Tal prática é possível de ser percebida pelas interações recorrentes em diferentes territórios, com povos aparentemente, distantes e de culturas aparentemente contrárias.

No presente século o Brasil se apresenta como um dos territórios com grande diversidade cultural, e entre as muitas culturas que tem inserido em seu cotidiano encontramos a cultura *hallyu*, oriunda dos costumes asiáticos da Coreia do Sul, tal cultura tem acompanhado a penetração da demanda asiática no Brasil e se inserido, principalmente, através de jovens brasileiros, os quais têm descoberto a ideologia *hallyu* e tornado-se adeptos da mesma.

Compreender melhor a formação social do Brasil ajuda a compreender melhor a sociedade. Na atualidade, o contexto do país segue formulado composto por uma diversidade de culturas, resultado dos muitos processos de hibridização que vivencia, os quais constituem diferentes formas de agir, as quais proporcionam a construção identitária dos indivíduos e por consequência dos grupos sociais que constituem.

A sensação de deslocamento, abordada por Zalis (2016), faz com que a juventude, insatisfeita com a sua realidade, a fim de distinguir-se da sociedade que lhe impõe padrões condicionados as determinações sociais, busque outras fontes de referência para a formação de sua identidade. Estes jovens envolvidos por uma instabilidade emocional resultante do processo de transição etária buscam meios de mostrar-se aos outros sujeitos e ao mesmo tempo inserir-se em grupos onde possam sentir-se pertencentes deixando de lado a sensação de deslocamento. Neste processo de adequação social os jovens acabam por dividir-se em tribos de acordo com suas preferências, baseadas nos costumes que manifestam segundo as suas orientações culturais. No Brasil, pode-se perceber a existência de muitas tribos dos mais diversos estilos culturais (rock, pop, gótico, religioso, nerd, geek, entre tantas outras). Tais tribos surgem, de modo geral, a partir da hibridização de culturas distintas, visto que os jovens ao procurar o seu espaço dentro da sociedade selecionam características culturais diferentes que lhes agrada e ao mesmo tempo possam inserir em seu cotidiano para utilizar como elemento de identificação, e acabam por misturar tais componentes culturais dando origem a novas culturas e/ou reconvertendo as já existentes.

Essas reconversões se dão, conforme Canclini (2006, p. 23) de forma intencional “quando o sujeito se vê diante de uma circunstância crucial, onde tem de reconverter seus códigos culturais em função da sua própria sobrevivência”, ou de forma espontânea quando “ocorre de modo não planejado ou é resultado imprevisto de processos migratórios, turísticos e de intercâmbio econômico ou comunicacional” - caso mais comum entre os processos de reconversão vivenciados pelos jovens. Esse processo de hibridização interfere na construção identitária desta juventude, pois a partir do contato com outras culturas os jovens tendem a selecionar os atributos que simpatizem por lhes representar e a partir destes manifestam seu ‘eu’ social.

1.4 JUVENTUDE BRASILEIRA HIBRIDIZADA A PARTIR DA *HALLYU*

O anseio pela construção da identidade que lhes permita ser percebidos e diferenciados dentro da sociedade no Brasil onde estão inseridos faz com que os jovens se apropriem de outras culturas diferentes da brasileira, na busca de padrões com os quais se identifiquem. Na atualidade entre as muitas culturas que têm influenciado o comportamento desta juventude, está à oriental, que tem se destacado por sua singularidade, a qual tem gerado o aumento de simpatizantes e adeptos que buscam algo diferente e único para se posicionar. Conhecida por suas muitas vertentes, de acordo com as diferentes regiões da Ásia, e principalmente por sua formação histórica milenar que mesmo com a modernização evolui sem perder suas tradições, a cultura asiática tem atraído muitos jovens do Brasil.

Dentro das muitas vertentes desta cultura asiática, a Cultura *hallyu* tem tido destaque e alcançado mais jovens brasileiros simpatizantes, que tendem a consumir seus elementos e reproduzir algumas características de tal cultura em seu cotidiano. Criado para referir-se a propagação da cultura coreana, inicialmente na Ásia e atualmente pelo mundo, o termo *hallyu* ou “onda coreana”, foi criado em 1990 a partir da relação entre Coreia e China para referir-se a popularidade do entretenimento de origem coreana que vai desde novelas (K-dramas), moda (K-fashion), alimentação (K-food), música (K-pop, sendo na atualidade a maior ferramenta divulgadora desta cultura) e tudo mais que envolva a cultura coreana, dentro do contexto da modernidade que possibilite a sua divulgação. Oriunda da Coreia do Sul, a cultura *hallyu* tem se expandido pelo mundo e alcançado mais adeptos. E é crescente no Brasil o número de

jovens que tem se apropriado desta cultura para manifestar seus gostos e formatar sua identidade social.

O anseio pela busca de uma sociedade perfeita, na qual todos têm vez, onde não há distinção, e os padrões sociais e estéticos são atingidos por todos, leva os jovens a dirigir seu cotidiano de forma mais próxima a alcançar estas projeções, para tal, se apropriam de culturas que enxergam como correlatas as expectativas utópicas que formulam.

Para alcançar tais demandas, os jovens vão se segmentando em grupos de acordo com seus anseios e gostos, com referências sociais comuns, e entre as muitas tribos encontramos a dos adeptos a cultura *hallyu*, os quais enxergam nesta cultura de origem sul-coreana uma maior possibilidade de alcançar o mundo ideal, o que os leva a um processo de hibridização cultural com a mesma.

Esta reconversão cultural dos jovens pelo consumo de elementos asiáticos se dá principalmente, pela cultura pop oriental manifesta através de músicas, animes (desenhos animados), *cosplay* (ato de fantasiar-se como personagens de animes), doramas (novelas orientais), seriados e moda urbana; inseridos na rotina da juventude brasileira principalmente, através do uso das mídias, as quais permitem uma maior aproximação nestes universos aparentemente distantes. Esta reconversão cultural é um processo intencional no qual os jovens reconvertem os códigos de sua cultura de origem pelo consumo da cultura sul-coreana. Canclini (2013) nos permite perceber que as reconversões sociais oriundas das transformações trazidas pelas tecnologias de comunicação, levam os indivíduos a vivenciar as práticas de consumo a partir de outras perspectivas, não sendo mais a necessidade o seu orientador, mas sim o desejo. A comunicação mais extensiva, entre diferentes sociedade gera a ampliação dos desejos e das expectativas, “tornando instáveis as identidades fixadas em repertórios de bens exclusivos de uma comunidade étnica ou nacional” (CANCLINI, 1999, p. 39). Sendo assim, os jovens amparados no uso das TICs, buscam consumir elementos de outras realidades socioculturais, a fim de atender os desejos de sua identidade social. Dentro deste contexto de interação com a cultural oriental, percebe-se que países de maior influência para este público jovem são: China, Japão e Coreia do Sul. Isto porque, tais países costumam produzir mais produtos de apelo e com alcance a esta faixa etária.

Os jovens enxergam na cultura *hallyu* qualidades que acreditam lhes faltar, e buscam na vivência com esta através da inserção dos elementos característicos desta onda em seu

cotidiano a possibilidade (utópica) de adquirir tais qualidades para sua formação pessoal e social.

Mas, o que essa cultura oriental tem para atrair os jovens brasileiros? Quais suas características? O que é e como se constitui a cultura *hallyu*? Para compreender melhor este processo de consumo da cultura *hallyu* pelos jovens brasileiros e principalmente como esta orienta sua formação identitária é preciso compreender esta cultura. Para auxiliar o leitor nesta compreensão, será apresentado no próximo capítulo uma breve descrição sobre a cultura *hallyu*.

2 A NOVA ONDA COREANA: CONHECENDO A CULTURA *HALLYU*

Localizada no maior continente, tanto em área como em população, sendo formada por 50 países, a Ásia é conhecida por sua diversidade social e cultural, visto ser composta por povos diferentes em seus costumes, idiomas, crenças e comportamentos. Tal diversidade tem se difundido em algumas regiões do mundo, fato que não seria possível até há pouco tempo atrás em virtude da rigidez apresentada por estes povos de cultura mais centralizadora e independente. Mas, na atualidade com as reformulações ideológicas recorrentes do processo de globalização, onde culturas opostas e isoladas sentem a necessidade de difundir-se e, assim, se relacionar com outros povos, cada vez mais o povo asiático tem permitido a disseminação de seus costumes nas mais diversas culturas. A cultura oriental tem se inserido com maior incidência em países de hábitos distintos dos seus, e esta penetração tem contribuído para que seus costumes sejam difundidos e por consequência adotadas por outros povos. Esta propagação social tem possibilitado a difusão com maior amplitude de culturas pouco conhecidas oriundas de países como China, Japão e Índia. Entretanto, um país que tem ganhado destaque com sua disseminação cultural é a Coreia do Sul.

Situada na Ásia Oriental, com um território equivalente ao estado de Pernambuco com cerca de 100.000 m², e uma população de cerca de 50 milhões de habitantes, conforme afirmou Sang Woo Lim (2017)² sua história começa, conforme apresentado no Centro Cultural Coreano, na era Neolítica aproximadamente 8.000 a.C. com o assentamento de povos na Península da Coreia. Sendo uma das civilizações mais antigas do mundo, tendo ao longo de sua formação clãs, reinos e dinastias, a Coreia possui em seu histórico numerosas guerras, contando com invasões de países como China e Japão, teve sua independência no ano de 1945. Atualmente, de acordo com Kim (2008), a Coreia do Sul, cuja capital é Seul, possui uma variedade de indústrias e vive uma economia em constante crescimento, esforçando-se para potencializar-se mundialmente, e para tal tem projetado a partir de sua constituição tratados internacionais a fim de constituir novas relações visando seu crescimento global. Com uma economia capitalista de mercado aberto, a Coreia do Sul busca negociar com outros países permitindo o livre comércio, enquanto aproveita a oportunidade para expandir sua

²Conselheiro de Política da Embaixada da República da Coreia no Brasil, responsável por ministrar uma palestra na Universidade Federal de Pernambuco/UFPE no dia 9 de Novembro de 2017, onde apresentou um panorama sobre as relações Brasil-Coreia, discutiu pontos importantes sobre a atual

situação da península coreana e destacou oportunidades de intercâmbio e bolsas de estudos.

economia. Cada vez mais tecnológica, a Coreia do Sul possui alto uso da internet, sendo um dos países com maior número de usuários desta ferramenta, o que lhe permite a rápida propagação das informações, além de facilitar sua comunicação e difusão pelo mundo. Uma das características desta nação é sua constituição cultural.

Com influências da Coreia do Norte e da China, o país conseguiu reestruturar tais informações recebidas e ao somá-las com seus costumes formulou sua própria cultura. Com o fim do regime militar e a redemocratização entre as décadas de 80 e 90, a Coreia do Sul passou a ter liberdade para receber produtos de origem estrangeiras, o que contribuiu para sua reformulação cultural. Com a crise dos Tigres Asiáticos no final dos anos 90, o país assumiu definitivamente uma postura capitalista, dando espaço para novas perspectivas mercadológicas, visando seu crescimento financeiro e reconhecimento mundial. A partir de então a indústria cultural passou a ter mais espaço dentro do mercado, através de acordos entre empresários e o governo feitos com o propósito de acender a economia e propagar a cultura sul-coreana através das produções da indústria cultural. Esse processo de expansão cultural teve início em meados da década de 90, inicialmente com sua popularidade na China, onde sua cultura recebeu o nome de *hallyu*, que significa “fluxo da Coreia” ou popularmente “onda coreana”.

A cultura *hallyu* teve início através das mídias com a exportação pública, em sites e canais abertos da internet, de dramas coreanos, e vem se expandindo mais e mais com a exposição dos mais diversos elementos presentes em seu cotidiano.

Com uma cultura bastante rica, composta por uma variedade de elementos, de acordo com Kim (2008), a cultura sul-coreana tem alcançado um grande espaço no mercado mundial e a *hallyu* tem contribuído para esta difusão.

Além disto, a *hallyu* tem contribuído para o crescimento econômico do país, com suas produções culturais propagadas pelo mundo, alcançando mais adeptos que tendem a consumi-las com frequência.

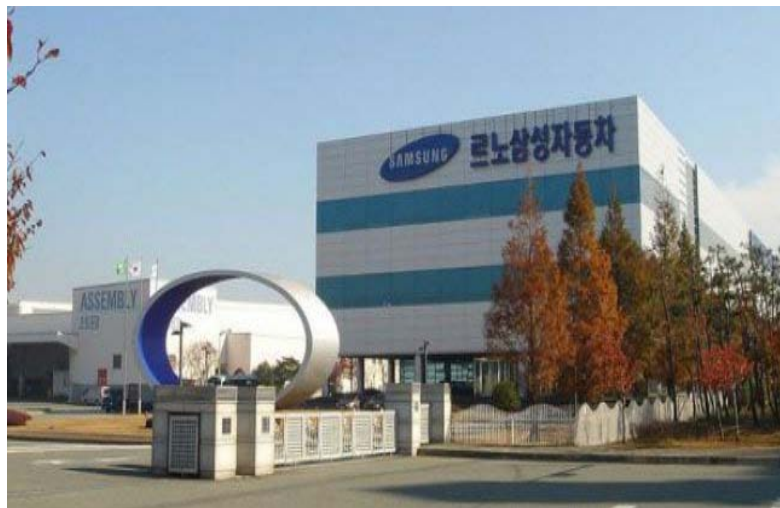
Como principais elementos que auxiliam para o reconhecimento mundial da cultura da Coreia do Sul temos:

1 A tecnologia

Com altos investimentos em inovação de produtos comercializados mundialmente, empresas sul-coreanas de tecnologia conseguiram adentrar e firmar seu espaço no mercado, com marcas famosas em diferentes países, tais como Samsung e Hyundai.

Marcas produtoras de alta tecnologia, oriundas da Coreia do Sul, tem ultrapassado as fronteiras e adentrado em outros países, incluindo o Brasil que tem aumentado o consumo produtos de marcas sul-coreanas. De acordo com Novaes (2015), uma pesquisa realizada pelo Instituto Ipsos apontou a Samsung como a marca mais influente do Brasil em 2014, reforçando a força das marcas coreanas entre os brasileiros.

Figura 1 – Grupo Samsung situado na cidade de *Daegu*, na Coreia do Sul



Fonte: SAMSUNG... (2015)

Matéria sobre a empresa Samsung - “SAMSUNG doará 38 mil patentes para ajudar no desenvolvimento de tecnologias na Coreia do Sul”. Ano 2015.

Disponível em: <http://www.tudocelular.com/samsung/noticias/n56508/samsung-pretende-doar-38-mil-patentes-na-coreia.html>.

2 Comida coreana – K-food.

Caracterizada, de acordo com Kim (2008), principalmente por seu sabor forte e apimentado e sua diversidade de cores, a comida sul-coreana é uma forte representação da cultura coreana com seus pratos exóticos e de sabor diferenciado. O sabor coreano tem

ultrapassado as fronteiras conquistando o paladar de outros povos, incluindo o Brasil. É cada vez mais comum encontrar apreciadores da comida coreana, além de restaurantes especializados nesta gastronomia oriental.

No Brasil também são realizados cursos e eventos voltados para a preparação de pratos tradicionais sul-coreanos como *Bulgogui*, que conforme explica Kim (2008), significa ‘carne de fogo’ por tratar-se de um churrasco de contrafilé, preferivelmente bovino; e o *Bibimbap*, uma tigela de arroz misto, com uma variedade de legumes, proteínas e ovo frito, combinados com uma pasta de pimenta vermelha e óleo de gergilim, servida segundo Sparsbrod (2016) em um pote de pedras quentes.

Figura 2 – Bulgogui



Fonte: Duda Sparsbrod (2016)

Figura 3 – Bibimbap



Fonte: Duda Sparsbrod (2016)

3 Moda sul-coreana – K-fashion

A moda tradicional sul-coreana é marcada pelos trajes tradicionais utilizados em dinastias antigas, os chamados de *Hanbok*, caracterizados, conforme apresenta o Lee (2015), por ‘suas cores vibrantes, linhas simples e a ausência de bolsos’. Mesmo com toda a modernização vivenciada pelo país, ainda são utilizados por pessoas de todas as idades. É possível ver tais vestimentas, principalmente em cerimônias familiares como o casamento, produções televisivas – telenovelas e programas de tv e em eventos culturais.

Figura 4 - Casal vestindo o traje tradicional sul-coreano – *Hanbok*



Fonte: Jbobae (2015)

Mas, além de manter suas tradições, a moda sul-coreana também acompanha modernidade, com tendências que lança no mercado, principalmente através de seus artistas. Apreciada por muitos fãs da cultura oriental, apresenta um estilo diversificado, sendo possível perceber as influências oriundas não só da Ásia, mas de outros países da Europa e da América.

De acordo com Kim (2008), a Coreia do Sul, alcançou espaço não só no mundo *fashion*, mas também no mercado têxtil com exportação de produtos, além de fábricas em diferentes países. No Brasil, é grande o número de comerciantes de produtos importados da Coreia do sul. Além disto, cresce cada vez mais o número de imigrantes e descendentes coreanos que vem para o Brasil para ingressar na indústria têxtil.

Figura 5 - Modelos de vestuário da moda Sul coreana



Fonte: Rosa (2015)

Matéria sobre moda coreana publicada no site BrazilKorea

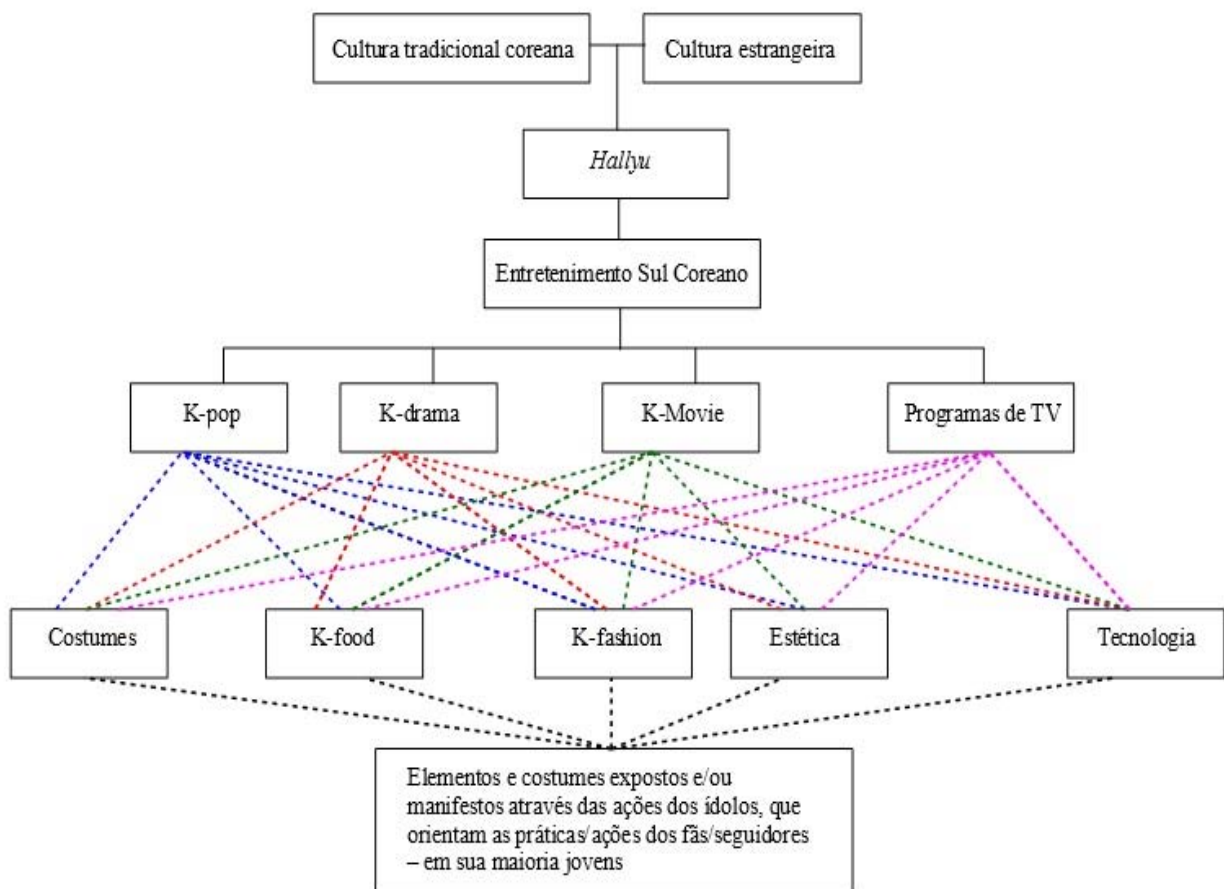
Moda Coreana: Conheça principais estilos e tendências, por Gabrielle Rose

Disponível em <https://www.brazilkorea.com.br/moda-coreana-conheca-principais-estilos-e-tendencias/>

Além destes elementos, a cultura sul-coreana passou a difundir-se pelo mundo através da *hallyu*, que utiliza em suas manifestações a cultura tradicional sul-coreana somada aos elementos da modernidade cultural vivenciada no país.

É possível perceber na *hallyu* a presença da tecnologia, do k-food e do k-fashion, estando estes inseridos nas manifestações do entretenimento sul-coreano responsáveis por caracterizar a onda coreana, sendo estes: o k-drama, o k-movie, os programas de TV e o k-pop. Para compreender melhor a manifestação da *hallyu* elaboramos um esquema com seus elementos característicos:

Figura 6 – Organograma referente a difusão da Onda Coreana



Fonte: Santana (2017)

2.1 OS ELEMENTOS DA ONDA COREANA:

1 K-drama – novelas ou séries coreanas

A *hallyu* começou a se propagar, conforme conta o site *Sarangingayo* através de suas produções de entretenimento em 2003, com o lançamento da série da produtora KBS, *Winter Sonata* (Sonata de Inverno), transmitida pela emissora sul-coreana NHK. Tornando-se a novela um sucesso absoluto. Contribuindo para a propagação da *hallyu*, não somente no território asiático, mas também em outras partes do mundo.

Figura 7 – Imagem de divulgação do drama *Winter Sonata*.



Fonte: WINTER SONATA (2002)
Primeiro k-drama transmitido, sendo o principal difusor da *hallyu*
Foto retirada do site Dramafever
Disponível em <https://www.dramafever.com/search/?search=wintersonata>

Com o passar do tempo, mais pessoas começaram a consumir as telenovelas e séries produzidas pela Coreia do Sul, e hoje estas são difundidas em diferentes países, através de sites responsáveis por comercializar os chamados K-dramas ou doramas em diferentes idiomas.

2 K-movie

Além das novelas, a Coreia do sul também se popularizou mundialmente com suas produções cinematográficas. De acordo com Kim (2008), foi a partir de 1961 que os filmes coreanos passaram a ser consumidos pelo mundo e também a receber prêmios importantes como os do Festival de Berlim e 1961, 1994, 2004 e 2007 e os do Festival Cannes em 2002, 2004 e 2007.

Difundindo-se pelo Ocidente, as produções de cinema *hallyu*, têm cada vez mais adentrado o mercado brasileiro com obras como *Memórias de um assassino*, 2003; *A irmandade da guerra* 2004 e mais recentemente o filme de terror *Invasão Zumbi*, lançado em 2016, recebendo críticas positivas de sites como *Omelete*, *Adorocinema* e *Veja.com*, por atrair mais de 100.000 de espectadores para as salas dos cinemas do Brasil.

Figura 8 – Cartaz de divulgação do filme *Invasão Zumbi*, lançado no Brasil em 2016.



Fonte: ADOROCINEMA (2016).

Cartaz de divulgação do filme *Invasão Zumbi*

Disponível em <http://www.adorocinema.com/filmes/filme-246702/criticas/espectadores/>

3 Programas de TV

Os programas de TV sul-coreanos tem ultrapassado as fronteiras e alcançado mais telespectadores pelo mundo. É possível encontrar sites e páginas criadas por fãs, que divulgam as produções sul-coreanas com legendas em diferentes idiomas, buscando atender a demanda do público bastante diversificado. Programas como *Weekly Idol*, *Knowing Brother*, *The return of superman*, são algumas das muitas produções sul-coreanas que logo após a transmissão tem seus episódios traduzidos rapidamente e disponibilizados nas diferentes plataformas para os espectadores localizados fora da Coreia do Sul.

Figura 9 - Página inicial do site Dramafever.



Fonte: DRAMAFEVER (2017).

Site Dramafever

Site de *streaming*, onde é possível encontrar produções sul-coreanas traduzidas em diferentes idiomas, incluindo o português.

Disponível em <https://www.dramafever.com/>

4 K-pop

Pode-se afirmar que o K-pop, seja o principal difusor da *hallyu*. Atraindo principalmente o público jovem, a música pop sul-coreana tem alcançado cada vez mais as paradas de sucessos mundiais, e quebrado recordes ao superar principalmente cantores do cenário musical norte-americano.

O k-pop conquista mais fãs, ao apresentar produções visuais em seus clipes musicais de alta qualidade, além de megaeventos realizados na Coreia do Sul e em outros países. A

busca pela excelência vocal, proporciona a exposição de artistas com alta qualidade vocal somada a apresentações coreográficas impecáveis, atraindo uma multidão de fãs devotados a este ídolos. De acordo com Kim apud Jake Lee (2008, p 158), “o K-pop encontrou a fórmula certa para conectar audiências na Ásia, ditar tendências e fazer música pop. Essa indústria está crescendo sem precedentes, mais do que qualquer outra cena de entretenimento da Ásia”.

De fato, o K-pop tem difundido a *hallyu* pelo mundo, conquistando seguidores em diferentes países, e no Brasil é possível perceber cada vez mais o crescimento de adeptos a este estilo musical, que teve sua ascensão com o sucesso Gangnam Style, do cantor Psy em 2012. Após o cantor outros artistas conquistaram os fãs brasileiros, principalmente os grupos como Big Bang, BTS, EXO, AOA, K.A.R.D., SNSD, Twice entre tantos outros conhecidos principalmente, pelos jovens brasileiros.

Figura 10 - Boy group Big Bang.



Fonte: Bett (2016).

Um dos primeiros grupos de K-pop a fazer sucesso mundial e receber prêmios fora do cenário musical sul-coreano

Imagem retirada do site Koreapost, de matéria realizada por Jéssica Bett Disponível em <http://www.koreapost.com.br/featured/big-bang-esta-na-lista-das-100-celebridades-da-forbes-de-2016/>

Figura 11 - Girl Group Twice



Fonte: TWICE (2017)

Grupo gerenciado pela empresa JYP Entertainment

Foto retirada do site oficial do grupo

Disponível em <http://twice.jype.com/gallery.asp?page=2&boardType=1&vnum=>

2.2. A MANIFESTAÇÃO DA HALLYU

A *hallyu* surgiu como um segmento cultural formulado com o intuito de propagar a Coreia do Sul, aproveitando a oportunidade para movimentar o mercado do país, estimulando o consumo de produtos da sua cultura. A *hallyu* pode ser percebida como um mecanismo da indústria cultural sul-coreana que cresce cada vez mais não só na Coreia do Sul, mas em diferentes regiões do mundo.

As produções da *hallyu* tem alcançado cada vez mais diferentes regiões do mundo, além da Ásia, Europa, América do Norte e América latina tem sido cenário de interações com a onda coreana, visto o crescimento no seu número de seguidores.

De acordo com a matéria publicada no site *The Korea Times* (S/D), os fãs da *hallyu* já ultrapassaram o quantitativo de 35 milhões em 86 países. Sendo a Ásia e a Oceania detentoras do maior número de fãs, com 26,20 milhões, seguida pela América com 7,58 milhões, Europa com 1.630.000 e África e o Oriente Médio com uma média de 170.000 seguidores.

Na América Latina o Brasil aparece como um dos países que abriram as portas para a *hallyu* recebendo artistas, e também produzindo eventos ligados ao movimento.

No país, São Paulo destaca-se por ser ainda o centro/principal local a realizar ações voltadas a cultura sul-coreana. Mas, outras regiões brasileiras também tem desenvolvido atividades destinadas a divulgação e propagação da *hallyu*. Dentro desta difusão o Nordeste

tem se destacado pelo aumento de fãs/seguidores da cultura, atraindo artistas da *hallyu*, a investir em ações nos estados nordestinos para aumentar o alcance da onda coreana.

O Recife é uma das cidades do Nordeste onde tem ocorrido estes eventos, como *fansigns*, concursos de K-pop covers, e eventos exclusivos sobre a coreia do Sul, tendo a *hallyu* como um dos principais elementos presentes em sua programação.

Durante o período da pesquisa ocorreram alguns destes eventos voltados a cultura *hallyu*, entre eles:

1. O Festival da Coreia

Evento voltado a cultura coreana realizado desde 2014 em Pernambuco (2014, 2015, e 2016 em Recife e 2017 em Olinda). O evento traz atrações como, concurso de Kpop, apresentação de coral, exibição de dramas, culinária coreana, apresentação de Taekwondo e vários outros elementos representativos da cultura sul-coreana e do movimento *hallyu*.

Durante a visita ao evento, foi possível conhecer alguns dos jovens responsáveis por sua organização. Adeptos a *hallyu* o grupo tem na maioria de sua composição, jovens universitários, sendo boa parte do sexo feminino. Os jovens também são alunos de um curso de coreano, sendo o Professor um dos responsáveis pela organização do festival.

Figura 12 – Cartaz do Festival da Coreia realizado em Pernambuco em 2016.



Fonte: @Festivaldacoreia (2016)

Imagem retirada da página do facebook @festivaldacoreia

Disponível em <https://www.facebook.com/FestivalDaCoreia/photos/>

Figura 13 - Cartaz do Festival da Coreia realizado em Pernambuco em 2017



Fonte: @Festivaldacoreia (2017)

Imagem retirada da página do facebook @festivaldacoreia

Disponível em <https://www.facebook.com/FestivalDaCoreia/photos/>

2 KARD em Recife

Entre os eventos realizados em Recife durante o período da pesquisa, tivemos a visita de um grupo de K-pop recém-lançado, o KARD.

O grupo da empresa de entretenimento DSP Media, estreou no primeiro semestre de 2016, tendo como formação quatro jovens, sendo dois homens e duas mulheres, com faixa etária média de 24 anos.

O evento ocorreu no dia 22 de Junho de 2017, sendo realizado apenas *fansign* (sessão de autógrafos) nos CD e *posters*, preparados para a ação.

Figura 14 - Propaganda do *site* de vendas dos ingressos para a visita do grupo KARD em Pernambuco

WILD KARD 2017 THE 1st TOUR IN BRAZIL: K.A.R.D

27/06 - RECIFE (HOTEL MANIBU) - FANSIGN

"WILD KARD" 2017 THE 1ST TOUR IN BRAZIL: K.A.R.D (RECIFE)

Hotel Manibu Recife - Recife, PE
27 de junho de 2017, 15h30-22h

Compartilhar: 223 people like this. Be the first of your friends.

Descrição do evento

“WILD KARD’ 2017 THE 1st TOUR IN BRAZIL”:
com ingressos esgotados, turnê terá sessões extras em Recife e São Paulo
Devido a alta procura, grupo fará sessão extra de Fansign em Recife e segundo show em São Paulo.

O quarteto sul-coreano K.A.R.D adicionou duas sessões em sua primeira turnê no Brasil, que acontecerá entre os meses de junho e julho. Após ter todos os ingressos esgotados para as sessões de autógrafos nas cidades de Fortaleza, Salvador, Recife e Rio de Janeiro e uma apresentação em São Paulo, o grupo incluiu novas sessões nas cidades onde a procura de ingressos foi maior.

Ingressos		
Sessão I - Fansign + Pôster	R\$ 140,00	Encerrado
<small>Vendas até 27/06/2017</small>		
Sessão I - Fansign + Pôster + CD	R\$ 230,00	Encerrado
<small>Vendas até 27/06/2017</small>		
Sessão II - Fansign + Pôster	R\$ 140,00	Encerrado
<small>Vendas até 27/06/2017</small>		
Sessão II - Fansign + Pôster + CD	R\$ 230,00	Encerrado
<small>Vendas até 27/06/2017</small>		
Sessão Extra - Fansign + Pôster	R\$ 140,00	Encerrado
<small>Vendas até 27/06/2017</small>		
Sessão Extra - Fansign + Pôster + CD	R\$ 230,00	Encerrado
<small>Vendas até 27/06/2017</small>		

EVENTO ENCERRADO

Fonte: SYMPLA (2017)

SYMPLA – site onde foram vendidos os ingressos para o evento com o grupo KARD

Disponível em https://www.sympla.com.br/wild-kard-2017-the-1st-tour-in-brazil-kard-recife__127674

3 Hongdae Fest

Divulgado nas redes sociais, o *Honda Fest*, realizado em 02/09/2017, no bairro de São José no Recife, foi organizado por jovens do Recife que curtem o K-pop, e vivenciam práticas ligadas ao mesmo. A balada KPOP, como também foi chamado o evento, fora direcionado para o público jovem e teve como atrações apresentações de MVs, show de um grupo *cover* de Kpop conhecido pela comunidade de adeptos da *hallyu* no Recife, além de momentos de dança e sorteio de brindes. O evento teve como propósito propagar o movimento Kpop, além de proporcionar a aproximação e interação de fãs do estilo musical.

Figura 15 - Site de vendas dos ingressos para o *Hongdae fest*.

Fonte: SYMPLA (2017)

SYMPLA – site onde foram vendidos os ingressos para o evento Hongdae Festival

Disponível em https://www.sympla.com.br/wild-kard-2017-the-1st-tour-in-brazil-kard-recife__127674

4 K-pop *Instameet Day*

Outro evento realizado foi o K-pop instameet day. Um encontro de k-popers organizado em diferentes regiões do Brasil. O encontro tem como propósito reunir os adeptos de K-pop, para que estes possam se conhecer e manifestar os elementos do ritmo sul-coreano.

O evento ocorreu no dia 29 de Outubro de 2017, em Recife no Parque Dona Lindu, sendo aberto ao público e gratuito.

Figura 16 - Imagem de divulgação do K-pop *Instameet day* divulgada nas redes sociais.



Fonte: KPOP PLAY (2017)

Imagem retirada da página do facebook @kpopplaybr

Disponível em <https://pt-br.facebook.com/kpopplaybr/>

Além destes eventos são realizados encontros de adeptos da *hallyu* em diferentes locais da cidade do Recife, e desta forma a onda coreana cresce cada vez mais atraindo mais seguidores fora do seu país de origem, sendo estes principalmente jovens; que se apropriam dos elementos da cultura sul-coreana, inserindo-os em suas práticas cotidianas. Mas, por que estes jovens buscam consumir uma cultura aparentemente e territorialmente tão distante, e reconvertem os códigos culturais de sua cultura de origem nos códigos da *hallyu* na busca de uma identidade social? Para compreender esta apropriação é necessário entender qual a perspectiva dos jovens sobre a *hallyu* e sua cultura de origem. Buscamos no capítulo atingir este objetivo através da análise do comportamento dos jovens, especificamente nesta pesquisa, jovens recifenses universitários, através da observação e realização de entrevista com alguns destes indivíduos membros do universo observado.

3 HIBRIDIZAÇÃO CULTURAL E CONSUMO DOS JOVENS: DA CULTURA LOCAL À ONDA COREANA

Analisaremos neste capítulo o processo de hibridização cultural vivenciada pelos jovens estudados, a partir da categorização destes indivíduos e da observação do movimento cultural vivenciado por estes, caminhando de sua cultura local até a *hallyu*. A fim de compreender porque os jovens consomem a *hallyu*, vivenciando uma hibridização cultural a partir do consumo dos elementos desta cultura sul-coreana.

3.1 CATEGORIZAÇÃO DOS JOVENS RECIFENSES

Para embasamento e melhor compreensão da discussão pretendida na pesquisa, foram realizadas entrevistas com jovens a fim de analisar como se dá a hibridização destes com a *hallyu* e quais as interferências desta reconversão em suas práticas socioculturais cotidianas.

Foram selecionados jovens universitários habitantes da cidade do Recife, com faixa etária entre 17 e 29 anos, que consomem a *hallyu* em suas muitas formas - através de produções midiáticas e/ou na aquisição de bens oriundos/correlatos da mesma. Para auxiliar na análise do processo proposto na pesquisa são apresentadas algumas características que permitam identificar melhor os indivíduos estudados.

Os jovens entrevistados são estudantes de instituições de ensino superior, públicas e privadas do Recife, sendo estes pertencentes a diferentes níveis econômicos. Pontuamos aqui que não foram analisados os parâmetros referentes a classe social/econômica dos entrevistados, visto não parecer este contexto relevante para alcançar os objetivos pretendidos pela pesquisa neste momento.

Parte desses jovens realizam alguma atividade remunerada, enquanto outros apenas estudam. A maioria dos jovens contatados ainda residem com seus pais, não possuem completa independência financeira, contando ainda com o auxílio de seus parentes para sua manutenção. Parte dos jovens afirmou não possuir nenhuma crença religiosa, e os que possuem a praticam por influência de seus pais. E estes jovens afirmaram ainda não participar de nenhum movimento político-social. É relevante salientar estes dois pontos (religião e política), pois os jovens, em sua maioria, não demonstraram ter nenhuma base onde fixem sua fé/confiança, seja na perspectiva religiosa, não manifestando crença em nenhum ser

superior. É interessante citar o depoimento de um dos entrevistados, pois este pontuou haver relação entre sua crença e o consumo de um dos elementos a *hallyu*:

Eu acho até que a minha religião me influenciou a gostar um pouco de k-pop e a cultura *hallyu*, porque... é... quando você tem uma criação cristã, você tende a abominar coisas pecaminosas e coisas que sejam muito chulas, aquela exposição carnal e aquela cultura meio, digamos assim, safada (ar/voz de riso), brasileira. Aí talvez eu tenha encontrado na cultura *hallyu* uma cultura pop, como se diria mundana, mas que não é escandalosa, escrachada é uma coisa mais pura, mais bonita de se ver. Acho que talvez a minha religião tenha influenciado um pouco eu ter gostado de k-pop. (Chanli)

Na política os jovens expuseram uma visão negativa de descrença quanto aos caminhos que o cenário político atual vem seguindo. Ainda dentro deste contexto, os entrevistados demonstraram total desconfiança quanto à situação atual do Brasil, de modo geral, eles apresentam insatisfação e desconfiança sobre o país e o que este pode lhe oferecer. Para os entrevistados, ser jovem no Brasil, não é uma tarefa fácil, eles possuem uma visão negativa da realidade social de sua nação e por isto muitos tem interesse em sair do país. É possível identificar tal fato, por exemplo, na fala da entrevistada Chanli, quando perguntada sobre o Brasil hoje:

Eu acho que o Brasil hoje tá (pensativo)... Num estado de calamidade, onde parece que não há solução (ar/voz de risos), você olha pra um lado olha pro outro e acha que não vai conseguir nada. Sinceramente não acredito muito mais no Brasil. A vontade que eu tenho é de sair desse país e ir trabalhar fora, 'in' outro... em outro país.

Todos os jovens apresentaram uma linearidade em suas práticas cotidianas, sendo, de modo geral, semelhantes a dinâmica de vida destes. Os entrevistados mantém uma rotina comum, estudam, alguns trabalham, possuem uma alimentação regular, baseada em uma dieta regional, de produtos típicos da cultura nordestina. Não costumam viajar muito, mas demonstram interesse em fazê-lo, tendo a Ásia como um dos principais destinos. Afirmaram possuir o hábito da leitura, servindo este não somente para a aquisição de conhecimento e/ou por demanda acadêmica, mas como uma forma de formular novas perspectivas de mudança e ao mesmo tempo de fuga da realizada através do consumo de uma realidade utópica formulada por elementos de ficção, romance e tudo mais que a possa tornar perfeito. É

possível perceber tal ponto na fala dos entrevistados Baconbyu e Chanli, quando questionadas se costumam ler e o tipo de leitura que as interessa:

Gosto de ler leituras que transformam. Tenho preferência por dramas, independente do formato, seja um comic, um romance, webtoon, mangá. Não costumo me importar (Baconbyu).

Eu gosto de ficção e contos de fada e... quanto mais fictício melhor. Por que? Porque abstrai o pensamento do dia a dia, e você pode visualizar coisas que não têm no seu dia a dia normal. É melhor, tipo, é como se fosse uma abstração, uma fuga da realidade (Chanli).

Quanto a moda, os jovens entrevistados afirmaram não seguir tendências, buscando manter seu estilo pessoal, baseado no conforto e que lhes pareça agradável. Apenas um dos entrevistados afirmou seguir as tendências, por ser esta sua área de atuação, estando dentre as influências a moda asiática.

Outro ponto comum aos entrevistados é o fato de não ouvirem rádio, nem assistirem TV com frequência. O uso destes equipamentos fora substituído pelos aparelhos eletrônicos de acesso à internet (notebook, smartphone, tablet). Para os jovens o compartilhamento de informações precisa ser rápido e constante, visto seu perfil de instantaneidade. Além disto, para estes indivíduos a liberdade de escolha dos conteúdos é fundamental para o consumo midiático, e os jovens percebem a internet como mais útil neste processo de seleção de conteúdos visto sua gama de opções, que supera o rádio e a televisão. Ainda na perspectiva de consumo das mídias, alguns jovens enxergam a TV como uma ferramenta de comunicação defasada, por apresentar uma programação repetitiva, mesmo quando comparadas emissoras distintas, além de expor um conteúdo sem atrativos, de baixa qualidade e vulgar, como citou a entrevistada Chanli:

Há muito tempo que eu não assisto televisão. Eu não consigo perder tempo assistindo televisão. Acho que é uma perda de tempo você sentar e assistir televisão, quando a gente pode procurar o que quer na internet, é mais rápido e prático.

Deste modo, o uso da tecnologia digital, torna-se mais atrativa do que os meios convencionais de comunicação.

Um ponto peculiar percebido através das entrevistas é a forma como estes jovens enxergam o mundo e conseqüentemente constroem suas relações sociais. Alguns deles

afirmaram possuir uma vida isolada, não tendo interesse em interagir com outros indivíduos, contentando-se com as relações essenciais do ambiente acadêmico, profissional e/ou familiar.

Para estes jovens as TICs funcionam como ferramenta para interação e manutenção dos vínculos sociais. Através das redes virtuais (facebook, instagram, whatsapp, twitter, entre outras), eles vivenciam os mais diversos tipos de relacionamento, substituindo as relações presenciais por virtuais.

Para outros, as interações sociais presenciais são importantes, mas para acontecer estes jovens selecionam os sujeitos com os quais irão interagir. Algumas destas relações passaram a ocorrer em virtude da interação deles com a *hallyu*.

Tal característica comportamental pôde ser percebida no momento de abordagem e execução das entrevistas. Muitos dos jovens entrevistados foram identificados com o auxílio das redes sociais, durante o processo de busca de informações sobre o movimento cultural *hallyu*. Ao verificar comunidades virtuais voltadas ao seguimento cultural *hallyu*, foi possível localizar jovens com o perfil buscado para realização das entrevistas, visto ser este o ambiente mais utilizado para manifestação desta onda. Foram abordados vários jovens, a partir das redes sociais, mas nem todos foram convertidos em entrevistados, conforme dito anteriormente. Alguns não deram retorno aos contatos, outros demonstraram receio em participar da entrevista, tendo alguns não realizados a mesma. Os que concordaram em participar sugeriram opções virtuais para sua execução, alegando não poder manter contato presencial, em decorrência da falta de tempo, e achar mais rápido e prático a interação por meios virtuais.

A partir das entrevistas é possível perceber que a tecnologia funciona como principal meio de convívio dos jovens com o mundo visto as inúmeras possibilidades de conhecimento e manifestações sociais que esta proporciona. Desta forma, eles tendem a utilizar as ferramentas digitais para executar o máximo de suas atividades, tendo uso dos meios virtuais como algo orgânico, inato as suas práticas.

Este comportamento reforça a ideia discutida por Bauman (2011), sobre como os indivíduos, principalmente os jovens, tem percebido a sociedade e como tem utilizado as redes sociais para construir suas relações sociais. De acordo com o autor, a revolução digital tem formulado indivíduos líquidos, os quais não constroem vínculos irrevogáveis, podendo desfazê-los e/ou modificá-los a qualquer momento, a partir do uso dos meios virtuais. De fato,

os jovens percebem as interações sociais de forma muito mais prática, podendo a qualquer momento fazer e desfazer vínculos sociais sem qualquer restrição quanto ao que se pode pensar sobre estas ações, tornando as relações descartáveis diante do excesso de fluidez.

Bauman (2005), ao discutir sobre a vida cotidiana e as relações entre o eu e o outro, afirma que a internet tem condicionado os indivíduos a formular estratégias de adaptação a modernidade. Entre estas consta a necessidade de formular-se como sujeito adequado aos padrões da evolução social, ancorada no uso dos meios digitais. Os indivíduos são orientados a construir uma identidade que os distinga e ao mesmo tempo os torne semelhante aos demais sujeitos da sociedade. Diante deste condicionamento social, os jovens se veem em uma desorientação, que os leva a seguir e assumir ideologias preconcebidas pelas comunidades.

De acordo com Bauman (2005, p. 17), “as comunidades são entidades que definem as identidades”, tal afirmação é ratificada através do comportamento dos jovens, os quais, diante deste cenário de adequação social, buscam orientação para sua formação identitária em comunidades, isto é grupos sociais compostos por indivíduos possuidores de um referencial social comum (gostos, opiniões, condutas). E a partir desta interação “a identidade deixa de ter uma dimensão individual para constituir-se em uma codificação da convivência social”. (BAUMAN, 2005, p. 13)

Os jovens contemporâneos não apresentam uma identidade definida, exata, esta encontra-se em constante transformação a fim de adequar-se aos padrões estabelecidos pelos grupos dos quais estes desejam fazer parte. Entre os muitos elementos que orientam a construção da identidade desta geração, está a cultura, em suas diferentes segmentações. Pois como assinala Laraia (2014) a cultura envolve conjunto de características comportamentais (alimentação, vestuário, leis, conduta, linguagem), que permitem identificar e distinguir um povo/grupo social/ nação; sendo assim o principal elemento característico do homem.

A cultura determina o comportamento humano, e sendo o jovem um sujeito que busca referências para definir-se enquanto ator social, este encontra na cultura referências para sua formação identitária. Embora não demonstrando um padrão os jovens entrevistados apresentam elementos dentro de suas características identitárias que os tornam similares aos outros indivíduos. Tal paradoxo se dá pela desejo de distinção e pertencimento que estes

manifestam em virtude do condicionamento social, que exige a sua participação ou exclusão de algum grupo.

Os jovens buscam alcançar o limite existente entre diferença e igualdade instituído pela sociedade, a fim de destacar-se de forma única e positiva, e com a postura diferenciada que decidem assumir fazer parte de algum grupo onde os indivíduos tenham características semelhantes.

A juventude contemporânea brasileira, de modo geral, não demonstra apego com sua cultura de origem, apesar de estarem rodeados por uma cultura nacional rica em elementos que a caracterizam. A fidelidade a uma única cultura, já não é mais uma realidade social, e os jovens brasileiros envolvidos pela diversidade cultural, percebida principalmente com o uso das TICs, não tem o interesse em manter-se fiéis a uma cultura específica.

A possibilidade de passear entre as diferentes culturas existentes não só no Brasil, mas pelo mundo, acende nos jovens a curiosidade de conhecer e muitas vezes aderir a outras realidades culturais.

Este fato pode ser reforçado na pesquisa, quando os jovens foram questionados sobre suas aspirações futuras, todos pontuaram o interesse em sair do Brasil, sendo a Coreia do Sul um dos destinos desejados.

Este interesse por outras realidades culturais pode ser percebido quando os jovens entrevistados foram questionados sobre viagens, quanto aos destinos que desejavam conhecer e o motivo pelo qual desejavam fazê-lo, como exemplo temos as entrevistadas Chanli e Letícia:

Os destinos que eu quero conhecer são muitos. Tenho vontade de conhecer a Espanha, tenho vontade de conhecer a Rússia, a Itália... A Coreia do Sul, a China, principalmente Macau. Tenho vontade de conhecer a Tailândia, o Japão.. e alguns países mais nórdicos, europeus (Chanli).

Euuu... gostaria de viajar para turismo mesmo. Conhecer outra cultura, conhecer outro país, conhecer outro povo. Poder (ar/voz de risos) fazer compras, comprar coisas que eu sei que tem lá, comprar coisas da cultura local mesmo. Conhecer mesmo. É uma curiosidade, é a sede de conhecimento. Agregar mais conhecimento, seria muito interessante (Chanli).

Na Ásia, quero ter a oportunidade de estudar mais sobre a culinária local, estudar mais sobre a língua coreana e japonesa, encontrar com amigos que moram nessa região. Já no Brasil, seria uma viagem de lazer para relaxar e também conhecer um pouco mais do nosso país (Letícia).

Esta diversidade cultural leva os jovens a vivenciar processos de hibridização cultural, principalmente quando sua cultura de origem já não é mais satisfatória por não suprir as expectativas sociais criadas por esta geração.

Os jovens entrevistados somam-se a estes indivíduos que não percebem sua cultura local como suficiente. Mesmo sendo a cultura recifense rica em elementos que a caracterizam e a tornam conhecida internacionalmente, para os jovens nascidos e criados nesta cultura, seus elementos já não suprem seus interesses, enquanto ser social, para sua formação identitária.

3.2 OS JOVENS E A CULTURA LOCAL

A cultura de origem dos jovens entrevistados, isto é, a cultura na qual foram criados desde o nascimento, que deu origem aos seus costumes, é carregada de identidade. Sendo o Recife um dos berços da história do Brasil, ele é composto por uma cultura tradicional, tendo o patriarcado como sua base, o que contribui para a formação de uma sociedade mais rígida, constituída de padrões sociais tradicionais repassados entre as gerações.

Um patriarcalismo oriundo do alto das casas grandes, discutido por Freyre (2006) em sua obra *Casa Grande e Senzala*, onde o homem dava as ordens e a mulher, submissa, apresentava-se como mãe educadora e esposa obediente. Sendo assim uma figura perfeita para exposição social da família tradicional da época. Esta cultura conservadora foi repassada por gerações, adequando-se as transformações sociais trazidas pela modernidade sem perder as características de uma sociedade tradicional. Mas, a cultura pernambucana possui outras características além do patriarcalismo. Rodeada por tradições, essa cultura é conhecida por sua riqueza e variedade de elementos que propagam o regionalismo nordestino de seu povo.

Toda essa cultura se aglutina na capital, visto ser Recife o polo turístico do estado com maior visibilidade para os visitantes e os próprios pernambucanos. De acordo com informações divulgadas no site³ da Prefeitura da cidade do Recife, Pernambuco possui como principais pontos de sua manifestação e propagação:

1. Carnaval – sendo esta a maior manifestação cultural da cidade, conhecida mundialmente. Composta por vários ritmos como maracatu, caboclinhos, coco-de-roda, ciranda, samba e o

³ Fonte: Site da prefeitura do Recife <<http://www2.recife.pe.gov.br/pagina/cultura>>

frevo, a festa de rua atrai milhares de pessoas todos os anos para interagir com a cultura pernambucana no Recife.

2. Círculo Junino – a festividade realizada no mês de junho, mistura a religiosidade e as tradições regionais, envolvendo os festejos religiosos – procissões, missas, as quadrilhas, as comidas típicas e shows de músicas tradicionais – forró, baião, xote e xaxado.

3. Festas religiosas – o catolicismo sertanejo perpetua as tradições culturais do nordeste também no Recife, com festas em homenagem as padroeiras da região, atraindo religiosos de diferentes regiões do estado para o Recife, local onde acontecem as festividades.

4. Culinária – as comidas típicas trazem fartura a mesa dos recifenses, tendo como base a carne de bode, raízes e frutos do mar. A diversidade da culinária recebe influência indígena, africana, europeia e asiática, assumindo um sabor único que atrai diferentes paladares.

5. Artesanato – uma das maiores riquezas da região nordestina é seu artesanato. No Recife, vários artesãos são conhecidos por suas produções únicas e originais, carregadas de beleza e peso cultural oriundo da sua historicidade. Palha, barro, produtos reciclados, são muitos os materiais utilizados para representar os elementos da cultura local, de forma pura e encantadora, atraindo admiradores dos mais diversos lugares do mundo, sendo o artesanato comercializado no Brasil e também no exterior.

6. Música e dança – entre os muitos elementos que caracterizam a cultura recifense, estão a música e a dança. Em seu repertório musical ritmos como maracatu, coco-de-roda, ciranda, samba, rock, marcam presença associados a dança marcada de cada um destes estilos. Temos ainda o frevo, patrimônio cultural imaterial do Recife, que propaga ao mundo alguns pontos dessa cultura local; temos também o Manguebeat, movimento cultural de origem pernambucana conhecido mundialmente através dos trabalhos de Chico Science. Além destas manifestações musicais, o Recife possui também em sua composição musical e de dança, o forró – ritmo característico do nordeste - e o brega, um ritmo presente principalmente na

periferia, considerado Conforme afirma Pontes (2017) expressão cultural genuinamente pernambucana.

7. Teatro – Das terras recifenses nasceram artistas conhecidos nacionalmente. Em sua história, Recife carrega a construção do Teatro de Santa Isabel, “monumento tombado pelo Patrimônio Histórico e Artístico Nacional em 31 de outubro de 1949, que representa o primeiro e mais expressivo exemplar de Arquitetura Neoclássica em Pernambuco e um dos mais notáveis do país⁴”. Em suas obras produções teatrais, podemos encontrar obras como o baile do menino, a paixão de Cristo, além de produções de autores como Ariano Suassuna, que ultrapassam as fronteiras da região, propagando a cultura da cidade e do estado em outros lugares.

Todos estes elementos configuram a cultural local do Recife, com suas características tradicionais e regionais, associadas a uma pitada de modernidade, oriunda das informações que os indivíduos componentes destas manifestações capturam em contato com outras realidades e com a evolução social. De acordo com Canclini (1983, p. 28), “a cultura diz respeito a todas as práticas e instituições dedicadas a administração, renovação e reestruturação do sentido”. A cultura local surge como ferramenta de diferenciação territorial, sendo responsável por carregar o sentido da região onde se origina. Os elementos que esta cultura carrega contribuem com a formação identitária dos indivíduos orientados por ela. Entretanto, com os avanços trazidos pela modernidade e pelos efeitos das TICs, as sociedades têm como incertas suas identidades sociais e culturais, conforme afirma Bauman (2005).

A cultura recifense já não é tão atrativa aos jovens entrevistados por suas características tradicionais, que os prende a costumes que não condizem com a evolução social vivida por estes indivíduos. O perfil patriarcal desta cultura, não condiz com a modernidade social, que atrai os jovens, a qual defende a diversidade de pensar e agir, manifesta na diversidade social, de gênero, de estilo e cultural que a sociedade atual apresenta. Além disto, os elementos que compõem a cultura local, já não são percebidos pelos jovens como suficientes, tendo em vista as muitas possibilidades que percebem no mundo, principalmente com o uso das TICs.

⁴Fonte: Site do Teatro Santa Isabel <<http://www.teatrosantaisabel.com.br/conheca-o-teatro/nossa-historia.php>>

Alguns dos jovens observados desprezam a cultura local por seu contexto machista, que tende a desqualificar a mulher, colocando-a em contexto de inferioridade, sendo submissa ao homem. Formulando interações de baixo valor identificadas por alguns jovens como vulgar, a exemplo do que afirma Chanli:

A cultura brasileira, e a recifense que é a que eu tenho mais contato, é muito vulgar, é uma depravação. Despreza a figura da mulher. Torna a mulher um objeto sexual. Não tem.., não tem gentileza, isso me fez gostar muito mais da cultura hallyu.

Diante desta fala é possível perceber que apesar da evolução ocorrida em nossa sociedade, ainda permanecem resquícios dos padrões tradicionais da cultura de origem do Recife. O fato de ser a mulher referendada pela entrevistada como um objeto, em pleno século XXI, nos leva a identificar características de uma cultura patriarcal, onde o homem é tido como superior, sendo o gênero feminino submisso à sua vontade.

Esta desigualdade percebida pela jovem entrevistada condiciona-a a procurar, de acordo com seu depoimento ao longo da entrevista, outras culturas que a satisfaça por apresentar respeito e igualdade de valores a todos os indivíduos. Entretanto, sabe-se que, de acordo com estudos e pela própria história, a Coreia do Sul é formulada a partir de uma cultura também patriarcal, e que, apesar das evoluções vivenciadas por este povo, ainda persiste em sua sociedade características deste patriarcalismo, que tende a posicionar o homem de forma diferente da mulher, desvalorizando o gênero feminino em detrimento da construção social de superioridade masculina. O outro ponto citado pela entrevistada Chanli, é a vulgaridade existente na cultura brasileira e recifense, que a leva a gostar mais da *hallyu*. Mas, se observarmos as produções desta onda coreana, é possível perceber a existência também de contextos vulgares, principalmente em algumas produções do K-pop, muito consumidas pelos jovens entrevistados. É possível identificar uma vulgarização, principalmente envolvendo o gênero feminino, no entretenimento sul-coreano, o que difere a vulgaridade deste segmento para a existente na cultura recifense é a forma como são comercializados. Enquanto na cultura local, o vulgar é apresentado de forma explícita sem pudor, como pode ser identificado por exemplo nas letras das músicas de brega; nas produções da *hallyu*, esta vulgaridade é comercializada de forma velada, sendo dita e confundida com elementos de sedução, muitas vezes maquiada, principalmente quando utilizada a imagem feminina, com características infantis, as quais mexem com o fetiche

masculino. A distância dos jovens entrevistados com a realidade cultural do país asiático, os leva a consumir apenas o que a indústria cultural sul-coreana deseja vender. Estes jovens acabam por supervalorizar uma outra cultura que acreditam ser diferente da sua, tendo esta semelhanças com a sua cultura de origem, que eles desconhecem. Diante de tais argumentos, é possível perceber certa similaridade entre as culturas discutidas, sendo estas diferenciadas pela forma como são propagadas, superando o interesse por uma em detrimento da outra. Os jovens acabam consumindo os elementos da *hallyu*, por influência das mídias, as quais comercializam a cultura de acordo com as designações das produtoras, que buscam difundir apenas as qualidades de suas produções, formuladas pela indústria cultural que visa estimular a cultura do consumo, neste caso da cultura sul-coreana. Muito mais do que a valorização de elementos de outra cultura a apropriação da *hallyu* é um evento muito mais ligado ao consumo cultural, numa sociedade líquida engendrada pelas TICs. Além disto estes jovens acabam usufruindo apenas os benefícios da cultura sul-coreana, não estando sujeitos às sanções da mesma, visto a sua posição territorial e conseqüentemente cultural em relação ao país de origem da *hallyu*.

Os padrões da cultura local, condicionam os jovens ao consumo dos mesmos, elementos culturais, seja na música, no perfil dos artistas, em seus produtos e tudo mais que a represente. E tais manifestações não atraem a todos os jovens da região.

Por não identificar na cultura local, elementos que o atraiam, alguns jovens buscam em outras comunidades culturais características para tomar como referência e formular sua identidade social. Com o uso das TICs, as fronteiras são constantemente derrubadas, possibilitando a interação entre povos de diferentes territórios, e conseqüentemente proporcionando hibridizações culturais entre comunidades distintas. Deste modo, os sujeitos já não percebem sua cultura local como competente para formular sua identidade social, sem que haja a necessidade de acréscimo de elementos de outras culturas.

Os jovens entrevistados, confirmam tais características, ao não considerar sua cultura como referência única para sua identificação, manifestando o interesse por outras realidades culturais distintas da sua de origem.

Este interesse por outras culturas toma força com o uso da internet, que contribui para que estes jovens, conheçam as mais diversas culturas existentes. Os jovens tendem a buscar e

interagir com culturas que lhes permitam distinguir-se e ao mesmo tempo pertencerem a algum(ns) grupo(s) social(is).

A interação com outras culturas não isenta a cultura de origem destes jovens. Visto não ser possível ao indivíduo abstrair sua cultura de origem, principalmente quando este ainda reside no território de manifestação desta cultura local. Estes vivenciam hibridizações culturais, geralmente reconvertendo sua cultura de origem, agregando a mesma elementos da nova cultura com a qual passam a interagir.

Os jovens entrevistados, vivenciam uma interação com a cultura digital, e a partir dela descobrem outras opções para agregar a sua cultura local.

Diante da gama de possibilidades de interação, alguns jovens são atraídos pela cultura transnacional que é a cultura do consumo. Formulada com o propósito de estimular o consumo de bens e serviços.

A transformação da cultura em mercadoria, pela chamada indústria cultural, leva os indivíduos a verem a cultura como um bem a ser consumido. Sendo a cultura selecionada dentro das muitas opções oferecidas com a modernização social, consumida, avaliada e posteriormente mantida como elemento de consumo ou descartada, dependendo da percepção do indivíduo que a consume. Com a evolução da sociedade, a partir da interação dos sujeitos com outras realidades, a indústria cultural tem objetificado cada vez mais a cultura, convertendo-a em um elemento a ser consumido de forma massiva, valorizando seus pontos comerciais, mais atrativos ao público.

A indústria cultural condiciona os indivíduos a vivência da cultura do consumo, reforçada pela mídia, através principalmente da publicidade. Os sujeitos passam a consumir determinado elemento pela representatividade que enxergam neste, transformando o significado propagado pela propaganda deste em valores para sua caracterização identitária, atendendo assim os anseios da indústria cultural.

São muitas as culturas formuladas pela indústria cultural com o propósito de comercialização de bens. Entre estas muitas culturas encontramos a *hallyu*, que funciona como uma cultura de consumo entre os jovens adeptos a mesma, visto ser esta apropriada pelos jovens principalmente, pelo significado que percebem nos elementos que a cultura *hallyu* comercializa. A indústria cultural sul-coreana, materializada nas empresas de entretenimento, utiliza a *hallyu* para comercializar suas produções – filmes, músicas, novelas

e tudo mais do universo K que atraia público e contribua para o crescimento deste mercado. Muitos jovens brasileiros alimentam este mercado cultural, ao consumir os elementos da *hallyu*, a partir da interação e apropriação com esta.

3.3 HIBRIDIZAÇÃO CULTURAL: O CONSUMO DA CULTURA *HALLYU*

A *hallyu* surge como uma cultura de massa, sendo o propósito principal da industrial cultural que a produz aumentar cada vez mais a comercialização de seus produtos, contribuindo para a expansão das expressões culturais manifestas através destes. Visando difundir a cultura sul-coreana e obter lucros ao alcançar público em diferentes regiões.

A indústria cultural sul-coreana apropria-se dos meios de comunicação de massa, sendo a internet sua principal ferramenta, para propagar suas produções; disseminando a *hallyu* entre diferentes locais do mundo, alcançando novos consumidores que tendem a se tornar adeptos desta cultura de massa.

Os jovens entrevistados compõem este contexto de apropriação e consumo da *hallyu*. A interação dos jovens recifenses com a onda coreana gera o diálogo entre esta cultura de massa formulada na Coreia do Sul e a cultura popular destes jovens, originada no Nordeste brasileiro. Os jovens buscam reverter ambas culturas ao seu cotidiano, manifestando práticas oriundas das mesmas; vivenciando o chamado hibridismo cultural.

De acordo com Barbosa e Gaglietti (2007):

Néstor García Canclini, ao analisar as formas de hibridismo na América Latina no final do século XX, que foram geradas por contradições decorrentes do convívio social urbano e do contexto internacional, conclui que todas as culturas são de fronteira e que as artes, em virtude do fenômeno da desterritorialização, articulam-se em relação umas com as outras, sendo-lhes possível, com isso, ampliar seu potencial de comunicação e conhecimento.

A *hallyu* usufrui deste contexto de desterritorialização cultural, para ultrapassar fronteiras e adentrar em outros espaços não pertencentes ao seu campo de origem, visando conquistar mais e mais consumidores.

Os jovens entrevistados de fato consomem a *hallyu* e buscam meios de inserir elementos desta cultura em suas práticas cotidianas, utilizando estes como referência para sua formação identitária. Através de um processo de hibridização cultural, estes jovens passam

por uma reconversão cultural ao somar sua cultura de origem com elementos do segmento cultural sul-coreano.

Esse hibridismo cultural tem como consequência, algumas mudanças no comportamento dos jovens do Recife, os quais influenciados pela cultura oriental modificam seu comportamento e principalmente seu perfil de consumo a partir da apropriação de características da cultural sul-coreana manifestas através dos elementos da *hallyu*; ratificando a teoria de Burke (2006), ao afirmar que o preço da hibridização, especialmente na forma inusitadamente rápida que é característica de nossa época, inclui a perda de tradições regionais e de raízes locais; o que de fato pode ser percebido com os jovens entrevistado, que tendem a suprimir sua cultura de origem em prol da ascensão da *hallyu* em sua identidade.

3.3.1 Consumo das TICs como ferramenta de apropriação da *hallyu*

A partir das entrevistas, e da observação netnográfica foi possível perceber que de fato há jovens que utilizam a internet como principal ferramenta para aproximação e consumo da *hallyu*. Seja assistindo suas produções, seguindo os ídolos, interagindo com outros seguidores, ou reagindo aos eventos, os jovens apropriam-se da onda coreana através do ambiente virtual.

Dentro deste universo digital, os jovens dividem-se de acordo com o consumo dos elementos culturais da *hallyu*, sendo possível encontrar *fanpages*, específicas de grupos de *K-pop*; de *K-drama*; de programas de TV e eventos, para que os fãs possam se encontrar e interagir sobre suas preferências. No entanto, mesmo com as especificidades de gosto, os fãs também interagem com outros grupos para manutenção das informações e propagação do movimento.

Dentro destas *fanpages*, é possível encontrar muitos jovens recifenses e também páginas criadas por eles para sua identificação e divulgação, caso dos grupos de *covers* de *k-pop*, dos eventos realizados na cidade e outras ações vinculadas a este universo cultural.

A partir da pesquisa foi possível perceber que o contato dos jovens com a *hallyu* se dá de fato através do uso da internet. A resposta de Chanli quando questionada se utiliza a tecnologia para se apropriar da *hallyu* reforça esta perspectiva teórica:

Sim, é o meu maior meio pra minha aproximação com a cultura hallyu. Na internet eu fico procurando, acesso os vídeos, acesso os Mvs, acesso... os dramas, aos filmes aos programas de variedade...

Geralmente, por sugestão de amigos ou na busca por assuntos e entretenimento os jovens chegam até o segmento cultural sul-coreano, e atraídos pelas produções da onda coreana, tornam-se consumidores da mesma.

Um dos primeiros elementos que os jovens conhecem dentro da *hallyu* é o K-pop. De forma geral, os jovens conhecem os cantores e a partir destes descobrem outros elementos, como os programas e dramas dos quais estes ídolos participam.

3.3.2 A presença do K-pop no Recife

O K-pop, pode ser tido como o principal responsável pela propagação da *hallyu* pelo mundo. Alcançando fãs também no Brasil, o fenômeno tem se expandido cada vez mais em diferentes regiões do país, sendo o Recife uma das cidades onde tem crescido o número de *k-popers*, nome como são chamados os seguidores deste segmento musical.

O ritmo musical composto da variedade de elementos audiovisuais como pop, hip hop, R&B, tem atraído mais fãs constantemente no Brasil. Apaixonados principalmente pelos grupos femininos, masculinos e ou mistos, os jovens brasileiros contribuem ativamente para a propagação deste estilo musical. É possível encontrar na internet sites e páginas em redes sociais de fãs brasileiros dos ídolos de k-pop.

Esta interação com o k-pop é uma das principais responsáveis pela hibridização cultural dos jovens brasileiros com a *hallyu*, visto que a partir do consumo de suas produções, estes indivíduos tendem a buscar mais meios de se apropriar da cultura sul-coreana.

Todos os jovens entrevistados afirmaram ouvir k-pop, estando o estilo presente em seu cotidiano musical.

Para a entrevistada Chanli, o k-pop tem grande representatividade em sua vida, como é possível perceber em seu depoimento:

eu considero que a cultura 'hallyu' me ajudou a encarar a vida de uma outra maneira. (...) em que aspectos... Bem... é.. muitos, muitos cantores e muitas músicas deles falam de superação e de uma coisa de força. É... como eu gosto muito de k-pop que é música coreana, a música pop coreana, eu me sinto mais... como se

diz? Me sinto mais estimulada, mais motivada, quando eu escuto esse tipo de música. Eu consigo trabalhar melhor com esse tipo de música. Por exemplo, quando eu tô com alguma dificuldade eu apenas, sento na minha, deito na minha cama, coloco o fone de ouvido e escuto músicas, tipo.. atualmente, tem *'Wake me up'*, *'Wake up'* de... do *B.A.P.* apesar de ser pop não é uma música rasa, entendeu. É uma música bem interessante.

Além de muitos fãs que consomem a música pop coreana, é possível encontrar também em Recife bandas de *covers* de grupos de K-pop. Estes grupos costumam ser formados por jovens fãs do ritmo musical, que buscam reproduzir as danças e também a estética dos *idols* sul-coreanos.

São muitos os grupos *covers* presentes em Recife, os quais participam de competições regionais e nacionais, sendo alguns destes reconhecidos pelo desempenho com vitórias nestes concursos. Como é o caso do *NK Project (New Kiss Project)*, um grupo misto de jovens fãs de k-pop, que se encontram para ensaiar coreografias e participar de concursos de *covers* de k-pop, tendo conquistado premiações com suas apresentações.

Figura 17 - *NK Project* em uma de suas apresentações.



Fonte: NKPROJECT (2017)

Grupo NKProject em apresentação na Supercon 2017, como cover da música Shangei-La do Grupo VIXX

Foto retirada da página do facebook @newkissproject

Disponível em <https://www.facebook.com/newkissproject/>

A partir do contato e consumo do k-pop, estes jovens acabam conhecendo outros elementos da *hallyu* apropriando-se destes e reconvertendo os seus códigos culturais nos da cultura sul-coreana.

3.3.3. Entretenimento sul-coreano

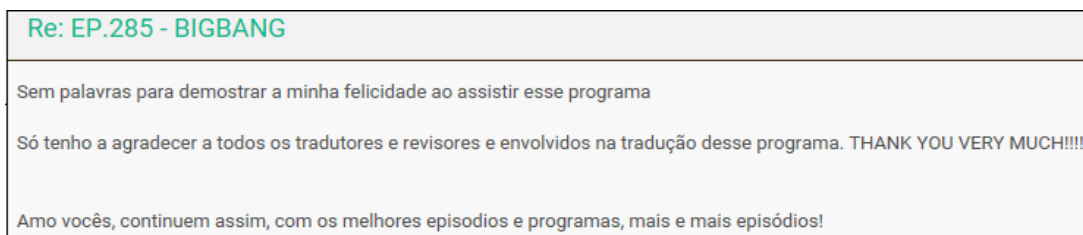
O entretenimento sul-coreano tem conquistado mais espectadores pelo Brasil, e os jovens destacam-se no consumo destas produções. Especificamente materializado nas expressões k-movie, k-drama, e programas de TV. É possível encontrar na internet diversas páginas e sites, gratuitos ou pagos, voltados exclusivamente para a reprodução destes e a interação de seus seguidores. Os jovens entrevistados afirmaram consumir o entretenimento sul-coreano, substituindo muitas vezes a produção nacional pela oriunda da Coreia do Sul, como disse a entrevistada *Chanli*:

eu gosto muito de assistir a televisão de lá, tudo relacionado ao entretenimento de lá. Que seriam minhas práticas 'hayllu'. Tipo.. se me dissessem que poderia trocar a televisão brasileira pela televisão coreana, eu ia trocar e eu ia assistir a televisão com mais frequência. Também escutaria o rádio e músicas com mais frequência.

Além das afirmações obtidas com as entrevistas feitas com os jovens recifenses, através da observação das manifestações de consumidores do entretenimento sul-coreano, no facebook e em páginas na internet, foram encontrados comentários voltados às produções, além de divulgação dos trabalhos de legenda dos programas, dramas e filmes e manifestações afetivas dos indivíduos sobre as produções e os ídolos presentes nas mesmas.

Como exemplo temos alguns *prints* retirados de algumas *Fansubs*⁵, no qual os consumidores do entretenimento da *hallyu* expõe seu interesse e admiração pelas produções:

Figura 18 – Comentário feito por um consumidor da *Fansub Subarashiis*



Fonte: Subarashiis⁶ (2016)

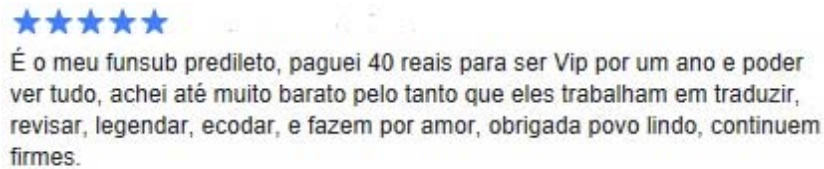
No comentário feito por um seguidor, em uma publicação de um episódio do programa *Weekly idol*⁷, tendo como convidados o grupo *Big Bang*, é perceptível a admiração e gratidão do fã pelo programa e pela comunidade virtual responsável por legendar a produção. Além disto, percebe-se com a fala final do seguidor o anseio em consumir mais produções do mesmo seguimento, oriundas da *hallyu*.

⁵Sites criados por fãs que legendam produções (filmes, séries, programas de TV) internacionais, e os publicam para outros espectadores.

⁶ *Print* retirado da internet, informação disponível ao público no site <https://www.subarashiis.com>

⁷Programa de variedades apresentado pelo comediante Jeong Hyeong Don (정형돈) e pelo rapper Defconn (데프콘), onde *idols* coreanos são convidados para divulgar seu trabalho participando de dinâmicas como dança e repostas de perguntas e/ou pedidos feitos pelos fãs.

Figura 19 – Comentário de um seguidor da *Fighting Fansub*.



Fonte: FightingFansub⁸ (2017).

Neste *post*, retirado da página do *Fightingfansub* no Facebook, é possível perceber a interação do fã consumidor de k-drama com o grupo da página responsável por legendar e publicar os episódios de algumas produções. Vale observar a disposição do indivíduo em consumir a produção efetuando o pagamento de uma variação do tipo de serviço oferecido pela página, para ter acesso ao produto. Dentre os elementos da *hallyu*, os programas de variedades e os filmes oriundos fazem muito sucesso entre os fãs brasileiros, incluindo os jovens entrevistados, mas o principal elemento de entretenimento consumido por estes ainda é o dorama.

3.3.4 A febre dos doramas

Além do k-pop, a *hallyu* tem conquistado muitos jovens com seus doramas. As novelas e/ou séries sul-coreanas, tem ascendido entre os jovens, que utilizam a internet como forma de consumo de entretenimento.

Ao contrário das programações de TV brasileira, que já não são atrativas para os jovens do século XXI, os doramas atraem muitos espectadores principalmente jovens que buscam um entretenimento, dinâmico, com um enredo surpreendente, sem as histórias comuns das produções brasileiras (traição, violência, vulgaridade, conteúdos de baixo calão, os quais dificilmente aparecem nas produções sul-coreanas em virtude da manutenção de sua cultura tradicional) e principalmente, que lhes deem a autonomia quanto a escolha do horário e local para assistir.

Os doramas apresentam em seus enredos diferentes categorias como, ação, comédia, terror e ficção, mas de modo geral todas as produções têm um cunho romântico, trazendo em

⁸*Print* retirado da internet, informação disponível ao público na *fanpage* @fightingfansub

sua grande maioria estórias que envolvem um casal, no qual um homem e mulher se apaixonam, mas ao longo da trama enfrentam vários empecilhos para ficar juntos. Nem sempre os protagonistas são mocinhas e mocinhos, algumas vezes (principalmente o protagonista masculino) apresenta uma identidade (ideológica e/ou física) que não se adéqua aos padrões sociais, e cabe ao seu par romântico a tarefa de mudar esta realidade.

De modo geral, os dramas carregam um romantismo que encantam seus espectadores, principalmente do gênero feminino, visto ser este grupo detentor de um maior número de comentários quanto às produções. A ideia de um amor perfeito capaz de superar tudo atrai fãs, que se identificam com as construções dos enredos onde a mulher encontra seu príncipe encantado, e estes conseguem no final da estória viver felizes para sempre.

Além disto, os k-dramas também reproduzem, em suas vestes, alimentação, arquitetura, conduta e demais instrumentos utilizados nas produções, os costumes e a história da cultura tradicional coreana e também os elementos da *hallyu*, proporcionando aos espectadores a oportunidade de conhecer mais da Coreia do Sul.

É interessante aqui fazer um comparativo do comportamento dos personagens com as características das culturas *hallyu* e de origem do Recife, manifestas pelos jovens entrevistados. Os jovens afirmam buscar outras culturas por querer se distinguir e encontrar conteúdos novos que os difiram dos da sua cultura de origem, e encontram na *hallyu* tais pontos procurados. Mas, se observarmos e compararmos as produções dos k-dramas com as características da cultura de origem destes jovens é possível perceber algumas similaridades.

É possível encontrar nos dramas coreanos o posicionamento do homem como provedor mor da família e detentor do perfil de virilidade que vai ao encontro da mulher, que por sua vez se expõe com uma postura de sedução que atrai a figura masculina a quem deve se submeter. Características bastante semelhantes às da cultura nordestina encontrada no passado e ainda no presente da história recifense.

Seja na busca pela manutenção da cultura histórica, na difusão da ideologia de respeito e cuidado com a família, as culturas vistas pelos jovens como distintas, apresentam características relativamente semelhantes, as quais são veladas pelas marcas da cultura massiva que a indústria cultural sul-coreana busca propagar; fazendo a *hallyu* parecer distinta e atrativa aos jovens entrevistados.

Através dos k-dramas, os jovens manifestam suas emoções, e interagem com outros indivíduos. As produções da *hallyu* atraem os jovens não somente a assisti-las, mas também a se envolver com estas e admirar as estórias, imergindo e envolvendo-se com estas.

Figura 20 – Comentário de um seguidor do *Fansub Subarashiis*.

um drama muuuuuito bom...
as atuações de kim go-eun e principalmente da lee sung-kyung (sério, me fez sentir raiva dela em muitas cenas) são ótimas...
mas, acho que o final precisava de um algo mais para encerrar o desfecho entre os protagonistas.

Fonte: FightingFansub⁹ (2017).

No comentário acima, é possível perceber como o consumidor tem suas emoções envolvidas com as produções. Ao expor sua opinião sobre o K-drama ao qual está assistindo, ele salienta as emoções que a estória o proporciona, o que de fato ocorre em virtude de sua imersão na mesma, o que deixa nítido a forma como as produções da *hallyu* interferem e orientam o comportamento de seus seguidores.

A partir do contato com um dos elementos da *hallyu*, os seguidores tendem a conhecer os outros e consumi-los, se apropriando cada vez mais da cultura sul-coreana, e utilizando-a, através da reconversão cultural como orientadora de sua identidade social.

Seja no K-pop, no k-drama, k-movie ou nos programas de TV; o que atrai fãs que se apropriam da *hallyu* e a inserem em seu cotidiano, são os *ídols* que manifestam esta onda coreana. Mas, por que os jovens são atraídos por estes ídolos?

3.3.5 A referência *idol* seguida pelos jovens recifenses

Para formular uma identidade os indivíduos tomam como referências pessoas e/ou grupos que apresentem uma conduta e estética que lhes seja atrativa ou semelhante.

De acordo com Hall (2006), a identidade é resultado de processos de interações que ocorrem face a face ou através de mediações. Tomando esta referência, pode-se perceber a influência dos ídolos sobre os jovens como um processo de formação identitária originado através da mediação, sendo as mídias virtuais a principal ferramenta desta interação.

Quando questionada se possui algum ídolo a entrevistada Chanli deu como resposta:

⁹Print retirado da internet, informação disponível ao público na *fanpage* @fightingfansub

Sim. Tenho vários ídolos que eu admiro... Por exemplo, 'Kim Jong Jin', que é um cantor coreano. E eu admiro ele pela simpatia dele e pela voz maravilhosa que ele tem. E por ele ser uma pessoa humilde e sempre ajudar as outras pessoas anonimamente. Num se amostra por isso. Poderia se amostrar mas não se amostra.

É possível perceber através deste depoimento como os *idols* da *hallyu* influenciam os fãs, neste caso os jovens recifenses adeptos a onda coreana.

Os *idols* da *hallyu* apresentam características que atraem os indivíduos, em sua maioria jovens, a admirá-los e segui-los. Estes ídolos reproduzem uma conduta e estética, muitas vezes construídas por suas agências, para conquistar fãs e comercializar seus produtos, contribuindo para a difusão da *hallyu*.

Os jovens encantados pela imagem deste ídolos, acabam tomando-os como referência para sua formação identitária, reconvertendo os códigos da cultura de origem nos códigos da cultura sul-coreana.

3.3.6 Práticas de consumo a partir da *hallyu*

O consumo da *hallyu* entre os jovens não se dá somente através dos conteúdos produzidos por esta mas também pelos produtos que a sua indústria cultural comercializa. Apesar da distância, os produtos ligados a *hallyu*, produzidos e comercializados na Coreia do sul tem ultrapassado as fronteiras e chegado em diferentes mercados pelo mundo. No Brasil é possível encontrar algumas lojas onde estes produtos são vendidos, mas não são todas as regiões onde estas lojas estão presentes. No Recife é mais difícil encontrar estabelecimentos que vendam os produtos. Para os jovens entrevistados a tarefa de adquirir os produtos da *hallyu* não é fácil.

De acordo com Chanli, que afirmou consumir os produtos da *hallyu*, estes “são produtos caros e demoram a chegar no Brasil”. Segundo ela,

Existem algumas lojas e grupos em redes sociais como facebook e twitter, que são... de meninas, de pessoas que viajam pra lá e eles compram os produtos e trazem pra gente. Mas, também tem lojas aqui, que elas... têm esse processo de trazer esses, essas... esses objetos pra cá, essas coisas pra cá e todas são encontradas na internet. Cê nunca encontra uma loja física que venda, facilmente esses produtos.

A entrevistada Leticia, disse não consumir produtos ligados a *hallyu*, mas também pontuou que há dificuldades para adquiri-los na região do Recife. Segundo ela “as lojas físicas existentes são muito poucas e focam mais na questão kpop”.

Já a entrevistada BaconByu, quando questionada se consome os produtos, disse adquiri-los não com frequência e em São Paulo, visto a dificuldade em achá-los em Recife e seu alto valor:

Sim, mas não com frequência, afinal eles são muito caros. Mas sempre que vou a São Paulo, aproveito bem minha passada pelo Bom Retiro para experimentar os aspectos da comida, da vida, das roupas, livros e etc.

Todos os entrevistados argumentaram sobre os valores elevados dos produtos. No caso de Chanli, mesmo diante das dificuldades e do valor elevado dos produtos, ela busca comprá-los, mesmo que precise fazer alguns sacrifícios, não reconhecendo tais atos como sendo sacrifícios:

Os valores não são muito acessíveis, porque eles sofrem a correção monetária de um país pra outro. Você paga a diferença do preço em dólar e você tem que pagar o frete e os valores tributários de um país pra outro. Então o valor fica bem salgado. (...) Eu não diria sacrifício... Mas, eu já preferi abdicar de sair num final de semana, ou comprar uma roupa que eu achei legal e confortável, pra comprar um cd de um grupo que eu gosto. Na verdade eu fiz uma troca, achei que seria mais interessante o cd, que eu ia me satisfazer melhor tendo cd, do que gastando no final de semana ou com uma roupa.

A existência de consumidores de produtos da *hallyu*, tem incentivado o surgimento de lojas voltadas este segmento, além de comércios virtuais que buscam atender a procura de clientes como a Chanli, que tem dificuldades em encontrar os tais produtos em sua região.

O consumo da *hallyu*, em seus produtos tangíveis e/ou em suas produções midiáticas contribuem com a influência desta cultura sobre os jovens. Todos os jovens observados sofrem alguma influência da *hallyu*, em diferentes formas e níveis.

3.3.7 A *hallyu* como ponte entre os jovens e a Coreia do Sul

A partir do contato com a *hallyu*, os jovens apresentam interesse em conhecer mais da cultura sul-coreana. Demonstrando interesse em viajar até o país e saber mais sobre suas curiosidades. Ao longo da pesquisa foi possível perceber o interesse dos jovens pela Coreia do Sul, através de seu comportamento, alguns dos jovens observados vão além do consumo da *hallyu*, buscando conhecer as tradições do país através de estudos. Tentam aprender o idioma sul-coreano frequentando cursos voltados para este fim, buscam consumir a gastronomia sul-coreana (frequentando restaurantes, comprando alimentos importados da Coreia do Sul, e até mesmo produzindo comidas típicas do país oriental); tudo isto com o propósito de propagar a cultura tradicional coreana e a *hallyu*, e assim divulgar o país asiático através de manifestações cotidianas e de eventos organizados pelos próprios jovens, como o festival da Coreia em Pernambuco.

Em alguns comentários realizados pelos jovens entrevistados é possível perceber o interesse destes em conhecer a Coreia do sul e se aprofundar mais na cultura sul-coreana, sendo estes interesses oriundos a partir do contato com a *hallyu*. Observemos alguns destes comentários:

A entrevistada Letícia quando questionada sobre o que gostaria de fazer e ainda não o fez, responde: “Poder estudar na Coreia”

Esta resposta é reforçada quando a mesma fora questionada sobre suas aspirações para o futuro: “Conseguir uma bolsa de estudos para estudar coreano na coréia dos sul e assim aplicar para outra bolsa para fazer uma especialização na área de negócios.”

Se compararmos a resposta da entrevistada acima com a da entrevistada Chanli, sobre suas aspirações, perceberemos a similaridade nas expectativas destes jovens e de seus interesses pela Coreia do Sul:

Me formar na academia, me tornar uma bacharela. E poder fazer pesquisa dentro da academia. Me tornar uma professora acadêmica. Ou viajar pro exterior e poder trabalhar ou numa Coreia do Sul, que seria um sonho. Mas, gostaria muito de poder também trabalhar no Vale do Silício, no Canadá... em países onde a tecnologia é valorizada.

É possível perceber que para os jovens entrevistados de algum modo a *hallyu* influencia suas práticas cotidianas e acende nestes indivíduos o desejo de conhecer mais do país onde este segmento cultural é formulado.

3.3.8 Consumo da *hallyu* nas universidades

Durante o período da pesquisa, alguns fatos interessantes ligados à temática estudada foram percebidos. Fatos estes ligados à manifestação da *hallyu* por jovens universitários do Recife, ocorridos na própria instituição de ensino superior na qual está alocado no programa de Pós-graduação no qual realizamos este estudo.

Além de visualizar estudantes vestidos com camisas e acessórios de grupos ligados a *hallyu*, foram também encontradas como manifestações, pichações correlatas à onda coreana.

Na porta de um dos banheiros femininos da IES, aparecem alguns comentários, onde é possível identificar manifestações ligadas a *hallyu*. Nos escritos aparecem estímulos ao consumo da *hallyu*, como por exemplo “Vai ouvir kpop”, deixando a possibilidade de interpretação de que a pessoa responsável por fazê-lo seja consumidora do segmento. É possível perceber que a(s) autora(s) dos comentários conhece o elemento da onda cultura sul-coreana, por haver citações de nomes grupos de k-pop, o que reforça a ideia de que a(s) mesma(s) curtem o estilo musical da *hallyu*.

Outra ação ligada a *hallyu* foi identificada durante o período de eleição de uma chapa para o DCE. Entre as chapas candidatas uma delas apresentou entre os ‘elementos de pauta’ para sua candidatura o Festival de K-pop rural.

Figura 21 – Cartaz da campanha eleitoral estudantil da UFRPE da Chapa 1 - Leão do Norte.



Fonte: Leão do norte UFRPE (2017)

Imagem retirada da página do facebook @chapaleaodonorteufrpe
Disponível em <https://m.facebook.com/chapaleaodonorteufrpe/>

A presença deste tópico entre as sugestões da chapa, voltada aos fins políticos dos estudantes, acende a teoria de percepção da existência e ascensão do movimento cultural sul-coreano entre os jovens universitários do Recife.

Tais expostos são apresentados a fim de ratificar a discussão apresentada nesta pesquisa, ratificando a inserção da *hallyu* na realidade cotidiana de jovens do Recife. Expondo a relevância de observar e investigar por que uma cultura estrangeira tem alcançado e estimulado uma mudança nas práticas cotidianas dos jovens recifenses, os direcionando a vivenciar um processo de hibridização cultural, onde uma (inicialmente,) cultura (de massa) estrangeira, oriunda da Coreia do Sul os atrai ao consumo de seus elementos, posteriormente desperta o interesse destes jovens em conhecer mais da cultura sul-coreana, em suas tradições e costumes, indo além dos elementos mais contemporâneos da *hallyu*.

3.3.9 A influência da *hallyu* na formação identitária dos jovens

A partir da interação com a *hallyu*, os jovens buscam trazer para suas práticas cotidianas características que remetam a esta cultura sul-coreana. O contato com esta cultura estrangeira, na perspectiva dos jovens, vai muito além de uma simples prática de consumo. Tanto nas manifestações virtuais encontradas, ou nos diálogos realizados de forma presencial, ou nas respostas das entrevistas é possível perceber como os jovens valorizam de alguma forma a aproximação desta cultura oriental.

Um dos pontos mais relevantes sobre a interação com a *hallyu* citado pelos jovens, foi o fato desta reconversão cultural lhes proporcionar novas oportunidades, de conhecimento e principalmente de relações sociais. Os jovens afirmam possuir amigos adeptos da cultura, mas não costumam manifestar muito suas apropriações da cultura *hallyu*. Encontrar outros adeptos à onda coreana tem se tornado uma tarefa mais fácil, a partir do uso das TICs e do crescimento do movimento na região do Recife. Entretanto, de modo geral, pelo que foi percebido durante a pesquisa, os indivíduos que manifestam mais abertamente a cultura e se dispõem a participar de encontros presenciais são adolescentes, e não jovens universitários – objetos da pesquisa.

De fato, para alguns a *hallyu* não tem grande influência em suas práticas cotidianas, visto que, apesar de existirem pontos semelhantes entre a cultura mais tradicional da Coreia do Sul, não há muitas semelhanças entre a onda coreana e os costumes do local onde os jovens residem, por ser a *hallyu* uma cultura mercadológica, apresentando elementos mais expressivos e distintos da realidade destes jovens. Mas, apesar deste distanciamento, os jovens buscam adequar ao seu cotidiano algumas informações da onda coreana, vivenciando um processo de reconversão cultural intencional, onde buscam apropriar-se dos elementos desta cultura estrangeira a fim de formular sua identidade, que tende a ser líquida diante das muitas influências que esta geração recebe, principalmente com o uso das TICs conforme discute Bauman (2011).

A partir do consumo da *hallyu*, os jovens buscam reconverter suas práticas cotidianas, a partir das características desta cultura sul-coreana, como é possível perceber no depoimento da entrevistada Chanli quando questionada sobre a influência da *hallyu* em seu cotidiano:

Não tem uma influência graaande... até por que, você não está vivendo na coreia, você está vivendo no Brasil. Então aqui no Brasil você age como brasileiro. Mas, com as pessoas que conhecem, você usa alguns termos como: *unnie*, *oppa*, *sarangnye* tipo, aqueles terminhos que eles usam quando você fala com a pessoa que você conhece, tipo no meu celular mesmo, o nome dos meus parentes estão em coreano.

Nas entrevistas e na observação dos jovens, foi possível perceber que, apesar da distância territorial e social com a *hallyu*, eles tentam de alguma forma apropriar-se (em grande ou pequena medida) dos elementos desta cultura sul-coreana, a fim de diferenciar-se da sua realidade social, diferenciando-se e ao mesmo tempo buscando se inserir em algum contexto ou grupo que lhes sirva como referência, proporcionando a ideia de pertencimento, além disto muito das práticas de consumo da *hallyu* pelos jovens observados, tem seus valores voltados as suas aspirações por estudar e trabalhar na Coreia do Sul.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa foi elaborada tendo como objetivo principal analisar como se dá a interação de jovens, da Cidade do Recife, com a cultura *hallyu* e de que forma eles se apropriam dessa cultura para construir sua identidade social.

A partir da compreensão do perfil dos jovens, e do entendimento sobre o que é e como se manifesta a *hallyu*, foi possível perceber que os jovens observados buscam elementos distintos de sua realidade social a fim de diferenciar-se da sociedade, por não se satisfazer com os elementos que esta oferece. Estes jovens percebem a *hallyu* como uma opção de referência que lhes proporcione a distinção social e ao mesmo tempo possibilite a estes o enquadramento em grupos sociais que lhes sejam atrativos.

Os dados analisados na perspectiva do consumo cultural e das hibridizações dos jovens entre a cultura local e a *hallyu* demonstram que a cultura *hallyu* se sobrepõe a cultura de origem dos indivíduos observados em virtude da forma como se manifesta. Utilizando principalmente as tecnologias de informação e comunicação (TICs), a cultura sul-coreana consegue alcançar os jovens recifenses e atraí-los por meio, de suas produções midiáticas, ao consumo de seus elementos – Kpop, K-movie, programas de TV e k-dramas, estando tudo ancorado na representatividade existente na imagem dos ídolos asiáticos.

Os elementos analisados permitem uma melhor compreensão desta perspectiva, sendo eles:

As TICs que funcionam como ferramenta de apropriação da *hallyu*

Em virtude da distância territorial e até mesmo cultural, os jovens encontram nas TICs a principal ferramenta para interagir e se apropriar da *hallyu*. Através dos meios virtuais os jovens conseguem consumir as produções da indústria coreana, adquirir produtos desta cultura e conhecer e construir relacionamentos com outros indivíduos que também seguem a onda coreana;

O K-pop

A música pop coreana é o maior responsável pela difusão da *hallyu* pelo mundo. De modo geral, atrás do ritmo musical os jovens conhecem a onda coreana, e passam a procurar mais informações sobre a cultura oriental, em virtude principalmente, de sua atração e interesse pelos ídolos musicais, que tendem a participar do entretenimento da *hallyu* (k-dramas, k-movies e programas de TV).

Entretenimento sul-coreano

Composto por programas de TV, k-movies e K-dramas, o entretenimento sul-coreano tem conquistado mais seguidores por sua diversidade, e presença dos ídolos coreanos que propagam a *hallyu*. Os jovens observados costumam substituir o consumo das produções nacionais por tais entretenimentos da Coreia do Sul. Ao consumir estas produções os jovens captam as características comportamentais dos envolvidos – *ídols* - e buscam replicá-las em seu cotidiano, sendo o entretenimento *hallyu* influenciador da formação identitária dos jovens.

A febre dos doramas

Os doramas ou K-dramas, merecem um destaque especial, por ser o principal elemento do entretenimento consumido pelos jovens observados. As histórias apresentadas nas produções atraem fãs, que diante da liberdade de escolha e rapidez com que são produzidos os k-dramas, passam a consumi-los com frequência e buscam replicar em sua realidade social as manifestações que identificam nestes, seja na vestimenta, na alimentação, nas expressões idiomáticas, ou até mesmo na conduta dos personagens, sendo tudo oriundo da cultura tradicional coreana e da *hallyu*.

A referência *idol* seguida pelos jovens recifenses

Foi possível perceber a partir das observações e das entrevistas que os ídolos sul-coreanos são os responsáveis por atrai-los a consumir a *hallyu*. A composição estética somada

à boa conduta e excelência na execução de suas atividades, faz dos *idols* da *hallyu* indivíduos extremamente atrativos, que seduzem os jovens a segui-los e copiá-los. Os jovens tomam estes ídolos como modelo social, visto ser estes artistas, na visão dos jovens, indivíduos de conduta excelente que funciona como referência para sua construção identitária.

Práticas de consumo a partir da *hallyu*

A apropriação da *hallyu* leva os jovens a desejar se aproximar mais da realidade desta cultura, o que os leva a praticar o consumo das produções da indústria sul-coreana e dos bens que esta comercializa. O consumo dos elementos da onda coreana proporciona nos jovens mais conhecimento e proximidade com esta realidade cultural aparentemente distante e distinta da sua cultura de origem.

A *hallyu* como ponte entre os jovens e a Coreia do Sul

Toda a interação dos jovens observados com a *hallyu* desperta nos mesmos o interesse em conhecer mais sobre a Coreia do Sul, indo muito além da *hallyu*. Esta busca por conhecer mais do país sul-coreano, proporciona aos jovens a oportunidade de descobrir sobre uma cultura diferente da sua, e acende neles o anseio por poder visitar o país, desejo manifesto por todos os jovens entrevistados e observados.

Consumo da *hallyu* na universidade

A proporção que a *hallyu* vem tomando na região do Recife, é maior do que o imaginado no início da pesquisa. Ao longo das observações foram identificadas manifestações da *hallyu* não somente no ambiente virtual e nos locais pré estabelecidos para os encontros. Durante o estudo, foram identificadas manifestações da *hallyu* dentro da Universidade, o que fortalece a teoria de que este fenômeno tem ascendido cada vez mais no local estudado, indo além das fronteiras territoriais.

A partir da pesquisa foi possível identificar diferentes formas de apropriação da *hallyu*. Foi possível encontrar jovens que assumem em seu cotidiano uma identidade baseada na onda coreana manifesta em suas vestes, interações sociais e principalmente, nas práticas de consumo tanto de bens tangíveis, como de conteúdos oriundos da indústria sul-coreana.

Também foram encontrados jovens que, apesar de suas práticas demonstrarem o contrário, não se assumem/percebem como adeptos da *hallyu*. Entretanto, costumam buscar referências nesta cultura para orientar seu modo de vestir, pensar e suas práticas de consumo.

Independente do modo de apropriação dos jovens observados, todos veem a *hallyu* como uma cultura carregada de referências e conteúdos relevantes, os quais possuem valores positivos a serem observados e seguidos. Sendo tais referências, na perspectiva dos jovens entrevistados/observados, melhores que as de sua cultura de local. Alguns dos jovens entrevistados percebem a cultura local como desigual, vulgar e desprovida de elementos que os atraia ao seu consumo.

Através dos elementos observados foi possível perceber que a cultura coreana, que dá origem e à *hallyu*, e a cultura recifense, que norteia o comportamento dos jovens estando presente em sua realidade social, possuem pontos comuns. Muitos destes pontos foram salientados pelos jovens como características negativas da sua cultura de origem. As duas são culturas que apresentam, por exemplo, características do patriarcalismo, o que as levam a posicionar a mulher como inferior ao homem; além de ambas apresentarem pontos de vulgaridade. Apesar das similaridades, os jovens observados, optam por se apropriar e consumir a *hallyu*, por não se satisfazer com os elementos oferecidos pela sua cultura local. Podendo ser esta escolha resultante do distanciamento dos jovens com a cultura sul-coreana, o que os leva a selecionar, aderir e consumir apenas os elementos positivos/atrativos da cultura oriental, não vivenciando a realidade completa que esta proporciona, incluindo as sanções.

Os jovens observados têm a opção de selecionar o que desejam consumir da *hallyu*, visto ser o ambiente virtual seu principal espaço de apropriação cultural. A facilidade em manusear as TICs, faz com que os jovens insiram estas ferramentas em suas práticas cotidianas, tornando-as essenciais para execução de suas atividades. Diante da distância geográfica e das dificuldades de compreensão do idioma coreano, os jovens utilizam a tecnologia para sanar tais dificuldades e assim se apropriar da *hallyu*, utilizando-a como referência para sua formação identitária.

Ainda há muito o que investigar sobre este fenômeno que vem crescendo cada vez mais, não só em Recife, mas pelo mundo. A *hallyu*, tem alcançado proporções bastante relevantes para a sociedade, conquistando adeptos em diferentes regiões do globo, tendo estes seguidores diferentes perfis etários, de gênero, cultural e social. Mas de modo geral

apresentam um anseio comum em conhecer algo novo que lhes proporcionem novas experiências e relações. Entre os adeptos da onda coreana, os jovens se destacam, visto seu interesse pelo novo e sua facilidade em utilizar as TICs, ferramenta fundamental para a propagação e apropriação da *hallyu*.

Diante disto percebe-se a relevância da temática apresentada e da necessidade de novos estudos sobre a mesma, para compreender mais sobre o fenômeno *hallyu* e a juventude contemporânea.

REFERÊNCIAS

- ABRAMO, H. W. Considerações sobre a tematização social da juventude no Brasil. **Revista brasileira de educação**, 1997. Disponível em: <http://proex.pucminas.br/sociedadeinclusiva/Blog_Direito_de_se_Diferente/Considera%C3%A7%C3%B5es%20sobre%20a%20Tematiza%C3%A7%C3%A3o%20Social%20da%20Juventude%20no%20Brasil.pdf>. Acesso em: 25 dez. 2017.
- ADOROCINEMA. **Invasão Zumbi**. 2016. disponível em: <<http://www.adorocinema.com/filmes/filme-246702/criticas/espectadores/>> Acesso em: 28 abr 2017.
- ADORNO, T. W.; ALMEIDA, J. M. B. de. **Indústria cultural e sociedade**. 5. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2009.
- AMARAL, A.; NATAL, G.; VIANA, L. **Netnografia como aporte metodológico da pesquisa em comunicação digital**. 2008. Disponível em:<<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/famecos/article/viewFile/4829/3687>.Acesso ssadoAcesso>. Acesso em: 2 jan. 2017.
- ANGROSINO, M. **Etnografia e observação participante**. São Paulo: Artmed Ed. S.A, 2009.
- ARCHIVES, J. **Global 'hallyu' fans swell to 35 million in 86 countries**. 2016. disponível em: <http://www.koreatimes.co.kr/www/news/culture/2016/03/386_196383.html> Acesso em 30 abr. 2017.
- ASSMAR, E. M. L.; JABLONSKI, B. **Psicologia social**. Petrópolis: Editora Vozes, 2009.
- BARBIERI JÚNIOR, M. **Invasão Zumbi**. 2016. Disponível em: <<http://vejasp.abril.com.br/atracao/invasao-zumbi/>>. Acesso em: 24 abr. 2017.
- BARBOSA, Lívila. **Sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.
- BARBOSA, L. **Café filosófico: consumo - por que a gente é assim?** 2014. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=aeu_KjDtZKc>. Acesso em: 30 set. 2016.
- BARBOSA, M. H. S.; GAGLIETTI, M. **A questão da hibridização cultural em Néstor García Canclini**. 2007. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2007/resumos/R0585-1.pdf>>. Acesso em: 20 nov. 2017.
- BAUMAN, Z. **Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.
- BAUMAN, Z. Between us, the generations, in J. Larrosa (ed), **On generations. On coexistence between generations**. Barcelona: Fundació Viure i Conviure, pp. 365-376, 2007.

- BETT, J. **Big bang está na lista das 100 celebridades mais ricas da forbes.** 2016. Disponível em: <<http://www.koreapost.com.br/featured/big-bang-esta-na-lista-das-100-celebridades-da-forbes-de-2016/>> Acesso em: 28 abr. 2017.
- BURKE, P. **Hibridismo cultural.** São Leopoldo: Editora Unisinos, 2006. (Coleção Aldus, 18).
- CALIARI, H. F.; SIQUEIRA, M. S. **Conversando sobre juventude.** 2010. Disponível em: <<http://observatoriodejuventude.com.br/Acervo/Textos/wp-content/uploads/2013/05/CONVERSANDO-SOBRE-JUVENTUDE.pdf>>. Acesso em: 4 jul. 2016.
- CANCLINI, N. G.. **As culturas populares no capitalismo.** São Paulo: Brasiliense, 1981.
- CANCLINI, N. G. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade.** Tradução de Ana Regina Lessa e Heloísa Pezza Cintrão. São Paulo: EDUSP, 1983. p. 283-350.
- CANCLINI, N. G. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização.** 4. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999.
- CANCLINI, N. G. **O poder da identidade.** 3. ed. Rio de Janeiro: Editora Paz e Terra, 2002. v. 2.
- CANCLINI, N. G. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade.** 4. ed. 6. reimp. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2013.
- CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade.** 2. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000.
- CONFEDERAÇÃO NACIONAL DOS TRABALHADORES TRANSPORTES E LOGÍSTICA. **51 milhões dos brasileiros são jovens, aponta Censo IBGE.** 2014. Disponível em: <<http://cnttl.org.br/index.php?tipo=noticia&cod=3138>>. Acesso em: 18 set. 2016.
- CUCHE, D. **A Noção de cultura nas ciências sociais.** Bauru: EDUSC, 1999.
- DRAMAFAEVER. **Os melhores programas de TV e séries de todo o mundo.** 2017. Disponível em: <<https://www.dramafever.com/>> Acesso em: 28 abr. 2017.
- DRAMAFAEVER. **Winter Sonata.** 2002. Disponível em: <https://www.dramafever.com/drama/693/Winter_Sonata/> Acesso em: 27 abr. 2017.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade.** 9. ed. Rio de Janeiro: DP&A editora, 2004.
- HELLER, A. **O Cotidiano e a história.** 6. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2000.

HESSEL, M. Invasão zumbi. 2016. Disponível em:

<<https://omelete.uol.com.br/filmes/criticas/invasao-zumbi/?key=119921>>. Acesso em: 24 abr. 2017.

IMENES, E. **Cultura&Arte**: Hallyu, a onda coreana. pt. 1. Disponível em:

<<http://sarangingayo.com.br/cultura-coreana/especial-culturaarte-hallyu-a-onda-coreana-parte-i/>>. Acesso em: 24 abr. 2017.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **População jovem no Brasil**. 1999. Disponível em: <<https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv6686.pdf>>. Acesso em: 4 jul. 2016.

JBOBAE. **Hanbok – Roupas tradicionais coreanas**. 2015. Disponível em

<<http://www.koreapost.com.br/conheca-a-coreia/cultura/hanbok-roupa-tradicional-coreana/>> Acesso em 24 abr. 2017.

KIM, Y. N. **A jovem Coreia**. São Paulo. Editora Ssua. 2008.

KOZINETS, R. V. **On netnography**: initial reflections on consumer research investigations of cyberculture. Illinois: Evanston, 1997.

KOZINETS, R. V. **Netnografia**: realizando pesquisa etnográfica online. São Paulo: Penso Editora LTDA, 2010.

LARAIA, R. B. **Cultura um conceito antropológico**. 26ª imp. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editora Ltda, 2014.

MAFFESOLI, M. **O tempo das tribos**: o declínio do individualismo nas sociedades de massa. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998.

MARGULIS, M. **La Juventud es más que una palabra**. Buenos Aires: Biblos, Sociedad, 2008.

MARTÍN-BARBERO, J. A mudança na percepção da juventude: sociabilidades, tecnicidades e subjetividades entre jovens. In: BORELLI, S.; FREIRE FILHO, J. (Org.). **Culturas juvenis no século XXI**. São Paulo: EDUC, 2008. cap. 1, p. 9-32.

MINAYO, M. C. de S. et al (Org). **Pesquisa social**: teoria, método e criatividade. 21. ed. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2002.

MOREIRA, D. A. **O método fenomenológico na pesquisa**. São Paulo: Pioneira Thomson, 2002.

NOVAES, V. **Samsung é a marca mais influente do Brasil, aponta relatório da Ipsos**. 2015. Disponível em <<http://propmark.com.br/mercado/samsung-e-a-marca-mais-influente-do-brasil-aponta-ipsos>> Acesso em: 25 Abr. 2017

NUNES, M. V. Novas tecnologias e cidadania: a internet como fator de politização ou de adequação das comunidades excluídas ao sistema produtivo? Ins: FUSER, B. (Org.). **Cidadania e cultura digital: apropriações populares da internet**. Rio de Janeiro: E-papers, 2008. parte II. Cidadania, redes e novas tecnologias, p. 105-122

OLIVEIRA, A. **Teoria do desenvolvimento humano de Piaget**. 2010. Disponível em: <<http://insightsdapsicologia.blogspot.com.br/2010/12/teoria-do-desenvolvimento-humano-de.html>>. Acesso em: 18 set. 2016.

PESQUISA inédita aponta o que o jovem pensa sobre família, religião e futuro. 2015. **Projeto 18/34: ideias e aspirações do jovem brasileiro sobre conceitos de família**. Disponível em: <<http://www.pucrs.br/blog/pesquisa-inedita-aponta-o-que-o-jovem-pensa-sobre-familia-religiao-e-futuro/>>. Acesso em: 6 out. 2017.

PONTES, A. **Agora é oficial: Lei torna o brega expressão cultural de Pernambuco**. 2017. Disponível em: <http://www.diariodepernambuco.com.br/app/noticia/viver/2017/08/21/internas_viver,718738/ago-ra-e-oficial-lei-torna-o-brega-expressao-cultural-de-pernambuco.shtml>. Acesso em: 6 nov. 2017.

PREFEITURA DA CIDADE DO RECIFE. **Cultura**. Disponível em: <<http://www2.recife.pe.gov.br/pagina/cultura>>. Acesso em: 6 nov. 2017.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

ROSA, G. **Moda Coreana: Conheça principais estilos e tendências**. 2015. Disponível em <<https://www.brazilkorea.com.br/moda-coreana-conheca-principais-estilos-e-tendencias/>> Acesso em 24 abr 2017.

SENADO FEDERAL. **Estatuto da Juventude: atos internacionais e normas correlatas**. 2013. Disponível em: <<https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/509232/001032616.pdf?sequence=1>> Acesso em: 19 abr. 2017.

SPARSBROD, D. **30 pratos coreanos de dar água na boca**. 2016. Disponível em: <<http://www.koreapost.com.br/conheca-a-coreia/culinaria/30-pratos-coreanos-de-dar-agua-na-boca/>>. Acesso em: 24 abr. 2017.

TEATRO de Santa Isabel: 167 anos de história. 2010. Disponível em: <<http://www.teatrosantaisabel.com.br/conheca-o-teatro/nossa-historia.php>>. Acesso em: 6 nov. 2017.

TOURAINÉ, A. **Crítica da modernidade**. 5. ed. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 1998.

TUDOCELULAR.COM. **Samsung doará 38 mil patentes para ajudar no desenvolvimento de tecnologias na Coreia do Sul**. 2015. Disponível em:

<<https://www.tudocelular.com/samsung/noticias/n56508/samsung-pretende-doar-38-mil-patentes-na-coreia.html>> Acesso em: 24 abr. 2017.

TWICE. **Twice gallery**. 2017. Disponível em <<http://twice.jype.com/gallery.asp?page=2&boardType=1&vnum=>> Acesso em: 29 abr. 2017.

ZALIS, P. **A era da nostalgia**. Columbia, 2016. Veja, São Paulo, n. 2506, p. 19, 22-23, 30 nov 2016. Entrevista concedida a Mark Lilla.

ZYGMUNT Bauman: fronteiras do pensamento. 2011. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=POZcBNo-D4A>>. Acesso em: 30 set. 2016.

APÊNDICE A – Roteiro de Entrevista.

Universidade Federal Rural de Pernambuco

Programa de Pós-Graduação em Consumo, Cotidiano e Desenvolvimento Social

Juventude e Identidades híbridas: reconversões culturais de jovens do Recife na cultura *hallyu*

Professora orientadora: Maria Salett Tauk Santos

Mestrando: Aline Gomes Santana

**ROTEIRO DE ENTREVISTAS SEMIESTRUTURADA COM JOVENS DA CIDADE
DO RECIFE ADEPTOS A CULTURA *HALLYU*****BLOCO 1 – IDENTIFICAÇÃO**

Nome

Gênero _____

Idade _____

Endereço completo

Redes sociais

E-mail

Facebook

Instagram

Profissão

BLOCO 2 – CULTURA DE ORIGEM**Alimentação**

Descreva a sua dieta diária

Atividades profissionais

Onde você estuda?

Qual seu curso?

O que você espera obter com a formação universitária?

Participa de algum movimento estudantil? Qual (s)?

Desenvolve alguma atividade remunerada? Se sim, qual?

Lazer/ Diversão

O que você gosta de fazer quando não está trabalhando? Nas suas horas livres?

O que você faz para se divertir?

Quais os locais de diversão você costuma frequentar?

Que tipo de música costuma ouvir?

Costuma viajar?

Quais os destinos preferidos?

Algum destino que deseja conhecer?

Com qual objetivo?

Fé/Religião

Você pratica alguma religião?

Qual?

Desde quando?

Quem influenciou você nas práticas da fé/religiosas?

Política

Você participa de algum movimento político (sindicato, partido, associação)?

Se sim, o que o levou a se envolver nestes movimentos?

Consumo

Possui aparelhos eletrônicos?

Quais as finalidades e de quais marcas?

Qual seu principal meio de transporte?

Você costuma ler?

Que tipo de literatura lhe interessa? Por que?

Você tem algum ídolo que admira? Qual?

Costuma seguir o vestuário da moda?

Qual o tipo de vestuário preferido?

Onde você adquire suas roupas?

Em que você se inspira para se vestir?

Quem influencia suas práticas cotidianas na alimentação, na moda, no lazer?

Usos das mídias

Você ouve rádio? Quais os programas preferidos?

Assiste televisão? Quais os programas?

Possui smartphone?

Utiliza seu smartphone com qual finalidade?

Costuma utilizar as redes sociais?

Quais?

Com qual finalidade?

Acessa sites?

Quais os seus sites preferidos?

BLOCO 3 – CONHECIMENTO DA CULTURA *HALLYU*

Você conhece a cultura *hallyu*?

O que significa *hallyu*?

Quais os princípios que cultura *hallyu* defende?

Quais as características da cultura *hallyu* que você conhece?

Quais desses elementos da *hallyu* você conhece:

- K-pop;
- K-movie;
- K-food;
- K-fashion.

Descreva como se manifesta os seguintes elementos da cultura *hallyu*:

- K-pop;
- K-movie;
- K-food;
- K-fashion.

Onde a cultura *hallyu* é mais vivenciada no Brasil?

BLOCO 4 – APROPRIAÇÕES DA CULTURA *HALLYU*

Há quanto tempo você aderiu à cultura *hallyu*?

Como você conheceu a *hallyu*?

O que levou você a aderir as práticas da cultura *hallyu*?

Como se dão essas práticas (em seu cotidiano)?

Como você vivencia cada um destes elementos da *hallyu* no seu cotidiano:

- K-pop;
- K-movie;
- K-food;
- K-fashion.

Quais os meios você utiliza para interagir e manifestar a cultura *hallyu*?

De que forma você utiliza as TIC's para o contato/apropriação com a cultura *hallyu*?

Qual razão/motivo levou você a escolher a *hallyu*?

Você considera que a *hallyu* mudou à sua maneira de encarar a vida? Como e por que / Em que aspectos?

Como era a sua vida antes de aderir a *hallyu*?

O que mudou na sua vida depois da *hallyu*?

Você costuma consumir produtos ligados a *hallyu*? Quais e com qual frequência?

Como se dá esse processo de consumo? É fácil encontrar os produtos?

Qual a influência da *hallyu* no seu comportamento cotidiano?

Como as pessoas tratam você ao saber de sua preferência pela *hallyu*?

Você já sofreu algum preconceito por ser adepto desta cultura?

Como você avalia a *hallyu*?

Na sua avaliação, qual a importância da *hallyu* em relação a sua posição na sociedade?

Como você avalia o espaço dado a *hallyu* no Brasil?

Onde você vê manifestações da *hallyu* no cenário brasileiro e particularmente em Recife?

Quais as diferenças que você identifica entre a *hallyu* e a sua cultura de origem?

O que na sua cultura de origem te fez optar pela *hallyu*?

Qual delas oferece a você melhores possibilidades de aperfeiçoamento pessoal como ser humano? Por quê?

O que você gostaria de fazer e que ainda não conseguiu?

Quais as suas aspirações para o futuro?