



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ**  
**INSTITUTO DE CULTURA E ARTE**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO**

**IAGO FILLIPI PATROCÍNIO MACEDO**

**K-POP EM FORTALEZA: O CONSUMO E A PRODUÇÃO DE DANÇA *COVER***  
**POR FÃS DA MÚSICA POP SUL-COREANA**

**FORTALEZA**

**2022**

IAGO FILLIPI PATROCÍNIO MACEDO

K-POP EM FORTALEZA: O CONSUMO E A PRODUÇÃO DE DANÇA *COVER* POR  
FÃS DA MÚSICA POP SUL-COREANA

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará, como requisito à obtenção do título de Mestre em Comunicação. Área de concentração: Comunicação e Linguagens.

Orientadora: Profa. Dra. Maria Érica de Oliveira Lima.

FORTALEZA

2022

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação  
Universidade Federal do Ceará  
Sistema de Bibliotecas

Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

---

M121k Macedo, Iago Fillipi Patrocínio.  
K-pop em Fortaleza : o consumo e a produção de dança cover por fãs da música pop sul-coreana / Iago  
Fillipi Patrocínio Macedo. – 2022.  
281 f. : il. color.

Dissertação (mestrado) – Universidade Federal do Ceará, Instituto de cultura e Arte, Programa de Pós-  
Graduação em Comunicação, Fortaleza, 2022.  
Orientação: Profa. Dra. Maria Érica de Oliveira Lima.

1. Cultura Pop. 2. Consumo. 3. Juventude. 4. K-pop. 5. Etnografia. I. Título.

CDD 302.23

---

IAGO FILLIPI PATROCÍNIO MACEDO

K-POP EM FORTALEZA: O CONSUMO E A PRODUÇÃO DE DANÇA *COVER* POR  
FÃS DA MÚSICA POP SUL-COREANA

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará, como requisito à obtenção do título de Mestre em Comunicação. Área de concentração: Comunicação e Linguagens.

Aprovado em: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_\_.

BANCA EXAMINADORA

---

Profa. Dra. Maria Érica de Oliveira Lima (orientadora)  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Profa. Dra. Alessandra Araújo Oliveira  
Universidade de Fortaleza (UNIFOR)

---

Prof. Dr. Yuji Gushiken  
Universidade Federal do Mato Grosso (UFMT)

---

Profa. Dra. Yun Jung Im Park  
Universidade de São Paulo (USP)

## AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus por ter me auxiliado com força e persistência durante o período do mestrado, no qual, mesmo cheio de estresse e de ansiedade, consegui me manter e continuei em frente.

Sou muito grato também à minha amada família. À minha mãe, Kátia, que, mesmo com sua rotina bem movimentada, consegue sempre me dar orientações e me oferecer apoio nos âmbitos profissionais, acadêmicos e pessoais. Ao meu pai, Zé Filho, que, mesmo travando uma batalha complexa diariamente por causa de sua doença, ainda consegue me oferecer suporte e amor do seu jeito. Ao tio João, que sempre se mostra disponível e acessível para me auxiliar em todos os tipos de situação, sendo assim uma base essencial para minha casa. À Vó Neném, que sempre se preocupa comigo, celebra minhas conquistas e cuida de mim. À minha irmãzinha e melhor amiga, Lara, que aguenta minhas inconstâncias, faz-me companhia, escuta minhas frustrações diariamente e torna os meus dias mais felizes e brilhantes. Ao Vô Edivaldo, que, mesmo não conseguindo falar, expressa nitidamente positividade para mim e para minhas escolhas de vida. Ao tio Cláudio, que me auxilia com conselhos e que me inspira a ser uma pessoa melhor. À Vó Zenaide e ao Vô Manuel, que partiram, mas que nunca deixarão de ser parte essencial da minha formação. Mesmo estando em um plano diferente, sei que eles olham por mim.

Agradeço ao Yuri, meu namorado e melhor amigo, que manteve-se ao meu lado, trazendo-me de volta para mim mesmo quando me perdi, acompanhando-me em momentos felizes e tristes. Nas várias vezes que achei que tudo ia dar errado, ele me apoiou e me acalmou, além de me auxiliar lendo os meus textos e ouvindo todos os meus problemas. Também agradeço à família do Yuri, que, em todas as vezes que estive em Beberibe, ofereceu-me apoio, atenção, carinho e ótimos momentos. Amo todos vocês.

Por causa da pandemia, passei a maior parte do meu mestrado confinado em minha residência, o que me deixou mais próximo dos animais que moram comigo. Por isso, não posso deixar de agradecer aos bichinhos de minha casa por me fazerem companhia e me ajudarem a manter minha saúde mental em bom estado. Em especial, agradeço ao gatinho Austin, que infelizmente agora está desaparecido, mas que várias vezes veio para o meu colo e me ofereceu amor e companhia durante os dias em que estive confinado em casa, acalmando-me e me trazendo felicidade.

Agradeço ao Primadonna, o grupo de dança *cover* de K-pop que acompanhei durante dezesseis meses para a realização da etnografia apresentada nesta dissertação. As

meninas do grupo me acolheram e me fizeram sentir como parte da formação delas. Tenho muito amor e gratidão por cada uma. Aline, Alyne, Ana Carla, Ana Lari, Ana Paula, Clarissa, Gabriela, Jéssica, Jujuba, Larissa, Milena e Mily, esse trabalho só existe por causa de vocês. Também agradeço ao Ivar, que esteve presente na maioria dos ensaios, sendo parte importante da experiência etnográfica. Espero que o relato apresentado nas seções finais dessa dissertação faça jus à incrível experiência que tive com o Primadonna.

Agradeço à minha orientadora, Maria Érica, que aceitou orientar este trabalho mesmo não sendo sobre um assunto ao qual estava acostumada. Fico muito feliz por ter decidido cursar a disciplina de “Comunicação e Cultura Popular” como aluno especial em 2019, que foi onde a conheci. Sou muito grato pela confiança que ela teve em mim, pelos conselhos (que foram além da experiência no mestrado), pelas reuniões produtivas e instigantes e pelos vários ensinamentos.

Aos professores da banca, Yuji, Yun e Alessandra, por terem aceitado participar desse momento. Tenho admiração por cada um deles e sou grato por ter uma banca tão incrível, competente e qualificada lendo e avaliando essa dissertação. Em específico, agradeço à Alessandra, que foi orientadora do meu TCC em Publicidade e Propaganda na Unifor. A partir da experiência com ela na graduação, comecei a nutrir interesse e paixão pela escrita acadêmica e pelo aspecto teórico da Comunicação, o que foi importante para que eu decidisse seguir minha carreira na Pós-Graduação. Estendo minha gratidão a todos os professores que fizeram parte do processo da minha formação, pois acredito que sou quem sou por causa do contato que tive com cada um deles.

Agradeço também ao Centro de Pesquisa e Produção em Comunicação e Emergência (EMERGE) da Universidade Federal Fluminense. A partir da experiência com o grupo de pesquisa, pude perceber o K-pop sob outros pontos de vista e pude realizar atividades que foram utilizadas como base para o desenvolvimento da dissertação.

Agradeço à Lana, minha grande amiga desde o ensino fundamental no Colégio Santa Isabel. Além da companhia amiga que desempenhou durante o período do meu mestrado, ela leu e corrigiu esta dissertação, sugerindo melhorias e agindo de forma direta na versão final do documento. Obrigado por ter topado participar disso mesmo estando super ocupada com sua qualificação!

Pela atenção, pelo suporte oferecido e por todo o apoio, agradeço à toda a equipe de comunicação do Sana e ao Centro Internacional de Negócios (CIN) da Federação das Indústrias do Estado do Ceará (FIEC), em específico à Tarciane, que foi a pessoa que me atendeu e me auxiliou, oferecendo-me dados para compor esta pesquisa.

Sou grato também a Bia e Isadora, minhas grandes amigas desde a infância. Obrigado pelo companheirismo nos bons e nos maus momentos e por escutarem vários dos meus monólogos sobre o que descobri com as pesquisas para a dissertação hahaha. Amo vocês!

Agradeço também aos meus outros amigos desde a época da escola (Andrezza, Caio, Ikaro, Jayne, Joyce, Manuela, Washington e Rubens), os quais acabei me afastando por causa das diferentes agendas e da pandemia. Também agradeço ao Subsolo do Japonês, grupo de amigos que surgiu por intermédio do curso de japonês da Universidade Estadual do Ceará (UECE), pela companhia e por toda a compreensão. Afastei-me muito dos meus amigos neste período em virtude de não conseguir acompanhar as movimentações nas redes sociais por causa da ansiedade decorrente da pandemia. Posso estar um pouco distante atualmente, mas quero que todos vocês saibam que possuem um lugar muito especial guardado no meu coração. Tudo vai melhorar!

Gostaria de agradecer também ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará (PPGCOM-UFC), onde foi possível desenvolver essa pesquisa. Em específico, agradeço à Alexandrina, assistente em Administração do PPGCOM-UFC, por sua proatividade e sua prestatividade, sempre me ajudando a resolver todas as burocracias enfrentadas durante meu mestrado. Muito obrigado por tudo!

Por fim, obrigado a todos que fizeram parte, direta ou indiretamente, da minha formação!

## RESUMO

Com os meios de comunicação de massa conseguindo alcançar rapidamente pessoas ao redor do mundo, culturas e estilos de vida de diversas localidades ficaram ao alcance das pessoas, que passaram a consumir esses materiais de acordo com seus gostos e preferências. A sociedade, conseqüentemente, dividiu-se em incontáveis grupos com estilos e comportamentos próprios, formados a partir de padrões de consumo similares. O foco desta pesquisa encontra-se nos fãs do K-pop (música pop sul-coreana), os quais, inspirados pelos videocliques dos ídolos, começaram a se organizar para aprender as coreografias das músicas, chegando até a participar de competições de dança. Diante do contexto descrito, estabeleceu-se como objetivo geral analisar como os jovens fortalezenses consomem o K-pop e produzem performances coreográficas no cenário da dança *cover*. Para tanto, a partir do método etnográfico, observou-se o cotidiano do grupo feminino de dança *cover* Primadonna presencialmente e por meio de redes sociais como Whatsapp, YouTube, Instagram e TikTok. Além disso, realizou-se entrevistas narrativas com as jovens. Esta experiência aconteceu no período do surto pandêmico do coronavírus, o que pôde trazer um relato dentro de um recorte temporal com especificidades que não tinham acontecido antes na cena de dança *cover*. Como resultado, percebeu-se que o consumo do K-pop acontece principalmente via Internet (a partir de aplicativos como YouTube e Spotify) e constatou-se que a produção das coreografias *cover* está mais relacionada ao estudo, à interpretação, à crítica e ao aperfeiçoamento da dança do que à produção de uma mera imitação. Notou-se que os jovens da dança *cover* levam suas apresentações a sério, como se fosse um trabalho, demandando tempo, dinheiro e esforço, porém, nem sempre esta prática se transforma em profissão de fato devido ao pouco retorno financeiro advindo dela. Conclui-se que o K-pop Cover local costuma trazer novas interpretações para as coreografias lançadas, o que ressalta a criticidade e a criatividade dos fãs. Observa-se que as políticas públicas para a juventude são muito importantes para o crescimento e a manutenção da prática de dança dos fãs em Fortaleza. Muitos grupos não existiriam caso tais políticas não fossem aplicadas. Esta dissertação também conseguiu destacar a presença marcante de jovens da periferia nos grupos de dança, entretanto, são necessários mais estudos na área para compreender a relação entre periferia e K-pop.

**Palavras-chave:** cultura pop; consumo; juventude; K-pop; *hallyu*; etnografia.

## ABSTRACT

With the mass media being able to quickly reach people around the world, cultures and lifestyles of different origins also became within the reach of people, who began to consume these materials according to their tastes and preferences. Consequently, society was divided into countless groups, each one with their own styles and behaviors, formed from similar consumption patterns. The focus of this research is on K-pop (South Korean pop music) fans, those who, inspired by idols' music videos, started to organize themselves to learn K-pop songs' choreographies and to participate in dance competitions. With this context in mind, the general objective was outlined: To analyze how Fortaleza's youth consume K-pop and produce choreographic performances in the cover dance scene. Therefore, using the ethnographic method, the daily life of the female cover dance group Primadonna was observed in person and through social networks such as Whatsapp, YouTube, Instagram and TikTok. In addition, narrative interviews were carried out with the Primadonna's girls. This experience took place in the period of the pandemic outbreak of coronavirus, which brought to this research a time frame with specifics that had not happened before in the cover dance scene. As a result, it can be seen that the consumption of K-pop happens mainly on-line (from applications such as YouTube and Spotify). It was found that the production of cover choreographies is more related to the study, interpretation, criticism and improvement on dancing than to the production of a mere imitation. It is also noted that people in cover dance take their performances seriously, as if it were a job, investing their time, money and effort. However, this practice does not always become an actual profession due to the little financial return arising from it. It is concluded that local K-pop cover groups usually bring new interpretations to the choreographies released, a fact that highlights the criticality and creativity of the fans. It is observed that public policies for youth are very important for the growth and maintenance of fans' dance practice in Fortaleza. Many groups would not exist if such policies were not enforced. This dissertation also managed to highlight the strong presence of favela's youth in dance groups. However, more studies are needed in the area to understand the relation between favela and K-pop.

**Keywords:** pop culture; consumption; youth; K-pop; hallyu; ethnography.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Mapa com a distância entre Fortaleza e Seul.....	16
Figura 2 - As fases da Sociedade de Consumidores.....	24
Figura 3 - Dua Lipa e Madonna.....	29
Figura 4 - Times Square .....	31
Figura 5 - Seo Taiji and Boys.....	51
Figura 6 - Grupos do K-pop durante os anos.....	56
Figura 7 - Mapa de lugares antípodas (Coreia do Sul e Uruguai) .....	60
Figura 8 - Idols e Moda K-pop .....	63
Figura 9 - Britney Spears e Derrick Barry.....	68
Figura 10 - Beatallica .....	69
Figura 11 - Dread Zeppelin .....	69
Figura 12 - Performance de “SO BAD” em praça.....	74
Figura 13 - Performance de “Ice Cream” na calçada .....	74
Figura 14 - Performance de "GUNSHOT" em rua.....	74
Figura 15 - A foto publicada por Jennie .....	77
Figura 16 - Fachada do Uri Mercado em Fortaleza.....	87
Figura 17 - K-pop&Food: Fachada, Interior, Parede e Hanbok .....	88
Figura 18 - Balança Comercial Anual Ceará X Coreia do Sul (janeiro a dezembro).....	89
Figura 19 - Canal do Primadonna no Youtube .....	120
Figura 20 - Ensaios no CUCA Mondubim .....	149
Figura 21 - A pose “Erguei as mãos e dai glória a Deus” .....	156
Figura 22 - O Galpão .....	164
Figura 23 - Primadonna e turma de Jiu Jitsu no galpão.....	166
Figura 24 - O quinteto performando “More” no estacionamento.....	176
Figura 25 - Um dos workshops no evento.....	180
Figura 26 - Primadonna no final do evento .....	182
Figura 27 - Ensaios de PTT no CUCA Mondubim .....	189
Figura 28 - Ensaios na Michelle .....	195
Figura 29 - Sala temática de K-pop .....	203
Figura 30 - Primadonna dançando Paint the Town no Sana Reencontro .....	207
Figura 31 - Primadonna no palco recebendo o prêmio.....	210

## SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO .....	12
1.1	Objetivos .....	13
1.2	Justificativa .....	14
2	CULTURA, CONSUMO E IDENTIDADE.....	16
2.1	A Coreia do Sul e o Brasil.....	16
2.2	Cultura e Formas Simbólicas.....	19
2.3	A Revolução do Consumo e a Sociedade de Consumidores .....	23
2.4	A Sociedade do Consumo de Massa .....	26
2.5	Luta pela Sobrevivência .....	32
2.6	Indústria Cultural e Globalização .....	37
2.7	Estilos de Vida .....	43
3	K-POP AO REDOR DO MUNDO .....	49
3.1	Formando a Onda Coreana .....	49
3.2	K-pop durante os anos e o sistema de criação de <i>idols</i> .....	53
3.3	Da Coreia do Sul até o <i>fandom</i> brasileiro .....	59
3.4	Dança Cover de K-pop .....	67
3.5	K-popper Ativismo.....	75
4	JUVENTUDE K-POP DANCE COVER DE FORTALEZA.....	81
4.1	A Capital Alencarina e a presença sul-coreana.....	81
4.2	Juventudes e a metacena fortalezense .....	90
4.3	K-cover: lugares, cotidiano, vagabundagens e trabalho .....	97
4.4	Rede CUCA e as políticas públicas para a juventude em Fortaleza .....	106
4.5	K-pop Cover é imitação? A produção de performances coreográficas .....	110
4.5.1	<i>Proto-performance</i> .....	114
4.5.2	<i>Performance</i> .....	116
4.5.3	<i>Aftermath</i> .....	117
5	METODOLOGIA .....	119
5.1	O mundo interconectado e a etnografia .....	119
5.2	O método etnográfico e a entrevista narrativa.....	123
5.3	A estratégia adotada para o estudo do Primadonna.....	129
6	PRIMADONNA: O INÍCIO DO RELATO DA ETNOGRAFIA.....	134
6.1	Prólogo .....	134

6.2	Primadonna .....	137
6.3	CUCA Mondubim e a Pandemia .....	142
6.3.1	<i>Sala com espelhos</i> .....	143
6.3.2	<i>Área aberta</i> .....	148
6.3.3	<i>O Ensaio seguinte</i> .....	154
6.4	Distanciamento Social.....	158
6.4.1	<i>Sucesso no TikTok</i> .....	159
6.4.2	<i>Take Over e performances solo</i> .....	160
6.5	Galpão .....	162
6.5.1	<i>O Primeiro dia e a produção de Rollin'</i> .....	163
6.5.2	<i>Os ensaios de "More"</i> .....	166
6.5.3	<i>Girls Planet</i> .....	171
6.6	Estacionamento e a gravação de More.....	172
6.7	O evento no Galpão.....	177
6.7.1	<i>A noite anterior</i> .....	178
6.7.2	<i>O evento</i> .....	179
7	PRIMADONNA: A SAGA PAINT THE TOWN.....	183
7.1	A volta ao CUCA Mondubim.....	183
7.1.1	<i>Audições</i> .....	184
7.1.2	<i>Vamos pintar a cidade?</i> .....	185
7.1.3	<i>Rede CUCA Resiste</i> .....	190
7.1.4	<i>A nova volta para o CUCA Mondubim</i> .....	192
7.2	Outros lugares .....	192
7.3	Michelle .....	194
7.4	Pré-Sana.....	197
7.4.1	<i>Eliminatória</i> .....	197
7.4.2	<i>Figurino</i> .....	198
7.5	Sana Reencontro .....	201
7.5.1	<i>Primeiro Dia</i> .....	202
7.5.2	<i>Segundo dia</i> .....	204
7.6	Entrevistas .....	211
7.6.1	<i>Ana Carla</i> .....	212
7.6.2	<i>Ana Paula</i> .....	213
7.6.3	<i>Gabriela</i> .....	214

<i>7.6.4 Jéssica</i> .....	215
<b>7.7 Epílogo</b> .....	216
<b>8 CONCLUSÃO</b> .....	219
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	223
<b>APÊNDICE A – TRANSCRIÇÃO DAS ENTREVISTAS NARRATIVAS</b> .....	238
<b>APÊNDICE B – TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM</b> .....	271
<b>ANEXO A – RELATÓRIO DA FIEC</b> .....	272

## 1 INTRODUÇÃO

Em meio a inovações tecnológicas, Severiano (2001) aponta que os meios de comunicação de massa adquiriram o potencial de alcançar rapidamente pessoas do planeta inteiro, proporcionando uma “integração universal”. Haja vista essa conexão entre os sujeitos do mundo, várias culturas e estilos de vida, provenientes dos mais diversos lugares, ficaram acessíveis para o indivíduo.

Nesse cenário, Hall (2000) comenta que cada uma dessas culturas faz apelos diários a diferentes partes das pessoas, dentre os quais parece ser possível realizar uma escolha. O autor chama esse efeito de “supermercado cultural”. Os sujeitos, principalmente os jovens – de acordo com Borelli, Rocha e Oliveira (2009) –, passaram a consumir neste supermercado, relacionando a sua própria identidade com os estilos de vida, as mercadorias e as culturas disponibilizadas pelos meios. Conseqüentemente, devido aos padrões de consumo específicos de cada um, a sociedade segmentou-se em incontáveis grupos com estilos, gostos e comportamentos próprios.

Dentre esses grupos, surge o K-popper, nome dado aos fãs do K-pop (música pop sul-coreana). No Brasil, a juventude K-popper, de acordo com Santos (2016), inspirada nos videocliques de seus ídolos, organizou-se coletivamente para aprender a dançar as coreografias das músicas. Essa prática, também conhecida como K-cover, fomentou a criação de competições de dança *cover* de K-pop.

Direcionando o foco para os fãs que fazem parte da prática K-cover, esta dissertação é guiada pela seguinte questão-problema: Como os jovens fortalezenses consomem o K-pop e produzem performances coreográficas no cenário da dança *cover*?

De forma específica, foi selecionado para estudo o grupo de dança Primadonna, constituído por doze meninas. Utilizando o método etnográfico, observou-se o cotidiano do grupo de forma *off-line*, acompanhando reuniões presenciais do Primadonna, e *on-line*, acompanhando as conversas do grupo no Whatsapp e as publicações em redes sociais tais como YouTube, Instagram e TikTok. Além disso, foram realizadas entrevistas com as jovens.

A necessidade de englobar o aspecto *on-line* na pesquisa foi resultado das limitações que surgiram por causa do avanço do surto pandêmico do coronavírus, o qual foi simultâneo ao desenvolvimento da dissertação. Contudo, ao perceber que a movimentação do K-cover nas redes sociais é intensa, acredita-se que a mistura dos aspectos *on-line* e *off-line* na aplicação da pesquisa pôde tratar da temática de forma mais adequada.

O segundo capítulo da dissertação trata dos conceitos de cultura, consumo, identidade e globalização para compreender acerca do cenário de produção de mercadorias para

as mídias e da dinâmica de consumo cada vez mais globalizado. Além disso, discute-se sobre a formação de agrupamentos, os quais antes dependiam da proximidade física e de formas simbólicas locais, mas que atualmente são promovidos também por intermédio de mercadorias ou objetos de consumo (materiais e imateriais) sem a necessidade de conexão presencial com o território.

O terceiro capítulo adentra no contexto e na história da formação e internacionalização do K-pop e de toda a Onda Coreana, também conhecida por *Hallyu*. Em seguida, o capítulo aborda as releituras que os K-poppers fazem das produções difundidas pela Onda Coreana, discutindo acerca dos fãs como consumidores e produtores.

O quarto capítulo, para apresentar as especificidades da produção K-cover na capital cearense, analisa os conceitos de juventude, lugar, cotidiano, trabalho e performance. Compreendendo que a maioria dos jovens K-poppers de Fortaleza residem em regiões periféricas da cidade, o capítulo também trata da relevância das políticas públicas para a juventude, tendo como maiores exemplos na capital cearense a Rede CUCA e a Bolsa Jovem, que são essenciais para a manutenção da produção de dança *cover* de K-pop na cidade.

O quinto capítulo delinea a metodologia da pesquisa, voltando seu foco para a discussão acadêmica acerca das diferenças entre o método etnográfico “tradicional” e a sua expressão no cenário virtual. Além disso, o capítulo trata do conceito de entrevista narrativa, o tipo de entrevista que foi utilizado para a coleta de dados.

Por fim, o sexto e o sétimo capítulo trazem o relatório etnográfico da experiência com o grupo Primadonna, incluindo a execução das entrevistas narrativas realizadas com algumas participantes do grupo.

## 1.1 Objetivos

Geral:

Analisar como os jovens fortalezenses consomem o K-pop e produzem performances coreográficas no cenário da dança *cover*.

Específicos:

- 1) Relacionar o fenômeno do K-pop com os conceitos referentes à sociedade de consumo no cenário do mundo globalizado;
- 2) Investigar fatos históricos e caminhos pelos quais o K-pop percorreu para que chegasse com sucesso ao alcance da juventude de Fortaleza;

- 3) Averiguar como ocorrem os processos de consumo e de apropriação realizados pelos K-poppers de Fortaleza, bem como os meios utilizados e as condições vivenciadas por eles durante esses processos;
- 4) Compreender a produção de performances pela juventude K-popper de grupos *cover*;
- 5) Examinar objetivos e motivações dos jovens fãs de K-pop participantes do cenário da dança *cover*.

## 1.2 Justificativa

A Coreia do Sul tem se destacado cada vez mais na comunidade internacional em razão da exportação de diversos produtos, a exemplo dos bens culturais, e, muito embora em termos econômicos estes não ocupem percentual expressivo do total das exportações, contribuem positivamente na construção da imagem do país (PARC, 2022), tornando-se um grande fenômeno em setores como música, séries, filmes e jogos.

Conforme será detalhadamente abordado nos capítulos 3 e 6, para a pesquisa, a música foi escolhida como recorte em virtude de ter sido observado que o consumo de K-pop ensejou desdobramentos de cunho político por parte dos fãs na cidade de Fortaleza (CE).

De acordo com Santos (2016), o fenômeno sul-coreano em países estrangeiros chamou atenção ao ponto de receber um nome: *Hallyu*, ou Onda Coreana. O autor menciona que o termo foi criado nos anos 1990 por jornalistas chineses, os quais perceberam um crescente consumo de K-dramas (também conhecidos como “novelas sul-coreanas”) entre os jovens da China. Apesar de ter sido criado neste contexto, o termo *Hallyu* é utilizado atualmente para se referir ao fenômeno sul-coreano em escala global.

Para apontar exemplos da Onda Coreana no mundo, pode-se observar o caso do viral *Gangnam Style* de PSY, o qual, de acordo com Cunha (2013), permaneceu semanas no topo de vendas da iTunes, loja virtual de serviços de entretenimento. O clipe do PSY está no sexto lugar dos mais assistidos na história do Youtube, contando com mais de 4,7 bilhões de visualizações (GEYSER, 2022).

Como exemplo de sucesso das produções audiovisuais recentes da *Hallyu*, tem-se o filme “Parasita”, vencedor no Oscar de 2020, que recebeu quatro prêmios no evento, incluindo o de Melhor Filme, tornando-se a primeira produção não falada em língua inglesa a vencer em tal categoria (PARASITA..., 2020).

A juventude K-popper chega a estender o apreço pela música sul-coreana para a cultura do país em geral. Por exemplo, a busca por cursos de língua coreana e até mesmo por pratos culinários originários do país também se tornaram mais frequentes. No caso da cidade de Fortaleza, é possível citar que foram abertos cursos de coreano em entidades como o Instituto Poliglota e a Universidade Estadual do Ceará. Sobre restaurantes, temos como exemplos o K-Bab, o Mashita e o K-pop&Food. Ainda, a presença de fãs de K-pop na região tornou-se grande o suficiente para que grupos sul-coreanos famosos como K.A.R.D e Rania chegassem a fazer shows na capital cearense (TOMAZ, 2018).

A partir da popularização do K-pop no cenário global, o número de grupos *cover* e de eventos voltados para esse público foi potencializado. Silva (2018) comenta que o sucesso do K-pop em Fortaleza é tão grande que a cidade sediou uma das etapas regionais do maior evento de *covers* do mundo: o *K-pop World Festival*. Considerando que várias competições chegam a ter premiações em dinheiro, Santos (2016) afirma que alguns fãs deixam de performar apenas por *hobby* ou diversão, transformando a paixão em algo similar a um trabalho.

Percebendo esses efeitos do K-pop na juventude brasileira, questiona-se: como o contato com uma cultura estrangeira, de um país tão distante fisicamente do Brasil, pode exercer fortes influências na vida de alguém?

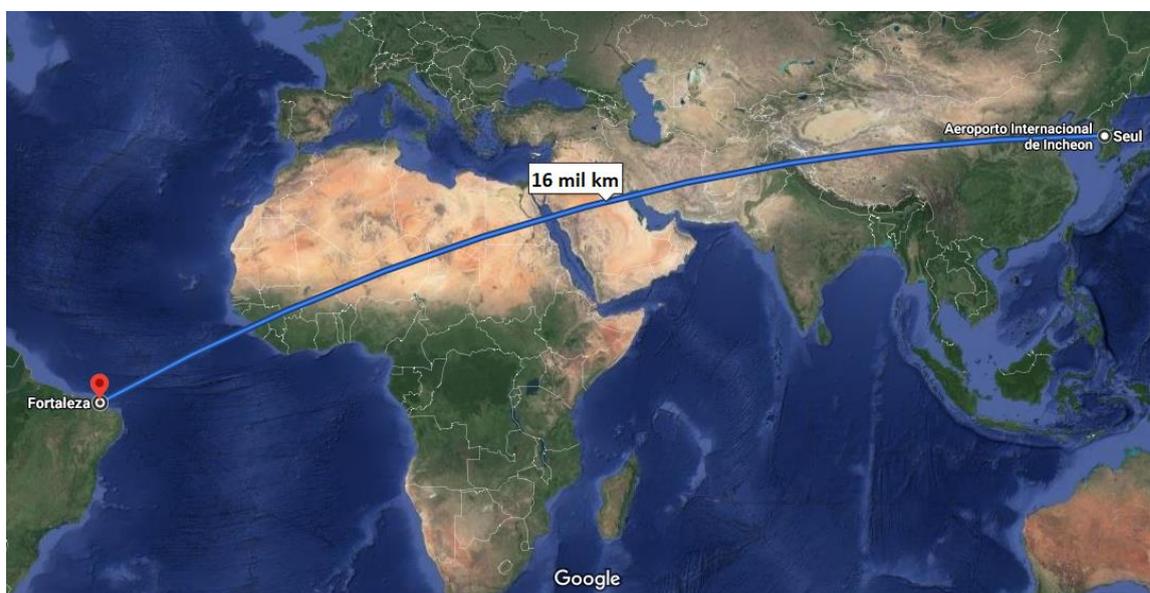
Considerando que o Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará (PPGCOM-UFC) tem sua Área de Concentração integrando as diretrizes básicas do domínio da Comunicação e suas linguagens aos referenciais culturais da sociedade contemporânea, esta dissertação se enquadra no programa por abordar aspectos como: meios de comunicação de massa, efeitos sobre o público, recepção crítica e novas tecnologias. De forma mais específica, esta pesquisa está vinculada à Linha 2 (Mídias e Práticas Socioculturais) do PPGCOM-UFC, a qual trata da relação das práticas socioculturais com as mídias. A relação da dissertação com a linha de pesquisa é perceptível ao adotar os meios pelos quais o K-pop se expandiu e se tornou acessível ao público como exemplo de “mídias”, e o consumo do K-pop e a produção coreográfica do K-cover como exemplos de “práticas”.

## 2 CULTURA, CONSUMO E IDENTIDADE

### 2.1 A Coreia do Sul e o Brasil

A partir de um breve olhar para os grupos de dança *cover* de K-pop em Fortaleza, percebe-se o entrelaço de dois países: Brasil e Coreia do Sul. O primeiro é um país localizado na América do Sul. De forma mais específica, a cidade de Fortaleza – foco desta pesquisa – é capital do Ceará, Estado situado na região Nordeste da nação. O segundo país localiza-se no leste da Ásia, na metade sul da Península da Coreia. A distância entre Fortaleza e Seul (capital sul-coreana) é de aproximadamente 16 mil quilômetros<sup>1</sup> (Figura 1).

Figura 1 - Mapa com a distância entre Fortaleza e Seul



Fonte: Google Maps (2021) com edição e corte do autor.

Para compreender de maneira prática a distância entre os territórios, imagina-se o trajeto de uma viagem de Fortaleza para Seul. Considerando as 12 horas de diferença no fuso horário das cidades, uma simples checada em sites de viagem<sup>2</sup> pode ajudar a visualizar esse trajeto. Primeiro, um voo de Fortaleza para São Paulo pela companhia aérea Azul, que duraria cerca de 3 horas e 35 minutos. A partir disso, um trajeto que dura em média 12 horas, de São Paulo para Adis Abeba pela Ethiopian Airlines, capital do país africano Etiópia. Por fim, de Adis Abeba para Seul pela mesma companhia aérea, o que demoraria cerca de 11 horas e 10

<sup>1</sup> Disponível em: <https://pt.distance.to/Seul/Fortaleza>. Acesso em: 31 jan. 2021.

<sup>2</sup> Consulta realizada no site Decolar. Disponível em: <https://www.decolar.com>. Acesso em: 31 jan. 2021.

minutos. Levando em consideração o tempo de espera para as trocas de avião, uma viagem de Fortaleza para Seul pode levar mais de 30 horas no total. Os sites também podem apresentar trajetos distintos, como os que param em Doha (capital do Catar, localizada no Oriente Médio), ou outros que passam por Nova Iorque, nos Estados Unidos. Neste último caso, a viagem seria feita pelo sobrevoos do Oceano Pacífico.

Dessa forma, fica claro o quão distante são os países, mas a barreira geográfica não impediu o fenômeno global do K-pop de conseguir alcançar a juventude fortalezense. De fato, a cultura pop sul-coreana é um dos produtos de exportação mais lucráveis para o país, englobando não só produções no cenário da música, mas também nos cenários da dança, dos videogames, dos filmes, das séries e dos videoclipes. De acordo com Greg... (2019), somente a indústria do K-pop – a música pop da Coreia do Sul – tem 57 bilhões de dólares como valor de exportação.

De acordo com o Relatório do Desenvolvimento Humano do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento, PNUD (2020), que utiliza resultados de 2019, a Coreia do Sul tem seu IDH (Índice de Desenvolvimento Humano) com o valor de 0,916, ocupando a 23ª posição do *ranking* mundial, podendo ser definida como uma nação desenvolvida. Além disso, a população de aproximadamente 51,71 milhões de habitantes (WORLD BANK, 2021) possui uma alta expectativa de vida: 83 anos.

Para comparar esses dados da Coreia do Sul com os do Brasil, vê-se que o país sul-americano tem seu IDH com o valor de 0,765, ocupando a 84ª posição do *ranking*, figurando como uma nação em desenvolvimento. A população de aproximadamente 211 milhões de habitantes (WORLD BANK, 2021) possui expectativa de vida de 75,9 anos. De forma mais específica, a Região Metropolitana de Fortaleza, com dados de 2017, tem um IDH-M de 0,763 (não muito destoante do IDH nacional), o qual encaixa a capital cearense na 13ª posição entre as regiões metropolitanas brasileiras. (PNUD, 2020).

No quesito instituições universitárias, tendo como base o *World University Rankings 2021*<sup>3</sup>, a Coreia do Sul possui vinte e duas universidades dentre as mil melhores do mundo. Duas dessas estão contidas no seleto grupo das cem melhores, no qual a Universidade Nacional de Seul encontra-se na 60ª posição. No caso do Brasil, treze universidades estão entre as mil, mas somente duas dessas encontram-se no grupo das quinhentas melhores, no qual a Universidade de São Paulo (USP) está situada no feixe da posição 201 a 250 do *ranking*. A

---

<sup>3</sup> Disponível em: <https://www.timeshighereducation.com>. Acesso em: 22 maio 2021.

partir desses dados, mesmo não se configurando dentre as duzentas melhores, a USP aparece não só como a melhor universidade brasileira, mas também como a melhor da América Latina, assim como aponta Bermúdez (2020).

Outro tópico importante a ser debatido é relacionado à desigualdade social, encontrada em ambos os países. Apesar de ser uma nação desenvolvida e com um sistema educacional de alta qualidade, a Coreia do Sul não está livre dessas questões. O filme *Parasita*, primeiro longa-metragem não falado em inglês a ganhar o Oscar de Melhor Filme, escancara e critica o retrato das relações entre os pobres e os ricos sul-coreanos. No país, o 1% mais rico da população detém cerca de 12,2% da riqueza total da nação. Ainda assim, ressalta-se que o comparativo da desigualdade na Coreia do Sul é menor que o de diversos outros países. Por exemplo, nos Estados Unidos, o 1% mais rico acumula cerca de 20,3% da riqueza nacional. Em comparação a todos os países do mundo, o Brasil detém a segunda maior concentração de renda: o 1% mais rico tem posse de cerca de 28,3% das riquezas. Catar está em primeiro lugar, com o 1% concentrado em suas mãos cerca de 29% da renda nacional. (GOZZER, 2020).

Com base nos dados expostos, são notáveis os grandes avanços da Coreia do Sul em pontos como educação, bem-estar social e redução de taxas de desigualdade social. Hoje em dia, quando se pensa no país asiático, palavras como tecnologia, modernidade e sucesso vem à mente. Contudo, a condição sul-coreana nem sempre foi essa. Gozzer (2020) aponta que, na década de 1960, em sequência ao final da guerra da Coreia, a economia da Coreia do Sul encontrou-se completamente devastada. O PIB per capita do país era a metade do brasileiro. Em menos de uma década, a nação conseguiu igualar os valores aos do Brasil. Meio século depois, o PIB per capita sul-coreano se tornou três vezes maior que o brasileiro. Kim (2008) comenta que esse fenomenal crescimento econômico é apelidado de Milagre do Rio Han, nome dado a partir do rio que corta Seul.

Dentre as ações realizadas para que tal crescimento econômico acontecesse, destacam-se os investimentos em exportação, em inovação, em cultura de entretenimento e, principalmente, em educação, à qual se destina 5% do PIB. Inclusive, o estímulo do sistema educacional sul-coreano rumo para o desenvolvimento de novas tecnologias, o que tornou o país uma referência em produções de aparelhos eletrônicos, de carros, de robôs etc. Este cenário tornou propício o desenvolvimento de empresas sul-coreanas como Samsung, LG, Hyundai e Kia, que hoje são grandes e influentes multinacionais. Na história da economia sul-coreana, ocorreram outros “milagres”, tendo como exemplo a crise asiática de 1997. Apesar de várias empresas terem ficado fortemente endividadas, a nação superou a dificuldade com rapidez graças à sua forte produção industrial. (VALERO, 2014).

Como poderia acontecer na Coreia do Sul não só o Milagre do Rio Han, mas também vários outros? A inspiração nos valores confucionistas para a superação das dificuldades pode ser a chave para encontrar uma explicação para tais “milagres” no país. Apresentando de forma breve, a doutrina confucionista se fundamenta na busca pelo *Tao*, um modo de vida equilibrado, que satisfaz as vontades do céu e da terra. Para atingir este modo de vida, o confucionismo prega, dentre diversas coisas, cinco virtudes essenciais: 1 - amar o próximo; 2 - ser justo, 3 - ter comportamento adequado, 4 - ter consciência da vontade dos céus, 5 - cultivar a sabedoria e a sinceridade. (ARAÚJO, 2023; VALERO, 2014).

Valero (2014) acredita que por causa desses valores existe na nação sul-coreana a força de vontade para obter êxito e para superar os próprios limites, o que torna a população trabalhadora e dedicada, porém, há contrapontos: existem no país longas jornadas de trabalho e somente quinze dias de férias por ano. Os estudantes também possuem jornadas extensas e exigentes, que acarretam uma forte pressão competitiva, estresse, altas taxas de suicídio e pouco tempo de lazer.

Além dessas disparidades, comuns em uma sociedade com um mercado de trabalho competitivo, a Coreia do Sul possui grandes contrastes em termos visuais. Tomando como exemplo a capital Seul, Kim (2008, p. 11) comenta:

O tradicional e o moderno se confundem, misturando na paisagem da capital coreana, sem jamais se anular. Construções imperiais, de telhados sinuosos e com um perfume do passado resistem ao tempo e à modernidade que chega, devastadora, dando corpo aos arranha-céus modernos que levantam-se um a um. A ambigüidade faz do local um grande atrativo turístico, com potencial para agradar a qualquer viajante.

Com base no que foi discutido, as diferenças entre o Brasil e a Coreia do Sul são notáveis. Dessa forma, podemos nos perguntar: como o K-pop poderia ter conseguido chegar ao Brasil e gerar fãs no país estrangeiro? Para responder essa questão, a reflexão acerca de conceitos como cultura, consumo, globalização e identidade pode nos ajudar.

## **2.2 Cultura e Formas Simbólicas**

Antes de mergulhar na cena musical pop sul-coreana – a Cultura K-popper –, é importante discorrer sobre alguns conceitos prévios. Primeiramente, o que seria cultura?

Adotando a definição de cultura por Thompson (2011), tem-se duas concepções: a cultura descritiva e a cultura simbólica. A primeira define o termo como um conjunto que inclui valores, crenças, costumes, convenções e hábitos de um agrupamento, contidos em uma sociedade específica ou um dado período cronológico. Já a segunda descreve o termo como a

maneira que os seres interpretam, apropriam e utilizam diversos símbolos (textos, imagens, linguagens, entre outros) para si e com outros. Avançando em sua definição do conceito, Thompson (2011) apresenta uma terceira concepção, que utiliza as outras duas como base: a concepção estrutural. Haja vista que cultura também pode ser a maneira com a qual os seres interagem com símbolos (como visto na concepção simbólica), o autor acrescenta que é relevante considerar também o fato de os seres estarem inseridos em contextos estruturados. Ou seja: o contexto sócio-histórico da pessoa também afeta a maneira como ela interage com as formas simbólicas.

Por exemplo, a imagem do arroz e de seus usos para um brasileiro é diferente da visão que um sul-coreano teria. Da mesma forma, o K-pop para o sul-coreano é diferente do K-pop para o brasileiro. De forma mais específica, ainda que na mesma nação, o K-pop para o paulista e para o fortalezense são vivenciados de formas diferentes. Por isso, podemos dizer que um mesmo objeto (o arroz ou o K-pop, por exemplo) é visto e experienciado diferentemente por pessoas que possuem contextos sócio-históricos diferentes.

Quando se utiliza a palavra “experiência”, partindo da concepção de Bondía (2002, p. 21), entende-se que: “A experiência é o que nos passa, o que nos acontece, o que nos toca. Não o que se passa, não o que acontece, ou o que toca”. Dessa forma, por meio do uso do pronome oblíquo “nos”, Bondía (2002) afirma que a experiência é um acontecimento que atravessa cada sujeito de forma singular. Com outras palavras, a experiência de cada sujeito é singular. Explicando didaticamente, Bondía (2002, p. 27) complementa:

Se a experiência não é o que acontece, mas o que nos acontece, duas pessoas, ainda que enfrentem o mesmo acontecimento, não fazem a mesma experiência. O acontecimento é comum, mas a experiência é para cada qual sua, singular e de alguma maneira impossível de ser repetida.

Portanto, é possível inferir que o contexto sócio-histórico diverso torna singular a maneira como os sujeitos visualizam e interpretam as formas simbólicas, as quais podem ser encontradas tanto em conversas entre pessoas, sendo transmitidas “boca-a-boca”, como também por intermédio dos meios de comunicação, que possuem tipos diversos de transmissões. Por exemplo, o rádio transmite apenas formas sonoras, a televisão transmite formas audiovisuais e os jornais ou os livros transmitem formas escritas. (THOMPSON, 2011).

Antes do desenvolvimento tecnológico necessário para a criação dos meios de comunicação de massa, as formas simbólicas estavam presentes na interação face-a-face. Por isso, os símbolos disponíveis para a interação entre as pessoas, que formariam com eles um repertório cultural e uma identidade própria, dependiam da proximidade física. No geral, esse

material simbólico podia ser encontrado na interação entre a família ou a vizinhança, o que revela o tipo de agrupamento da época: o agrupamento por proximidade. Dessa forma, nota-se também que as pessoas se agrupavam considerando a proximidade física. (THOMPSON, 1998).

Ao afirmar que, a partir do contato com as formas simbólicas próximas geograficamente, as pessoas construíaam a sua própria identidade – tanto como indivíduos quanto como grupo –, mostra-se necessário discorrer sobre o termo “identidade”.

Em relação a isso, Castells (1999, p. 22) define o termo como “a fonte de significado e experiência” de uma pessoa e/ou de um povo. Ou seja, a construção de uma identidade depende da experiência e da vivência do indivíduo e/ou de um grupo de sujeitos. Aprofundando reflexões acerca desse conceito, o autor comenta que a identidade resulta de um processo de construção que depende do contato com formas simbólicas, as quais perpassam pelo ser para que seja possível o desenvolvimento de uma autorrepresentação.

Como cada local possui uma cultura diferente – formas simbólicas diversas, diferentes maneiras de interpretá-las e contextos sócio-históricos específicos –, o processo da construção identitária é único para cada um (tanto para o indivíduo, como para um grupo de pessoas). Por exemplo, a identidade K-popper pode ser tanto grupal, englobando características comuns de todos os fãs do K-pop, como também pode ser uma identidade e experiência singulares: cada sujeito tem sua própria experiência do que é ser K-popper.

Considerando também que uma pessoa interage com uma grande quantidade de material simbólico diariamente, é importante ressaltar que nem tudo vai atravessar o sujeito. Algumas informações vão passar despercebidas. Sobre isso, Castells (1999) aponta que alguns símbolos podem prevalecer sobre outros na identidade do indivíduo. Tudo isso depende do que chama atenção aos olhos de cada um. Exemplificando, alguém que não se interessa por futebol pode se deparar com notícias relativas a jogos do esporte, mas ignorá-las por causa da falta de interesse no tema. De forma diferente, um fã de futebol vai consumir esse material com fervor.

Ainda a respeito da identidade, pode-se afirmar que ela está em processo de formação ao longo da vida inteira, permanecendo incompleta. De acordo com Hall (2000), essa incompletude gera uma sensação inconsciente que motiva as pessoas a buscar o preenchimento, o que parece ser possível a partir do contato com o que está externo ao sujeito. Porém, vale ressaltar que essa busca é infinita, pois a identidade, como já dito, sempre está em processo de construção.

Todo esse cenário se potencializa a partir do desenvolvimento tecnológico. Com o surgimento dos meios de comunicação de massa, que oferecem mais eficiência do que uma

transmissão boca-a-boca, Thompson (2011) expõe que as formas simbólicas adquiriram o potencial de serem transmitidas para uma grande quantidade de indivíduos ao mesmo tempo.

Contudo, tirando proveito desse novo mecanismo, Thompson (1998) afirma que as formas simbólicas não são somente transmitidas por esses meios: elas passam a ser criadas, desenvolvidas e mercantilizadas. Dessa forma, a cultura se torna mercadoria, e os sujeitos, consumidores. Porém, ressalta-se que, além da cultura, objetos consumíveis – ou bens – começam a ser ofertados pelos meios ao mesmo tempo em que transmitem mensagens a partir deles.

No cenário desta sociedade consumidora, “Os consumidores ocupavam agora um mundo preenchido por bens que encarnavam mensagens” (MCCRACKEN, 2003, p. 40). A partir disso, McCracken (2003) supõe que a identidade não só é construída através do consumo, mas também o consumo expressa a identidade de um indivíduo. Para o autor, neste cenário, o consumo passa a definir culturalmente uma pessoa – pelo menos o sujeito ocidental. Em outras palavras: o que é consumido pode dizer muito – ou talvez tudo – sobre quem o consome.

Miller (2013) vai além disso. Criticando a análise semiótica, o autor acredita que os objetos – tendo o foco de sua pesquisa na indumentária – não somente definem ou representam as pessoas, na verdade, eles as constituem: as pessoas vestem as roupas, ou são as roupas que as vestem? Nesse caso, os objetos são apresentados ativamente na conceitualização do sujeito. Sobre a análise semiótica, Miller (2013, p. 22) argumenta:

O problema da semiótica é que ela faz das roupas meros servos, cuja tarefa é representar o imperador - o sujeito humano. As roupas obedecem às nossas ordens e nos representam no mundo exterior. Em si mesmas, são criaturas sem valor, superficiais, de pouca consequência, simples trechos inanimados.

Para o autor, as pessoas não necessariamente fazem as coisas: as coisas também fazem as pessoas. É uma relação de simbiose. A humanidade, desde o início, precisou dos objetos para a sobrevivência no mundo. Talvez, toda essa relação entre os objetos e as pessoas só tenha se tornado mais forte e profunda a partir do desenvolvimento de uma sociedade consumidora.

Na visão de Miller (2013), os objetos e as formas simbólicas, que fazem parte da construção identitária, não somente representam o sujeito, mas fazem dele quem ele é. As pessoas são quem são por causa do que consomem material e simbolicamente.

Essas mudanças na relação dos sujeitos com as formas simbólicas e os objetos findam por embaçar as fronteiras entre cultura, consumo e cotidiano. Tudo isso tem como estopim a Revolução do Consumo.

### 2.3 A Revolução do Consumo e a Sociedade de Consumidores

É amplamente debatido nos livros de História o quão importante e transformadora foi a Revolução Industrial. Contudo, a “grande transformação” no universo ocidental ocorreu não somente com ela: houve também uma “Revolução do Consumo”. Esta representou alterações nos gostos, nas preferências, nos hábitos de compra e na cultura do mundo. (MCCRACKEN, 2003).

Além disso, McCracken (2003) argumenta que a tal Revolução do Consumo é um fenômeno que modificou os conceitos ocidentais de tempo, espaço, sociedade, indivíduo, família e Estado. Por isso, o autor ressalta uma forte relação de dependência e de mutualidade entre a cultura ocidental, os bens e as práticas de consumo. Sobre isso:

O consumo moderno foi a causa e a consequência de tantas mudanças sociais que sua emergência marcou nada menos que a transformação do mundo ocidental. Como sugeriu um historiador, o aparecimento da “revolução do consumo” rivaliza apenas com a revolução neolítica no que toca à profundidade com que ambas mudaram a sociedade. (MCCRACKEN, 2003, p. 21).

Featherstone (1995) considera importante focalizar no crescimento de uma “cultura” de consumo, não simplesmente afirmar que o consumo é uma mera consequência da produção – ou da Revolução Industrial.

Seguindo a mesma linha de Featherstone (1995), McCracken (2003) entende que o consumo – tal como se visualiza na contemporaneidade – teve o seu nascimento na Inglaterra, no século XVII. Neste período, a nobreza elizabetana gastava de forma desenfreada por causa da persuasão da rainha Elizabeth, a qual tinha o intuito de empobrecer os nobres para poder lhes dar dinheiro, deixando-os dependentes da realeza.

Além de gastar pelas demandas da rainha, os nobres também gastavam em si mesmos, buscando manter uma aparente imagem de riqueza para que o povo não desconfiasse do empobrecimento. Isso gerou uma mudança nos objetivos e sentido do consumo.

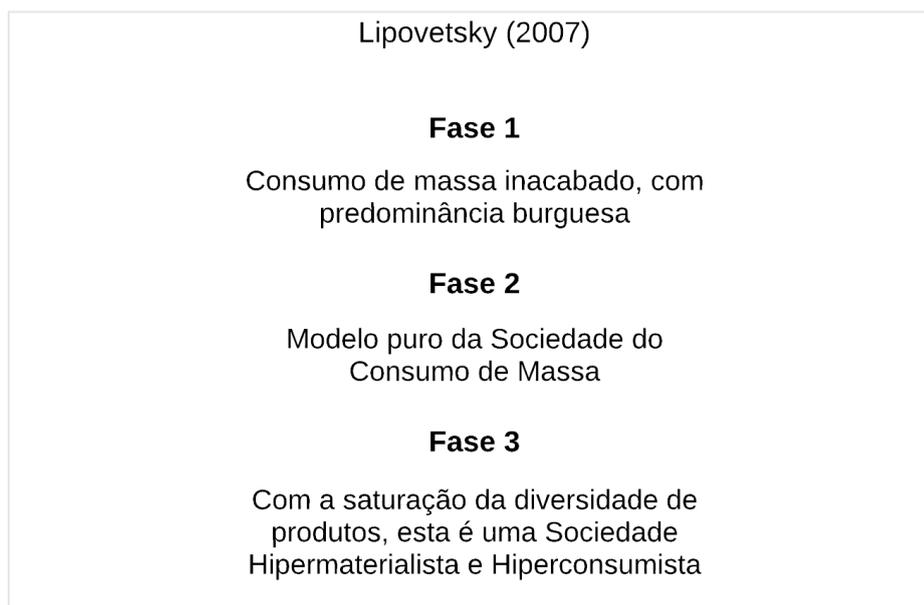
Anteriormente, o consumo era familiar: as compras eram feitas para a construção de uma imagem para a família, assim como para a definição do *status* do grupo inteiro. Ressalta-se que essa imagem e esse *status* abrangiam não só os vivos como também parentes falecidos e os que ainda iriam nascer. Por isso, caso o sujeito falhasse em enaltecer a imagem de sua família, ele seria uma desonra e uma vergonha tanto para seus antepassados, como para seus sucessores.

Porém, o novo consumo da nobreza – com gastos muito maiores – fez o nobre gastar mais para si mesmo, procurando desenvolver um *status* para si próprio em detrimento de sua

família. Futuramente, essa característica também seria visualizada no povo, algo que perdura nos tempos contemporâneos: o consumo individual e o enfraquecimento do poder ou influência da família. Contudo, no tempo histórico em questão, esse consumo que estava nascendo ainda não era democratizado, sendo somente manifestado nas classes sociais mais altas – a nobreza. De acordo com McCracken (2003), somente no século XVIII seriam vislumbrados o “nascimento” de uma sociedade de consumidores e o berço da cultura de consumo. Neste novo cenário, as classes sociais mais baixas entram na dinâmica do consumo.

Sob uma perspectiva divergente, Lipovetsky (2007) argumenta que o “nascimento” de uma sociedade de consumidores só acontece no final do século XIX. O autor divide a história dessa nova sociedade em três fases (Figura 2). A primeira se inicia por volta dos anos 1880 e termina com a Segunda Guerra Mundial. Nesse período, os pequenos mercados locais começaram a se transformar em grandes mercados nacionais graças a infraestruturas modernas de transporte e de comunicação, tendo como exemplo o telefone, o telégrafo e as estradas de ferro.

Figura 2 - As fases da Sociedade de Consumidores



Fonte: Elaborada pelo autor.

Além disso, na Fase 1, surgem máquinas de fabricação que aumentam a produtividade da confecção de bens com custos mais baixos, abrindo caminho para a produção em massa. Sobre isso, Lipovetsky (2007, p. 27) assevera: “Assim, as técnicas de fabricação com processo contínuo permitiram produzir em enormes séries mercadorias padronizadas que, embaladas em pequenas quantidades e com nome de marca, puderam ser distribuídas em escala

nacional, a preço unitário muito baixo”. O lucro passa a ser almejado não por meio do aumento do preço de venda, mas sim pela redução. Isso tudo acontece para que seja possível pôr “os produtos ao alcance das massas: a era moderna do consumo é condutora de um projeto de democratização do acesso aos bens mercantis” (LIPOVETSKY, 2007, p. 28).

Além do foco na acessibilidade dos produtos, Featherstone (1995) expõe que a expansão da produção capitalista necessitou também da “educação” de seu novo público de consumidores. Acerca dessa percepção, Lipovetsky (2007, p. 28-29) comenta:

O capitalismo de consumo não nasceu mecanicamente de técnicas industriais capazes de produzir em grandes séries mercadorias padronizadas. Ele é também uma construção cultural e social que requereu a ‘educação’ dos consumidores [...] Ao desenvolver a produção de massa, a fase 1 inventou o marketing de massa bem como o consumidor moderno.

A partir desse pensamento, infere-se que as pessoas não nascem consumidoras, mas são educadas a consumir: o mercado cria o consumidor. Considerando que anteriormente o comum era preparar suas próprias vestes e seus próprios objetos do cotidiano (ou pelo menos, boa parte deles), Sennett (2006) afirma que os sujeitos precisaram deixar de pensar como artesãos para que fossem “educados” para a dinâmica do consumo. Featherstone (1995) acrescenta que essa educação aconteceu por meio da publicidade e da mídia. Por isso, para engatar a venda em massa, Lipovetsky (2007) expõe que as empresas investiram enormes orçamentos em publicidade.

Douglas e Isherwood (2006) discorrem que a publicidade tem uma função bem essencial: a de viabilizar o código do sistema de consumo para a sociedade. Isso só é possível graças ao grande alcance que ela pode ter por intermédio dos meios de comunicação de massa, os quais facilitam o acesso a esse código, fazendo com que os indivíduos “socializem para o consumo” de forma semelhante. O sistema publicitário, ao reproduzir em seus anúncios a vida social, condiciona o modo de uso dos bens ao mesmo tempo em que apresenta para as pessoas esses produtos e serviços como necessidades. Dessa forma, os desejos pelos bens são confeccionados como parte do cotidiano social. Consumir se torna uma necessidade.

Mesmo com todos os esforços, a Fase 1 não conseguiu alcançar a democratização do acesso aos bens mercantis. Os produtos ainda estavam um pouco caros para que fossem consumidos massivamente. Por isso, “A fase 1 criou um consumo de massa inacabado, com predominância burguesa” (LIPOVETSKY, 2007, p. 29).

Outro aspecto importante que surgiu na Fase 1 foi a invenção do comércio de massa, impulsionado pelo grande magazine – como diz Lipovetsky (2007) – ou lojas de departamento – como diz McCracken (2003). Com base em novas políticas de venda sedutoras e agressivas,

o grande magazine, citado por Lipovetsky (2007), representa o início de uma distribuição de massa. Neste ambiente, devido aos preços baixos, os bens, que antigamente eram reservados à elite, tornam-se artigos de consumo de massa destinados à burguesia (a classe social que conseguia consumir).

Além disso, o grande magazine ou as lojas de departamento criaram a imagem do que é um espaço para consumir. Por isso, esses locais “foram agentes de difusão, funcionando como vastas salas de aula nas quais os cidadãos do século XIX podiam aprender as artes e as habilidades de seu novo e vital papel como consumidores. A revolução do consumo não podia estar melhor instalada” (MCCRACKEN, 2003, p. 51).

Sobre os grandes magazines e as publicidades, Lipovetsky (2007, p. 31) comenta:

Paralelamente, por intermédio de suas publicidades, de suas animações e ricas decorações, os grandes magazines puseram em marcha um processo de “democratização do desejo”. Ao transformar os locais de venda em palácios de sonho, os grandes magazines revolucionaram a relação com o consumo [...] Impressionar a imaginação, despertar o desejo, apresentar a compra como um prazer, os grandes magazines foram, com a publicidade, os principais instrumentos da elevação do consumo a arte de viver e emblema da felicidade moderna.

Por isso, consumir se torna uma arte de viver e a representação da felicidade. Com o fortalecimento do processo de democratização do consumo e dos desejos, inicia-se a Fase 2 de Lipovetsky (2007).

## **2.4 A Sociedade do Consumo de Massa**

Somente após o final da Segunda Guerra Mundial, por volta de 1950, é que se estabelece uma nova fase da história do consumo. Construída ao longo de três décadas do pós-guerra, a Fase 2 também pode ser caracterizada por um excepcional crescimento econômico e uma elevação do nível de produtividade do trabalho. É nesta fase que “os sonhos do Eldorado consumista” são democratizados, tendo em vista que o poder de compra dos salários foi multiplicado por três ou quatro vezes. Por isso, a Fase 2 “apresenta-se como o modelo puro da ‘sociedade do consumo de massa’” (LIPOVETSKY, 2007, p. 32). Pela primeira vez, camadas sociais cada vez mais vastas conseguiram ter acesso a uma demanda material mais individualizada e a um modo de vida antes comum somente para as elites. Ademais, a difusão do crédito permitiu que as massas pudessem “realizar seus sonhos” ou “alcançar sua felicidade” sem demora.

Além de uma maior redução dos preços e da elevação dos volumes de produção e distribuição, as palavras-chave nas organizações industriais na Fase 2 passam a ser:

especialização, padronização e repetitividade. Graças à automatização e às linhas de montagem, tornou-se possível fabricar produtos padronizados em enorme quantidade. (LIPOVETSKY, 2007).

Vale ressaltar que, na sociedade de consumidores, essas palavras-chave comuns no processo de produção das mercadorias abrangem também a produção cultural. Ortiz (2006) revela uma dinâmica de “mercantilização de cultura”, que trata da produção de materiais simbólicos para o consumo dos sujeitos. Essa produção se apropria de técnicas utilizadas na indústria fabril – produção padronizada em série e em larga escala – com a finalidade de criar e transmitir formas simbólicas ou culturais, construindo uma cultura de massa. Ressalta-se que essa produção cultural é regida pelo mesmo objetivo de qualquer indústria na sociedade de consumo: a venda de produtos. Ou seja, a cultura também se torna uma mercadoria e as pessoas se tornam consumidoras de cultura. Neste cenário, surge o conceito de indústria cultural, proposto por Adorno e Horkheimer (2002), cuja descrição será aprofundada em seções posteriores do capítulo.

Mediante a aquisição de mercadorias, que estão em constante expansão, as satisfações dos indivíduos são maximizadas. Porém, o interessante para essa nova sociedade é que seja consumido além do necessário, superando essa maximização de satisfações e administrando os excessos. Por isso, de acordo com Featherstone (1995), ambientes como *resorts*, *shoppings*, lojas de departamentos, parques temáticos e estádios esportivos são criados para serem locais que potencializam o consumo e endossam os prazeres do excesso. Nesses espaços, as fronteiras entre arte e vida cotidiana são confundidas. Associando atividades festivas e divertidas ao ato de comprar e ao cotidiano, os novos espaços para o consumo apresentam aos sujeitos a possibilidade de realização de sonhos tidos como impossíveis.

Os *shopping centers*, por exemplo, são ambientes criados para o consumo, dispõem de muitos elementos atrativos: são climatizados, são coloridos, têm seguranças, têm música animada tocando ao fundo, hospedam diversas atrações lúdicas (musicais, teatrais, cinematográficas etc.) acontecendo simultaneamente e, não menos importante, possuem uma grande diversidade de comidas e de produtos que esperam ser consumidos. Dessa forma, é notável que consumir e se divertir se tornam praticamente sinônimos.

Além desses espaços festivos, o consumo é potencializado com o auxílio da mídia, do design, da publicidade, dos vídeos e do cinema – todos inseridos nos meios de comunicação de massa. Essas ferramentas criam e difundem massivamente imagens e bens a serem consumidos. Para engatar vendas, as mercadorias também passam a ser apresentadas com enfoque em mensagens ou imagens que carregam. Featherstone (1995) aponta o uso de

associações e ilusões culturais nos produtos. Por meio da publicidade, são fixadas “imagens de romance, exotismo, desejo, beleza, realização, comunalidade, progresso científico e a vida boa nos bens de consumo mundanos, tais como sabões, máquinas de lavar, automóveis e bebidas alcoólicas” (FEATHERSTONE, 1995, p. 33). Ou seja, um sabonete, por exemplo, deixa de ser comprado somente para lidar com a higiene pessoal. A publicidade torna comum a criação de associações como: se você consumir esse sabonete, você será bonito, desejável e feliz.

Outro método utilizado para aumentar o consumo é o do descarte do que já foi comprado. Para facilitar o processo de descarte, Sennett (2006) argumenta que os produtos passam a ser feitos para durar pouco: há uma “obsolescência planejada” e, junto a isso, menciona o surgimento do “motor da moda”: a vontade de consumir o que estiver mais atualizado ou “na moda”. Dessa forma, os sujeitos passam a descartar objetos com mais frequência e, conseqüentemente, passam a consumir novos produtos no mesmo ritmo. Por isso, as mercadorias se tornam efêmeras.

Importa ressaltar que a mercadoria imaterial (audiovisual, musical, valores culturais de certa sociedade etc.) não está fora da dinâmica da moda. Por exemplo, por volta dos anos 1970 e 1980, o *disco music* era o estilo musical mais consumido. Por essa razão, consumir esse tipo de música naquele período era sinônimo de “estar na moda”. Com o passar do tempo, as canções com sonoridade *disco* tornaram-se obsoletas e novas tendências musicais tomaram o lugar de sucesso para si mesmas. Contudo, entre o final dos anos 2010 e o começo dos anos 2020, uma grande gama de novos artistas colocou fortes influências sonoras do *disco* em seus lançamentos. Dessa forma, o estilo musical que vinha sendo considerado obsoleto ou fora de moda entrou novamente nas tendências. Como exemplo disso, tem-se a cantora britânica Dua Lipa (Figura 3, no lado esquerdo), cujo premiado álbum “Future Nostalgia”, lançado em 2020, teve inspirações diretas em Madonna (Figura 3, no lado direito). (SANTA HELENA, 2020).

Com isso, observa-se que formas simbólicas mercantilizadas na sociedade de consumidores podem variar entre os estados de obsolescência e de tendência ou moda. Haja vista o desenvolvimento do “motor da moda”, Lipovetsky (2007) comenta que surge na Fase 2 a diferenciação dos mercados. O marketing de massa super padronizado da Fase 1 é sucedido por estratégias de segmentação de mercado, centradas na idade e nos fatores socioculturais. Em outras palavras, bens criados especificamente para uma faixa-etária ou uma classe social são produzidos e distribuídos para o mercado, que deixa de ter somente produtos padronizados para o consumo de uma “massa indiferenciada”. Essa nova produção utiliza a lógica fordista de padronização e repetitividade, mas a segmenta seguindo uma lógica-moda diferenciada para certos grupos sociais.

Em síntese, sobre a Fase 2 da história do consumo, Lipovetsky (2007, p. 34-35) discorre:

Ao longo dessa fase edifica-se, propriamente falando, a “sociedade de consumo de massa” como projeto de sociedade e objetivo supremo das sociedades ocidentais. Nasce uma nova sociedade, na qual o crescimento, a melhoria das condições de vida, os objetos-guias do consumo se tornam os critérios por excelência do progresso. Incrementar o PNB e aumentar o nível de vida de todos figura como “ardorosa obrigação”: toda sociedade se mobiliza em torno do projeto de arranjar um cotidiano confortável e fácil, sinônimo de felicidade [...] Eis um tipo de sociedade que substitui a coerção pela sedução, o dever pelo hedonismo, a poupança pelo dispêndio, a solenidade pelo humor, o recalque pela liberação, as promessas do futuro pelo presente.

Antes da sociedade de consumidores, Bauman (2008) comenta ter existido uma sociedade de produtores, na qual havia um foco no futuro. Os membros dessa sociedade lapidavam seus próprios futuros a partir da valorização de coisas a “longo-prazo” e da negação do prazer imediato. De forma divergente, a sociedade de consumidores tem seu foco no presente, o que desenvolve a valorização do que é momentâneo e efêmero e da busca pelo prazer. Essa nova sociedade administra o espírito de seus membros para prepará-los para seu novo hábitat, que é estruturado em torno dos *shoppings* e das ruas – onde os produtos comprados podem ser exibidos.

Figura 3 - Dua Lipa e Madonna



Fonte: Miller (2020).

Bauman (2008) também expõe que viver em dívidas é o padrão de vida almejado e naturalizado na sociedade de consumidores. Isso é explicável a partir do “foco no presente” que os sujeitos possuem, tendo em vista que passam a consumir para saciar os prazeres do momento

sem a necessidade de esperar, afinal, para quê guardar dinheiro para uma compra futura (um investimento) se é possível gastar tudo agora?

Para o autor, o único investimento que existe nessa sociedade é o da obtenção de mercadorias com o intuito de aprimorar uma imagem de si próprio, o que se assemelha ao que aconteceu com os nobres elizabetanos do século XVII: enquanto objetivavam a criação de uma imagem venerável de *status* para si próprios, findaram consumindo excessivamente e se endividando. Tendo isso em vista, Bauman (2008) argumenta que os sujeitos, enquanto buscam construir uma imagem de si mesmos por meio do consumo, também se tornam mercadorias na sociedade de consumidores. Na realidade, o objetivo do consumo na sociedade “não é a satisfação de necessidades, desejos e vontades, mas [...] elevar a condição dos consumidores à de mercadorias vendáveis” (BAUMAN, 2008, p. 76).

Considerando que consumir é investir em si mesmo, na afiliação social de si, Bauman (2008) afirma que as mercadorias adquiridas, cada qual com seu próprio valor de investimento, agregam valores ao comprador. Nesse cenário, os humanos se tornam mercadorias e a sociedade remodela-se à semelhança do mercado.

Tendo como base o foco que as pessoas passam a ter no presente, deixando os ideais de futuro – e até mesmo de passado – em segundo plano, Morin (1981, p. 157) aponta que o mercado e os meios de comunicação de massa começam a juvenilizar a cultura: “Assim, a cultura de massa desagrega os valores gerontocráticos, acentua a desvalorização da velhice, dá forma à promoção dos valores juvenis, assimila uma parte das experiências adolescentes”. A velhice passa a ser desvalorizada e o foco das mensagens transmitidas pelos meios de massa se voltam para a juventude, transformando-a em um produto desejado e valorizado pela sociedade em geral. Ou seja, todo mundo passa a querer ser jovem; vários produtos são consumidos para agregar juventude ao consumidor. Lipovetsky (2007, p. 35) também afirma que é desenvolvido um foco na cultura e imagem jovem. Sobre isso:

Música rock, quadrinhos, *pin-up*, liberação sexual, *fun morality*, design modernista: o período heróico do consumo rejuvenesceu, exaltou, suavizou os signos da cultura cotidiana. Através de mitologias adolescentes, liberatórias e despreocupadas com o futuro, produziu-se uma profunda mutação cultural.

Enquanto a obsolescência programada dos bens continua a agir de forma cada vez mais acelerada, a publicidade e as mídias exaltam os prazeres do agora, deslegitimando os ideais de sacrifício e os imperativos rigoristas em benefício dos gozos individuais. O dilúvio de signos preenchidos por hedonismo e por jovialidade e transmitidos pelos meios de massa por

intermédio da publicidade e dos objetos para consumo enaltece o ideal da “vida no presente”. (LIPOVETSKY, 2007).

Quando Lipovetsky (2007) usa o termo “dilúvio” não está exagerando. Já no começo dos anos 1960, uma família norte-americana regular era bombardeada com cerca de 1500 mensagens por dia. Com o passar do tempo, tal quantidade de mensagens endereçadas aos consumidores se tornou cada vez maior. Um exemplo disso em tempos mais atuais pode ser visualizado a partir da Times Square (Figura 4) nos Estados Unidos, onde é difícil perceber todos os anúncios presentes no ambiente devido ao enorme número de informações expostas simultaneamente.

Além da mídia física, o desenvolvimento do mundo *on-line* na atualidade potencializou a quantidade de mensagens dispostas no campo de visão do consumidor. Navegando pelas redes sociais, há tanta informação que não é possível mensurar de forma certa a quantidade. As mercadorias e as mensagens que endossam o consumo estão em todo lugar. De fato, é um dilúvio. A cada vez mais poderosa dinâmica de comercialização transformou o consumo “em estilo de vida, em sonho de massa, em nova razão de viver. A sociedade de consumo criou em grande escala a vontade crônica dos bens mercantis, o vírus da compra, a paixão pelo novo, um modo de vida centrado nos valores materialistas” (LIPOVETSKY, 2007, p. 36).

Figura 4 - Times Square



Fonte: Civitatis (2021).

Indo de acordo, Bauman (2008) acredita que consumir se torna vocação e motivo de viver para os membros da sociedade de consumidores. Antes mesmo de aprender a ler, a criança já é treinada para o consumo. Além disso, o autor argumenta que, para alcançar o sucesso – social, profissional e individual –, participar dos preceitos dessa sociedade (consumir) é a única opção. Dessa forma, consumir se torna direito humano universal. Com todo o poder que o consumo detém, é notável que o mercado possui soberania até mesmo em contextos

políticos, o que faz do Estado um executor dos desejos do mercado, buscando constantemente estimular as rodas do objeto de maior importância para a sociedade capitalista. Faz-se referência à economia.

Para fins de exemplificação, pode-se refletir sobre uma situação enfrentada durante o surto pandêmico do coronavírus. Com o intuito de reduzir a propagação da doença e o número de mortes, o isolamento social se tornou relutantemente a medida adotada por diversos países. Porém, este método foi abominado por grande parte da população e dos governantes que estavam mais preocupados com os efeitos que o isolamento poderia trazer para a economia. Com base nos dados de Truth Central, Economia... (2020), tem-se que a apreensão relacionada ao que poderia acontecer com a economia era a principal para 48% dos entrevistados, superando até mesmo o medo da perda de vidas, representado por 43% dos entrevistados. Ou seja, uma parcela relevante da população considerava a economia uma prioridade acima das vidas humanas.

Por isso, é notável a influência que a cultura do consumo exerce na sociedade. Para Douglas e Isherwood (2006), consumir é uma atividade ativa e constante no dia a dia, desempenhando um papel central como estruturadora de valores, relacionando-se também à construção de identidades, regulamentação das relações sociais e definição de mapas culturais. De fato, “A idéia de sociedade de consumo soa agora como uma evidência, aparece como uma das figuras mais emblemáticas da ordem econômica e da vida cotidiana das sociedades contemporâneas” (LIPOVETSKY, 2007, p. 23).

## **2.5 Luta pela Sobrevivência**

Ao considerar que, como afirma McCracken (2003, p. 40), os sujeitos estavam cada vez mais “rodeados por objetos carregados de sentido que só podiam ser lidos por aqueles que possuísem um conhecimento do código-objeto”, conclui-se que realmente houve um processo “educativo” para transformar os indivíduos em consumidores.

Contudo, não significa que as pessoas são apenas seres passivos e manipuláveis na sociedade de consumidores. Canclini (1999) assevera que, frequentemente, o termo “consumir” é associado a gastos inúteis e compulsões irracionais, um pensamento fundado provavelmente na ideia de que os meios de massa são entidades onipotentes que incitam as massas a se lançarem irrefletidamente sobre as mercadorias e as formas simbólicas.

Além disso, ainda há quem diga que a pobreza é culpa do indivíduo, o qual chega a ser considerado como alguém desprovido de senso crítico: “as pessoas compram televisores,

videocassetes e carros enquanto lhes falta casa própria” (CANCLINI, 1999, p. 75). A falta de discernimento do sujeito, que falha ao elencar suas próprias prioridades, o transforma em uma massa passiva. O papel do consumo nesse cenário é o de fomentar a criação de consumidores acríticos.

Tendo isso em mente, Canclini (1999) segue uma linha de pensamento contrária. Para o autor, na verdade, o consumo serve para pensar e os processos de consumo são mais complexos do que uma mera relação entre os meios onipotentes e as audiências dóceis. O autor também comenta que não há desejos erráticos porque o sujeito pensa antes de consumir e enquanto deseja. Ao considerar que cada pessoa interpreta o que consome a partir de um contexto específico e próprio, Canclini (1999, p. 77) define o consumo como um:

[...] conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos. Esta caracterização ajuda a enxergar os atos pelos quais consumimos como algo mais do que simples exercícios de gosto, caprichos e compras irrefletidas, segundo os julgamentos moralistas, ou atitudes individuais, tal como costumam ser explorados pelas pesquisas de mercado.

Ressalta, ainda, que os grandes agentes econômicos não são os únicos que modelam o consumo, criticando novamente teorias que superestimam a capacidade de determinação das empresas em relação aos consumidores e às audiências: as empresas não são onipotentes e o público não é passivo. É exatamente por isso que o consumo também é visto como um espaço “onde os conflitos entre classes, originados pela desigual participação na estrutura produtiva, ganham continuidade através da distribuição e apropriação dos bens” (CANCLINI, 1999, p. 78). Dessa forma, lembrando que os bens inicialmente eram acessíveis somente para as elites nobres e posteriormente para a burguesia, consumir se torna uma disputa para as camadas sociais mais simples. Os sujeitos destas camadas sociais disputam o acesso ao que sociedade produz e aos modos de uso de tais produtos.

Percebe-se que é claro o fato de que a dinâmica do consumo acontece de forma diferente para cada classe social, o que acarreta o surgimento de padrões de consumo diversos. Douglas e Isherwood (2006) entendem que esses padrões de consumo têm o poder de excluir. Assim sendo, quem não dispõe de muito dinheiro nem dos meios necessários para conseguir ingressar no sistema de códigos do consumo de maneira vasta está impossibilitado de aproveitar o mundo dos sonhos e dos prazeres.

Devido a uma cultura empresarial, a sociedade do consumo diz que o pobre só é pobre porque ele quer: “A noção keynesiana de que a pobreza é um problema do sistema que precisa de atenção é abandonada em favor de uma cultura empresarial que atribui ao pobre

individual a responsabilidade por seu próprio infortúnio” (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2006, p. 38).

Seguindo uma visão pessimista, Bauman (2008) argumenta que a sociedade de consumidores “interpela” seus membros basicamente na condição de consumidores e espera ser ouvida, entendida e obedecida. Quem seguir essa interpelação de forma adequada e com prontidão, será recompensado, quem não seguir, será penalizado. Por isso, o autor diz que obedecer aos preceitos dessa sociedade é a única escolha aprovada. Bauman (2008, p. 71) explica: “A ‘sociedade de consumidores’, em outras palavras, representa o tipo de sociedade que promove, encoraja ou reforça a escolha de um estilo de vida e uma estratégia existencial consumistas, e rejeita todas as opções culturais alternativas”.

É exatamente por isso que, quem não consegue agir de acordo com os preceitos dessa sociedade – não consegue consumir –, é considerado culpado por isso. Qualquer defesa além da incompetência ou da culpa do próprio indivíduo é posta em dúvida ou é invalidada porque se acredita que seguir a cultura de consumo é algo plenamente possível para qualquer pessoa. Dessa forma, os pobres não devem ser concebidos como pessoas que necessitam de assistência. Qual seria a penalidade para o sujeito que não consome? A exclusão da sociedade, ato que, eventualmente, pode resultar em morte. Consumir, ação frequente do cotidiano, torna-se uma luta pela sobrevivência. (BAUMAN, 2008).

Com o intuito de se manter vivo, Bauman (2008, p. 74) aponta que “[...] o pobre é forçado a uma situação na qual tem de gastar o pouco dinheiro [...] com objetos de consumo sem sentido, e não com suas necessidades básicas, para evitar a total humilhação social e evitar a perspectiva de ser provocado e ridicularizado”. Como consequência, “ser consumidor” transforma-se em algo tão importante para a sociedade que o exercício da cidadania é baseado na capacidade do indivíduo de ser um consumidor competente.

Em outras palavras, nessa nova dinâmica, a capacidade do sujeito como consumidor define o *status* de cidadão. Por isso, inserções do tipo “quem não consome, não é cidadão” se tornam cada vez mais reais. Bauman (2008) acredita que, nessa sociedade, quem não consome não tem valor por não ter conseguido investir em si os valores dos bens.

Com uma visão mais pessimista, o autor afirma que quem não consome não é nem considerado humano; o sujeito deve se provar um humano verdadeiro pois ser concebido por sua mãe não é o suficiente já que isso é algo accidental. Somente os produtos, seres superiores e divinos podem nos elevar à condição de humanos, pois eles “são os únicos capazes de realizar com perfeição, ou quase, os trabalhos que um ‘homem nascido de uma mulher’, mero efeito

colateral de natureza irremediavelmente contingente, iria fazer mal ou, de qualquer modo, realizar de forma vergonhosamente inferior” (BAUMAN, 2008, p. 78-79).

A partir de toda essa visão de Bauman (2008), questiona-se se, em vez de uma busca pela felicidade através do consumo e do livre arbítrio, o sujeito da sociedade de consumidores na verdade procura nas mercadorias simplesmente a sua salvação para poder se manter vivo e valeroso no cotidiano?

Outra questão que entra na luta pela sobrevivência – luta para poder consumir – é o trabalho. Com máquinas produzindo mecanicamente em larga escala diversas mercadorias, a força de trabalho do indivíduo fica desvalorizada e o emprego de várias pessoas se torna incerto e frágil. Além disso, para o manuseio dos produtos – seres superiores que podem realizar com perfeição o que um humano não conseguiria –, é necessário conhecer seus modos de uso. Conseqüentemente, quem não tem acesso às informações requisitadas é impossibilitado de encontrar facilmente um trabalho, assim, o acesso não democratizado à informação piora a condição de consumidor do sujeito. Sennett (2006) comenta que, com a Revolução Industrial e a Revolução do Consumo, a camada trabalhadora da sociedade ganha uma nova classe: a das pessoas que se encontram em setores informais ou “cinzentos” da economia.

Nesse cenário de empregos informais, os indivíduos conseguem sustento a partir de trabalhos fluidos, efêmeros e fragmentados. Para exemplificar, utiliza-se o tema desta pesquisa: há jovens que participam de grupos de dança *cover* nos quais encontram uma forma de sustento para a sobrevivência na sociedade de consumidores por meio das atividades do próprio grupo *cover*. Mesmo que ganhem pouco dinheiro – ou quase nada – a partir dessas ações, concorrem em competições e produzem vídeos para a Internet com o intuito de se estabelecerem no cenário, criarem uma imagem positiva de si mesmos para os outros e, eventualmente, garantir alguma forma de lucro.

De qualquer forma, como contrapartida, pode ser um erro fatal olhar para o consumo somente como um conceito carregado de negatividade e de pessimismo. Featherstone (1995, p. 32), a partir de sua visão sociológica, acredita que a pesquisa científica “deveria procurar ir além da avaliação negativa dos prazeres do consumo, herdada da teoria da cultura de massa”.

Ao relacionar o “ser consumidor” com o “ser cidadão”, Canclini (1999) observa que o mercado não é apenas um simples lugar de troca de mercadorias. Na verdade, é o lugar em que existem interações socioculturais mais complexas. Nesse cenário, “o consumo é visto [...] como a apropriação coletiva, em relações de solidariedade e distinção com outros, de bens

que proporcionam satisfações biológicas e simbólicas, que servem para enviar e receber mensagens” (CANCLINI, 1999, p. 90).

A partir da visão antropológica de Douglas e Isherwood (2006), pensa-se no consumo como um sistema de significação que supre a necessidade simbólica. Os bens podem ser afirmados como necessários para evidenciar e estabilizar categorias culturais e “a função essencial do consumo é fazer sentido, construindo um universo inteligível” (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2006, p. 16). Em outras palavras, o consumo usa os bens para tornar firmes e visíveis os processos utilizados para classificar pessoas e eventos.

É por isso que também visualiza-se o consumo como um código através do qual são traduzidas várias relações sociais. Dessa forma, este código permite classificar indivíduos, grupos, produtos e serviços. Em outras palavras, é possível dizer que consumir é como exercitar o sistema de classificação do mundo. Isso faz do consumo, de acordo com Douglas e Isherwood (2006), um processo cuja função primordial é fazer o fluxo incompleto de acontecimentos ter sentido. Neste processo, constroem-se “cercas” e “pontes” com as quais dá-se concretude e sentido ao mundo que cerca as pessoas.

Ao efetuar gastos suntuosos para rituais e celebrações, “os grupos selecionam e fixam - graças a acordos coletivos - os significados que regulam a sua vida. Os rituais servem para ‘conter o curso dos significados’ e tornar explícitas as definições públicas do que o consenso geral julga valioso” (CANCLINI, 1999, p. 82). Ainda sobre os rituais, o autor continua:

Os rituais eficazes são os que utilizam objetos materiais para estabelecer o sentido e as práticas que os preservam. Quanto mais custosos sejam esses bens, mais forte será o investimento afetivo e a ritualização que fixa os significados a eles associados. Por isso, eles definem muitos dos bens que são consumidos como “acessórios rituais”, e vêem o consumo como um processo ritual cuja função primária consiste em “dar sentido ao fluxo rudimentar dos acontecimentos”. (CANCLINI, 1999, p. 82-83).

Em síntese, o consumo finda relacionando-se com o próprio sentido da vida de um indivíduo. Para que o sujeito possa se construir e se distinguir dos demais – e se comunicar com eles –, os objetos também servem para pensar: a compra de objetos e a escolha de sua distribuição por lugares específicos da casa “são os recursos para se pensar o próprio corpo, a instável ordem social e as interações incertas com os demais. Consumir é tornar mais inteligível um mundo onde o sólido se evapora” (CANCLINI, 1999, p. 83).

Apesar disso, nem todos podem usufruir dos benefícios do consumo, pois o acesso às mercadorias e aos meios é desequilibrado. Os pontos positivos só poderão superar os

negativos para a sociedade geral por meio do desenvolvimento de uma nova dinâmica do consumo que seja mais humanizada e inclusiva.

Com enfoque na reflexão de Canclini (1999), segundo o qual o consumo age na construção individual e na distinção do outro, pensar-se em um exemplo relacionado ao tema desta dissertação. Um K-popper, ao consumir os produtos (materiais ou imateriais) advindos da música pop sul-coreana, cria a imagem do que é ser um K-popper. Cada agrupamento vai ter características próprias, produtos específicos que são consumidos, indumentária preferida e até mesmo gírias internas. Como visto em McCracken (2003) e Miller (2013), identidade e consumo são categoriais conectadas de forma profunda, principalmente na sociedade de consumidores.

Entretanto, quando a imagem do que é ser K-popper é criada, simultaneamente cria-se o que não é ser K-popper. Cada especificidade do agrupamento não só serve para a afirmação da identidade do grupo, como serve para a diferenciação dele em relação aos outros. Assim, com base no que foi visto, o roqueiro, o funkeiro, o *otaku* e o K-popper são agrupamentos distintos, cujas diferenças foram construídas por meio das particularidades no consumo de cada um.

É preciso deixar claro que as identidades não são estáticas, mesmo porque estão sempre em processo de formação; uma pessoa pode fazer parte de mais de um agrupamento e cada sujeito vai ter características únicas em sua identidade individual.

## **2.6 Indústria Cultural e Globalização**

Voltando a tratar do período da Fase 2, este tópico tem o consumo simbólico e imaterial como foco. A partir do desenvolvimento tecnológico, Thompson (2011) expõe que as formas simbólicas adquiriram o potencial de transmissão simultânea para uma quantidade massiva de pessoas através dos meios de comunicação de massa, os quais ofereceram mais eficiência do que uma simples transmissão boca-a-boca.

Neste cenário, conforme menção anterior, além dos bens materiais, a cultura passa a ser um produto para o consumo. Ainda de acordo com Thompson (1998), as formas simbólicas não só eram transmitidas por esses meios de longo-alcance, como eram produzidas e mercantilizadas. Nessa dinâmica de “mercantilização de cultura”, surge o conceito de indústria cultural, desenvolvido por Adorno e Horkheimer (2002), o qual faz referência à produção padronizada em série e à transmissão ou distribuição em larga escala de formas simbólicas para

as massas, processo similar ao de uma produção industrial. Como resultado disso, a cultura de massa, produzida para o consumo, chegou ao alcance das pessoas.

Assim como os produtos passaram a ser fabricados em uma diversidade maior para um público variado e menos massificado, a cultura de massa também adquiriu um grande leque de formas simbólicas disponíveis para o consumo. Para transmitir mensagens com mais variedade através dos meios de massa, a cultura de massa se apropria de formas simbólicas de diversas localidades. Ou seja, ela se utiliza de várias outras culturas existentes no planeta, todavia, esse leque cultural da cultura de massa passa pela seleção e pelo tratamento do mercado. Em virtude disso, o acesso que as pessoas possuem às culturas externas, transmitidas pelos meios, está moldado a partir de um prato cultural pré-definido e misturado pelo próprio mercado.

Em meio a uma saturação de formas simbólicas e mensagens, Featherstone (1995) comenta que a cultura na sociedade de consumidores passa por modificações. Em outras palavras, é possível afirmar que tudo na vida social é também cultural.

Eventualmente, por existir uma cultura acessível, surgiu também a elite, dona de uma alta-cultura, que menosprezava as produções midiáticas para as massas afirmando que estas não são sérias ou não são cultura de verdade. Em resumo, para a elite, a cultura de massa não possui valor algum. Contudo, Featherstone (1995, p. 34) ressalta que não há distinção de valores entre as culturas: “o reconhecimento de que o valor da cultura dos painéis luminosos de Las Vegas é equivalente ao da alta-cultura ‘séria’”.

Outra reflexão interessante acerca do acesso a outras culturas através dos meios de massa está relacionada ao surgimento de novas formas simbólicas na vida dos sujeitos para o desenvolvimento identitário. Anteriormente, como discorre Canclini (1999), eram os contextos familiares, os de bairro e os do trabalho que direcionavam os desvios nos gostos, nos interesses e nas escolhas para os gastos monetários. Considerando uma escala mais ampla, a cultura nacional tomava as rédeas da direção do consumo das pessoas.

A partir da cultura de massa e dos meios de comunicação, Canclini (1999) argumenta que as formas de organização da sociedade instauradas na modernidade (nações, classes, etc.) foram repensadas. Nesse sentido, o sujeito tem a possibilidade de desenvolver sua própria identidade através das formas simbólicas transmitidas pelos meios de massa. Por isso, a família e a localidade deixam de ser as únicas fontes de material para o consumo simbólico.

Entretanto, o conceito de indústria cultural, originalmente desenvolvido pela Escola de Frankfurt, considera que a produção da cultura de massa homogeneíza a população, ou seja, as especificidades de cada um são dissipadas por meio da exposição a essa cultura massificada e homogênea. Como consequência, põe em risco a individualidade e a criatividade dos sujeitos,

além de transformá-los em seres indiferenciados e passivos. Featherstone (1995, p. 34) aponta críticas a esse pensamento: para ele, a tendência da Escola de Frankfurt é vista como elitista e incapaz “de examinar processos reais de consumo que revelam reações e utilizações dos bens diferenciadas e complexas da parte do público”.

Diante de tais entendimentos, deduz-se que os indivíduos que consomem a cultura de massa não necessariamente se tornam uma massa homogênea e indiferenciada, que só aceita o que é transmitido a ela. Douglas e Isherwood (2006) atentam para o fato de que os consumidores devem ser percebidos além da fatídica imagem de marionetes passivas, indefesas, alienadas e invejosas. O ponto de vista do consumidor é cada vez mais levado em consideração, chegando a afetar o mercado. A comunicação entre os meios de massa e sua audiência, principalmente com o avanço tecnológico, não é unilateral. Ao considerar a população consciente e ativa em relação ao consumo, Canclini (1999, p. 79) comenta: “Se alguma vez esta questão foi território de decisões mais ou menos unilaterais, hoje é um espaço de interação, no qual os produtores e emissores não só devem seduzir os destinatários, mas também justificar-se racionalmente”. Desse modo, é notável que a audiência não vai aceitar qualquer coisa que seja exposta a ela. As pessoas têm vontade própria, podendo, inclusive, ser diferente da que o mercado espera.

Como exemplo, Canclini (1999) fala sobre uma música hipotética, que é produzida por motivações puramente estéticas. Essa canção pode gerar lucros ao alcançar uma repercussão massiva e ainda ser apropriada e modificada por algum movimento político, transformando-a em um recurso de identificação e de mobilização coletivas. Ou seja, os objetos não só podem possuir mais de um sentido, como o receptor pode mudar o sentido que o produtor originalmente pensou. As pessoas podem se apropriar das mercadorias e transformá-las em algo diferente da intenção original do mercado, provando que o público é ativo.

Com o passar do tempo, a partir do final dos anos 1970, iniciou-se a terceira fase da história do consumo nas sociedades desenvolvidas. Lipovetsky (2007) conta que, ao final do século XX, a sociedade de consumo de massa enfraqueceu.

A partir de inovações tecnológicas e do desenvolvimento de novos recursos da mídia, o mercado se tornou mais expressivo. Tomando como exemplo o surgimento da Internet para a sociedade, Severiano (2001) explica que as inovações propiciaram um cenário no qual os meios de massa conseguiram ter um potencial de alcançar sujeitos do planeta inteiro de forma rápida, desenvolvendo uma “integração universal”, também chamada de globalização. Hall (2000, p. 67) salienta que este termo “se refere àqueles processos, atuantes numa escala global, que atravessam fronteiras nacionais, integrando e conectando comunidades e organizações em

novas combinações de espaço-tempo, tornando o mundo, em realidade e em experiência, mais interconectado”.

Além de interconectado, Ortiz (2000) afirma que a globalização propicia uma sensação de que os locais, que antes pareciam estar distantes fisicamente, estivessem agora mais próximos, como se as distâncias geográficas fossem ignoradas. Neste cenário, com base em Ortiz (2000), nos meios de comunicação de massa se tornou expressiva a circulação de materiais como filmes, anúncios, músicas e séries das mais diversas origens. Toda essa variedade estava ao alcance das pessoas para o consumo. Por isso, a cultura de massa, padronizada e altamente difundida, enfraqueceu-se quando abriu espaço para esses outros tipos de produções.

O sujeito se viu, então, vivendo em um tempo de fraturas e heterogeneidades, com segmentações dentro de cada nação. A comunicação se tornou mais fluida devido à transnacionalidade crescente da informação, da moda e do saber. “Em meio a esta heterogeneidade encontramos códigos que nos unificam, ou que ao menos permitem que nos entendamos. Mas esses códigos compartilhados são cada vez menos os da etnia, da classe ou da nação em que nascemos” (CANCLINI, 1999, p. 85-86). É por essa razão que, mesmo sendo brasileiro, o sujeito consegue consumir e se identificar com formas simbólicas, disponíveis na Internet, provenientes de outras nações. Dessa forma, brasileiros de Fortaleza podem se reconhecer na cultura pop sul-coreana, por exemplo. O local de nascença e a cultura de massa deixam de ser as únicas fontes de inspiração para a construção identitária do indivíduo.

Com base no mundo globalizado, Thompson (1998) aponta que, mesmo que a construção da identidade seja cada vez mais alimentada por materiais simbólicos mediados – por vezes, oriundos de localidades distantes ou de outros países –, não significa que a conexão entre a formação e o local de origem foi destruída. Na realidade, argumenta que a conexão com o material simbólico da família ou da localidade geograficamente próxima foi simplesmente enfraquecida, gerando novas identidades que misturam o que é local com o que é tido como externo ou global. Canclini (1999) afirma que os sujeitos consumidores que encontram o seu pertencimento em códigos externos ao do país de origem, diluindo as lealdades nacionais, são frequentemente os jovens.

Por isso, Canclini (1999, p. 86) diz que uma nação é pouco definida por limites territoriais ou por história política, sobrevivendo mais como uma comunidade de consumidores, “cujos hábitos tradicionais fazem com que se relacione de um modo peculiar com os objetos e a informação circulante nas redes internacionais”. Isso é relacionável a Thompson (2011) que, ao discorrer sobre a concepção estrutural da cultura (apresentada no início do capítulo), atenta-se para o contexto sócio-histórico no qual um sujeito se insere: a recepção das mercadorias e

das formas simbólicas, para a construção da identidade, passa por uma reflexão e interpretação única do indivíduo porque cada um está inserido em um contexto diferente.

Nota-se que, com os meios de comunicação de massa, as formas simbólicas estão sempre em movimento, sendo transmitidas para uma diversa gama de sujeitos do mundo, cada qual em seu contexto específico. Consequentemente, depois do contato com várias pessoas, essas formas passam por mudanças e atualizações, tornando-se ainda mais diversas. Por exemplo, quando o K-pop chega à juventude brasileira, que possui contexto sócio-histórico diverso do da juventude sul-coreana, entende-se que essa cultura passa por uma interpretação e ressignificação única no solo sul-americano, diferente da dos jovens sul-coreanos. Em outras palavras, o K-pop no Brasil é diferente do K-pop na Coreia do Sul, pois, em cada um, as pessoas vivenciam contextos e hábitos diferentes.

Anteriormente, acreditava-se que uma nação continha tradições “autênticas” de seu povo, como se a cultura de um país fosse original e sem nenhum tipo de contato com algo externo. Ou seja, acreditava-se em culturas “puras”. Por isso, a entrada de formas simbólicas externas seria a destruição dessa pureza. Contudo, a cultura não é estática nem fechada em si mesma. Na perspectiva de Canclini (1999), não há culturas puras ou autênticas: elas são híbridas. Essa característica pode ter se fortalecido por meio do acesso à informação, facilitado pelas redes digitais. Nesse cenário, o contato com o externo foi potencializado de uma forma não experienciada antes, gerando símbolos transnacionais. Sobre isso, Canclini (1999, p. 86-87) discorre:

Várias décadas de construção de símbolos transnacionais criaram o que Renato Ortiz denomina uma ‘cultura internacional-popular’, com uma memória coletiva feita com fragmentos de diferentes nações. Sem deixar de estar inscritos na memória nacional, os consumidores populares são capazes de ler as citações de um imaginário multilocalizado que a televisão e a publicidade reúnem [...].

Tendo em mente essa “cultura internacional-popular”, Canclini (1999) argumenta que a separação tradicional-moderno ou nativo-importado não possui mais tanta relevância. As pessoas passaram a ter ao seu alcance diversos subsistemas culturais, os quais podem ser recombinados ou reinterpretados de acordo com o contexto em que estão inseridos.

Douglas e Isherwood (2006) entendem que os novos bens não enfrentam muita dificuldade ao entrar nesse sistema, sendo facilmente articulados aos demais produtos. Como consequência disso, em uma sociedade onde o consumo se torna o principal procedimento de identificação, novas identidades e relações sociais são elaboradas, sendo também aceitas com facilidade. Por isso, pode ser dito que este sistema é inclusivo em relação às frequentes novidades.

De acordo com Severiano (2001), ao superdimensionar o consumo e saturá-lo com essa diversidade, a sociedade capitalista parece camuflar a dimensão econômica da mercadoria, dissipando ainda mais as fronteiras entre o consumo e a vida cultural cotidiana. Ou seja, os sujeitos consomem, mas não percebem que estão fazendo isso. Porém, mesmo que o indivíduo não perceba, “todas essas mudanças não fazem mais que ampliar a mercantilização dos modos de vida, alimentar um pouco mais o frenesi das necessidades, avançar um grau na lógica do ‘sempre mais, sempre novo’ que o último meio século já concretizou com o sucesso que se conhece” (LIPOVETSKY, 2007, p. 25). Por isso, Lipovetsky (2007) acredita que, com o desenvolvimento tecnológico, a sociedade de consumo mascara e fortalece ainda mais o consumo, gerando uma sociedade hipermaterialista e hiperconsumista.

Como já abordado, isso também proporcionou uma ruptura na cultura de massa, pois as possibilidades de consumo tornaram-se demasiadamente variadas, não deixando espaço para uma grande cultura escolhida pelo mercado. Com o surgimento de vários padrões de consumo não necessariamente ligados às classes sociais ou à faixa-etária, o mercado passou a atender demandas específicas. Dessa forma, a cultura de massa abriu espaço para uma cultura de nicho, com um consumo segmentado em incontáveis estilos de vida. Sobre a nova lógica do mercado, Lipovetsky (2007, p. 25) comenta: “As indústrias e os serviços agora empregam lógicas de opção, estratégias de personalização dos produtos e dos preços, a grande distribuição empenha-se em políticas de diferenciação e de segmentação [...]”.

Nessa nova dinâmica, os sujeitos consomem “estilos de vida” que mais combinam com o seu estilo pessoal, segmentando o consumo e, conseqüentemente, a sociedade. Severiano (2001) aponta que as pessoas passaram a se reconhecer ou a se diferenciar de outras devido à especificidade do consumo de cada uma. Ainda, é preciso ressaltar que a vontade de diferenciar e de segmentar as mercadorias não veio somente do mercado, mas também do consumidor. Sobre isso:

Na década de 1920, quando Henry Ford declarou que o consumidor poderia comprar qualquer automóvel Modelo T que quisesse, desde que fosse preto, seu filho, Edsel Ford, respondeu que as cores dão lucro. O que mudou hoje em dia é a participação do consumidor no processo de amplificação das diferenças. (SENNETT, 2006, p. 137).

A partir disso, constata-se que o consumidor demanda a diferenciação e a segmentação dos bens e do mercado – ele não só recebe essa segmentação, ele a requer. Enquanto a sociedade capitalista demanda um consumo abundante, as pessoas demandam também abundância na especificidade e na variedade. O consumo segue essa vontade, derivando-se das reivindicações do público ativo.

Concordando com essa visão, Lipovetsky (2007) afirma que, nessa nova Era de mercantilização dos modos de vida, o consumidor requer produtos específicos e exige selos de qualidade enquanto navega nas redes digitais da Internet. Aprofundando a respeito de uma mudança de valores na sociedade, o autor comenta que as pessoas agora buscam qualidade de vida, expressão de si, espiritualidade e o próprio sentido da vida por meio das mercadorias e do consumo.

No contexto de enfraquecimento da cultura de massa e de fortalecimento da especificidade, percebe-se a ascensão de uma diversidade formas simbólicas, que não são necessariamente massivas e dominantes nos meios de massa como foi o *disco music* nos anos 1970, ou como foram Madonna e Michael Jackson no cenário da música pop de modo geral. Assim, novos artistas como Justin Bieber, Shawn Mendes e Anitta despontaram local e mundialmente por fazerem sucesso na Internet (STRUZANI, 2018; FERREIRA, 2013). Esses artistas não precisaram ter suas músicas tocadas na televisão ou no rádio para que o sucesso fosse alcançado. O K-pop também se enquadra neste caso: os fãs conheceram os seus ídolos sul-coreanos graças ao Youtube.

Importa lembrar que quem não possui acesso aos novos meios – à Internet, principalmente –, acaba sendo excluído dessa dinâmica, não tendo a possibilidade de conhecer a vasta e diversa gama cultural do mundo. O acesso facilitado ao mundo externo só existe para quem detém os meios necessários. É por isso que, além da segmentação do consumo, desenvolve-se uma segmentação nos setores sociais em relação ao acesso à informação: “Para o resto das pessoas, se oferece um modelo de comunicação de massa, concentrado em grandes monopólios, que se nutre da programação standard norte-americana, além de produtos repetitivos, de entretenimento light, gerados em cada país” (CANCLINI, 1999, p. 88).

Em resumo, quem tem condições financeiras, tem acesso a uma maior variedade de informação, o que inclusive facilita ao sujeito encontrar um emprego e se profissionalizar. Enquanto isso, quem não tem, fica com a informação padrão e “massificada”, sendo excluído da dinâmica da sociedade de consumidores globalizada.

## **2.7 Estilos de Vida**

As mercadorias estão ligadas fortemente a definições de vários tipos de agrupamentos humanos. Como já mencionado, os bens podem conectar pessoas (pontes) ou segregá-las (cercas). Por isso, Featherstone (1995) afirma que as pessoas usam os bens para criar vínculos ou estabelecer diferenças entre si, demarcando as fronteiras das relações sociais.

Se um agrupamento funciona suficientemente bem, Douglas e Isherwood (2006) afirmam que ele terá objetos que circulam como forma de marcadores do grupo. Os participantes desse grupo consomem um conjunto de mercadorias que sinalizam a conexão ou a desconexão do indivíduo com o agrupamento. Dessa forma, verifica-se que a escolha de bens para o consumo não só caracteriza e define o sujeito, como age na construção de grupos. Por isso, quem não mantém o específico padrão de consumo e, conseqüentemente, estilo de vida de certo agrupamento, certamente não faz parte dele.

Por exemplo, se alguém diz ser gótico, mas somente se veste utilizando a cor verde – não a preta –, provavelmente ninguém diria que é um gótico de verdade, incluindo os próprios góticos, que se sentiriam ofendidos por aquela pessoa dizer ser um deles. Da mesma forma, caso alguém afirme ser K-popper, mas não conheça o suficiente sobre o universo musical pop sul-coreano, provavelmente seria taxado como um falso fã ou *poser*<sup>4</sup>. Assim, observa-se que os padrões de consumo evidenciam e revelam as identidades dos sujeitos, conseqüentemente unindo ou separando pessoas.

Por isso, Canclini (1999) revela que o consumo não acontece necessariamente para a satisfação das necessidades: os bens podem ser apropriados simplesmente pela intenção de distinção social. Os indivíduos podem consumir para comunicar que fazem parte de um grupo e, ao mesmo tempo, que não fazem parte de outro.

Contudo, é importante ressaltar que os comportamentos de consumo não servem apenas para dividir agrupamentos: também servem para a construção de um conhecimento da sociedade geral. Canclini (1999) atenta para o fato de que os elementos só podem ser de distinção se forem de conhecimento dos outros. Surge a reflexão: se não fossem de conhecimento geral os tipos de bens que encarnam a mensagem de riqueza, como a população saberia que alguém é de uma alta classe social?

Um código interno e secreto de um grupo vai passar despercebido para quem for de fora dele. Dessa forma, do que adiantaria se distinguir do outro se ninguém vai perceber isso? Por isso, observa-se que os padrões de consumo demandam exibição, a qual revela alguns códigos internos de pessoas e de grupos, construindo um conhecimento partilhado pela sociedade consumidora. Com isso em mente, Canclini (1999, p. 80) comenta que “no consumo se constrói parte da racionalidade integrativa e comunicativa de uma sociedade”.

---

<sup>4</sup> Carlos (2011) diz que *poser* é aquele que aparenta ou diz ser fã, mas detém pouco conhecimento sobre a cultura do grupo em questão, sendo então depreciado por esse motivo.

Com a cultura e o consumo ficando cada vez mais misturados no cotidiano, os padrões de compra se transformaram em estilos de vida. McCracken (2003) esclarece que inicialmente esses estilos diferenciavam classes sociais: existia o modo de consumo da elite e o das massas. Um dos aspectos que diferencia os modos de consumo é a escolha do que deve ser consumido – do objeto marcador. Featherstone (1995) diz que, para fazer parte de um estilo de vida da alta classe social, não adianta somente ser rico: deve-se saber quais são as mercadorias corretas para se enquadrar no estilo de vida em questão.

Além disso, deve-se saber quais são os modos de uso adequados para cada mercadoria elencada. É notável que: “O tempo que usamos em práticas de consumo conforma-se a nosso *habitus* de classe, transmitindo, assim, uma idéia precisa de nossa condição de classe” (FEATHERSTONE, 1995, p. 37). Dessa forma, as práticas de consumo e o tempo despendido para realizá-las podem revelar a classe social e, conseqüentemente, o estilo de vida.

E quem dita quais são as mercadorias e os modos de uso adequados para os sujeitos? Featherstone (1995) cita que as revistas, os jornais, os livros, os programas de rádio e de televisão, associados à cultura de consumo, são muito importantes para apresentar às pessoas como construir um estilo de vida realizador. Devido ao gigantesco aumento na quantidade de bens disponíveis para o consumo, ampliou-se uma “demanda por especialistas e intermediários culturais capazes de vasculhar diversas tradições e culturas para produzir novos bens simbólicos e, além disso, fornecer as interpretações necessárias sobre seu uso” (FEATHERSTONE, 1995, p. 38-39). Essas pessoas dividem seus saberes e suas opiniões com a população através dos meios de comunicação de massa, o que propicia a formação de novos estilos de vida e o fortalecimento de estilos já estabelecidos na sociedade.

Um exemplo de intermediário cultural, ou influenciador, de alta relevância no período pós-guerra da Grã-Bretanha é o artista musical. Featherstone (1995) discorre sobre o estilo de vida “boêmio-romântico”, que apresenta o artista como um rebelde expressivo e um herói estilizado. Para a experiência de um público predominantemente jovem, o *jazz*, o *blues*, o *rock* e a música negra surgiram como formas de expressão emocional diretas, agradáveis, envolventes e autênticas. Os artistas, com seus estilos de vida, influenciaram juventudes, que passaram a seguir esses estilos.

No entanto, para o público mais velho, essas músicas eram percebidas como “do diabo”, os novos estilos eram considerados perigosamente ameaçadores e descontrolados. Featherstone (1995, p. 46-47) acredita que isso acontecia porque essas pessoas estavam “acostumadas aos padrões de comportamento público mais comedidos e formais e à repressão

das emoções”. Com isso, além da segmentação por classe social, percebe-se que há estilos de vida fraccionados por faixa-etária ou geração.

Devido à globalização e ao surgimento de tecnologias como a Internet, os padrões de consumo se modificaram. Com isso, modificou-se o cenário da exposição e da venda de estilos de vida. Entrando no território do hiperconsumo, como Lipovetsky (2007) denomina a Fase 3 – que é a mais similar ao momento presente da escrita desta dissertação –, a produção de mercadorias se diversificou e se expandiu. Conseqüentemente, é possível inferir que surgiram outros incontáveis estilos de vida, os quais saturaram o cotidiano com os mais diversos padrões de consumo.

Nesse cenário, não fazia mais sentido dividir os estilos por classe social, ainda mais porque a Internet facilitou o acesso às informações necessárias para seguir um padrão de consumo diferenciado para camadas sociais cada vez mais vastas. Infelizmente, considerando que o acesso às redes digitais ainda não está democratizado, quem não possui os equipamentos necessários para acessar a Internet perde a experiência com essa diversidade. Ainda assim, em vez de vivenciarem estilos de vida consumistas de acordo com sua classe social, os sujeitos passaram a consumir de acordo com a sua própria identidade, que vem sendo formada a partir do contato com as mais diversas formas simbólicas disponibilizadas pelos meios de comunicação.

Sobre isso, Hall (2000) comenta que, principalmente através dos meios de massa, várias e diferentes identidades são expostas e confrontam os sujeitos, além disso, cada uma delas faz apelos a diversas partes deles. Esses apelos demandam uma escolha. O autor chama esse efeito de “supermercado cultural”. Dentro deste mercado, encontra-se o K-pop, tema da pesquisa.

Essa escolha de produtos do “supermercado cultural” não é só oferecida para a sociedade: ela é ordenada – *tem* que ser feita uma escolha. A partir de uma etnografia em Londres, Miller (2013) percebeu que os sujeitos são incitados a se expressar, e até mesmo a se encontrar, por meio das mercadorias. Com seu foco de pesquisa na indumentária, o autor afirma que existe uma busca pelo desenvolvimento da identidade a partir das vestes.

Miller (2013) acrescenta que a tarefa do sujeito de compreender sua própria imagem e suas preferências – saber quem ele é e o que quer – vem se tornando uma das mais difíceis no mundo. Existe essa liberdade de escolha, mas o que fazer com ela? Compreender a si mesmo por meio das formas simbólicas disponibilizadas para o consumo tem culminado em ansiedade, de acordo com o autor. É por isso que Bauman (2008) argumenta que, de certa forma, os membros da sociedade de consumidores são forçados a serem livres.

A globalização e o advento de tecnologias como a Internet também modificaram os padrões de sociabilidade. Tornou-se mais fácil conhecer pessoas de qualquer lugar do mundo, com gostos, padrões de consumo e estilos de vida semelhantes. Castells (2003) explica que isso tudo proporcionou um novo tipo de agrupamento, que não dependia da distância física: o agrupamento por gosto. Mesmo que distantes fisicamente uns dos outros, sujeitos com gostos ou interesses similares puderam se conhecer e se agrupar por meio das redes digitais, algo impensável na época em que só existia o agrupamento por proximidade.

Outro tópico interessante de ser abordado em relação ao consumo é a sua característica individualista. Como já mencionado, no início, as pessoas compravam objetos pela manutenção de uma imagem da família, porém, isso mudou com a elite elizabetana do século XVII, que passou a consumir de forma individual em detrimento da família, fato que reverbera até hoje na sociedade de consumidores. Por isso, Bauman (2008) fala que o consumo é um ato individual e solitário.

Por outro lado, Featherstone (1995, p. 45) argumenta que, com a expansão da gama de estilos de vida, pode ser visualizado “um movimento para além do individualismo, com uma ênfase mais vigorosa na afetividade e empatia, um novo ‘paradigma estético’, no qual massas de pessoas se agregariam temporariamente em ‘tribos pós-modernas’ fluidas”. Considerando que o que une os sujeitos nessas “tribos” são as semelhanças nos gostos, estilos, interesses e padrões de consumo, é possível perceber que consumo e formação de agrupamentos são conceitos conectados – como já abordado neste capítulo a partir de Douglas e Isherwood (2006), os quais comentaram sobre o potencial agregador e segregador das mercadorias.

Por exemplo, ao escolher a música como um tipo de produto a ser consumido, Cunha (2013) diz que ela pode integrar o indivíduo a um grupo. Os nomes “punk”, “indie” e “grunge” são conferidos aos estilos musicais de canções específicas, mas também às pessoas que se afeiçoam a cada um desses estilos respectivamente. Acontece da mesma forma com o K-pop, música pop sul-coreana, cujos fãs são denominados K-poppers.

O processo de formação desses grupos, que compartilham preferências nas mercadorias e em suas formas simbólicas, é chamado por Maffesoli (2010) de neotribalismo. Enquanto as tribos tradicionais eram constituídas a partir do agrupamento por proximidade, as novas tribos (tribos urbanas) são formadas por pessoas com padrões de consumo, interesses, gostos e, conseqüentemente, estilos de vida em comum.

Além do conceito de neotribalismo, existe o conceito de cena. Em entrevista sobre cenas musicais nos estudos de música e comunicação, Will Straw definiu “cena como as esferas circunscritas de sociabilidade, criatividade e conexão que tomam forma em torno de certos tipos

de objetos culturais no transcurso da vida desses objetos” (JANNOTI JÚNIOR, 2012, p. 9). Em outras palavras, esse conceito trata da sociabilidade e da interação que surgem ao redor de algum objeto cultural ou objeto de consumo. Por exemplo, ao falar sobre uma “cena K-popper”, faz-se referência à maneira como o fã da música pop sul-coreana socializa com outros do mesmo grupo, como interage com elementos do K-pop e como cria ou produz materiais com base no que consome. Dessa forma, diz-se que a tribo ou o agrupamento K-popper está dentro da cena K-popper. Os conceitos estão conectados.

Por isso, parece raso afirmar que as mercadorias por si só já classificam os sujeitos. Além da interpretação dos bens consumidos, Featherstone (1995) atenta para um conjunto de aspectos que auxilia na adequada classificação do indivíduo. Para o autor, a cultura é corporificada, não depende simplesmente de quais mercadorias estão em questão. Deve-se analisar as manifestações que revelam a identidade do sujeito no tom de voz, no uso das palavras, na postura, na conduta, no andar, no corpo, na altura, no peso, etc. As mercadorias devem ser analisadas ao lado do corpo da pessoa.

Outro ponto a ser salientado é o aspecto múltiplo das identidades. Borelli, Rocha e Oliveira (2009) acreditam que os sujeitos não possuem uma só identidade, na verdade, estas são consideradas múltiplas. Por esse motivo, pode-se falar que existe o eu estudante, o eu professor, o eu fã de K-pop, o eu fã de super-heróis, o eu cantor, o eu dançarino e várias outras fragmentações. De acordo com as autoras, as identidades não só são múltiplas, como são voláteis, o que pode significar que quem entra em alguma tribo urbana não necessariamente irá permanecer nela para sempre – por isso são fluidas. É possível distanciar-se de alguma identidade e eleger, a partir da grande gama ofertada no cenário globalizado, outras novas para si mesmo.

Tendo em vista um mundo onde o descarte é cada vez mais frequente, grupos como o dos K-poppers poderiam ser duradouros? No cenário do hiperconsumo, seriam as relações sociais necessariamente sempre voláteis ou frágeis? No caso do grupo de dança *cover* acompanhado na dissertação, o Primadonna, foi possível conhecer algumas jovens que fazem parte da cena K-cover há mais de dez anos e que não parecem querer se afastar da prática tão cedo. O próprio grupo de dança soma quase oito anos desde sua fundação em dezembro de 2014.

Porém, antes de mergulhar na prática K-cover, o próximo capítulo introduz um pouco da história da Coreia do Sul, mais especificamente acerca do surgimento e do desenvolvimento da música pop do país até a sua difusão pelo mundo.

### 3 K-POP AO REDOR DO MUNDO

#### 3.1 Formando a Onda Coreana

Quando se pensa na Coreia do Sul, provavelmente palavras como tecnologia, modernidade e sucesso surgem na mente. Contudo, conforme visto no início do capítulo anterior, a condição sul-coreana nem sempre foi essa. De forma considerada “milagrosa” – referindo-se ao “Milagre do Rio Han” –, o país asiático teve um gigantesco crescimento econômico. Valero (2014) comenta que tudo isso se deu a partir do investimento da nação em indústria, exportação, inovação, cultura de entretenimento e educação.

Acompanhando tal crescimento econômico do país, a cultura sul-coreana expandiu-se e conseguiu chegar com sucesso ao alcance de diversas regiões do mundo. Dentre os elementos culturais mercantilizados e exportados, ressalta-se nesta dissertação a música pop do país, também conhecida como K-pop. Advindo do termo *Korean pop* (Pop Coreano), o K-pop refere-se não somente às músicas, abrangendo também videoclipes, shows, vestimentas e coreografias.

Contudo, antes dos anos 1990 (antes do K-pop), a indústria musical sul-coreana era completamente diferente. Sousa (2016) afirma que a música era controlada e censurada pelo Estado, o qual julgava se uma faixa era ou não “saudável” para o seu povo. Por isso, o documentário K-pop (2018) elucida que os sucessos musicais daquela época eram basicamente hinos patrióticos ou baladas românticas inocentes.

A dinâmica mudou quando uma nova geração de artistas passou a nutrir influências musicais estadunidenses, o que pôde acontecer devido à circulação constante de sul-coreanos entre os Estados Unidos e a Coreia do Sul. Inclusive, o número de sul-coreanos dentro da população estadunidense é bem expressivo, variando de cerca de 1,2 milhões no ano 2000 para cerca de 1,9 milhões em 2019, de acordo com Budiman (2021). Foi exatamente a partir do contato com a música pop ocidental que surgiu o que se conhece hoje como K-pop.

Sousa (2016) define o pop sul-coreano como uma mistura de ritmos populares nos Estados Unidos com elementos da música tradicional da Coreia. Ou seja, trata-se de um exemplo prático de hibridização da cultura. Ao explicar que a cultura não é estática e fixa, mas sim híbrida e em constante mudança, Canclini (1997) conclui que o que é tradicional, moderno, culto, popular ou massivo na cultura não possui uma segregação rígida; tudo está, na verdade, misturado. Por isso, pode-se afirmar que, mesmo tendo influências diretas na cultura ocidental, o K-pop não deixa de ser uma expressão sul-coreana.

Ainda sobre a temática, Canclini (1997, p. 22) continua: “A modernização diminui o papel do culto e do popular tradicionais no conjunto do mercado simbólico, mas não os suprime. Redimensiona a arte e o folclore, o saber acadêmico e a cultura industrializada, sob condições relativamente semelhantes”. Ou seja, o ato de incorporar culturas externas não dissolve a cultura de cada país, mas a hibridiza.

A considerada primeira expressão do K-pop se deu em 1992. Neste período, o cenário estava se tornando mais democrático e menos censurador. A partir de então, os músicos sul-coreanos possuíam maior autonomia criativa, o que foi essencial para a criação do grupo Seo Taiji and Boys, que chocou a população em um programa de televisão competitivo no país. Por meio do seu *rap*, das suas vestimentas largas, dos seus passos de *hip-hop* e do conteúdo lírico das suas canções, o grupo representou um impacto cultural no país além do cenário musical. Esta foi a primeira manifestação do K-pop. (K-POP..., 2016).

Mesmo perdendo a competição televisiva e recebendo as piores notas, Campi (2019) comenta que Seo Taiji and Boys conseguiu emplacar a faixa *I Know* no topo das paradas musicais do país por 17 semanas. O sucesso de um grupo fora do padrão para aquela época mudou as expectativas do público e as produções no cenário musical sul-coreano.

Apesar da redução do controle e censura estatais, estes não haviam sido extintos ainda. Mesmo que o segundo álbum do grupo tenha sido o primeiro a conseguir vender duas milhões de unidades na Coreia do Sul, as performances deste disco foram proibidas em diversos canais televisivos devido ao visual dos cantores (Figura 5): brincos, jeans folgados e *dreadlocks*. (K-POP..., 2016).

Além do visual, o grupo teve músicas censuradas. Por exemplo, a faixa *Classroom Idea*, presente no terceiro álbum, usou a sonoridade do *heavy metal* e do *rock* alternativo com vocais guturais (conhecidos popularmente como “gritos”) para criticar o sistema de ensino sul-coreano e toda a pressão em relação ao futuro jogada contra a juventude. Como resposta, de acordo com K-pop... (2016), as críticas da época acusaram o grupo de mascarar mensagens satânicas em suas composições. Por isso, fica claro que Seo Taiji and Boys não agradava o público mais velho.

Presente no quarto álbum da banda mencionada, a faixa *Regret of the Times*, de acordo com K-pop... (2018), foi censurada por conter letras que criticavam o governo e a geração mais velha. Por causa disso, K-pop... (2016) conta que a música foi lançada no álbum somente com o instrumental – sem os vocais –, o que gerou uma reação intensa dos fãs contra o sistema de censura, resultando na abolição deste sistema em 1996. Posteriormente, o disco foi relançado com a faixa completa.

Figura 5 - Seo Taiji and Boys



Fonte: Compilado preparado pelo autor a partir de Pinterest (2022) e SEO... (2022).

No ano de 1996, ainda no auge de sua carreira, Seo Taiji and Boys se aposentou. Porém, surgiram vários outros grupos inspirados nele. Lutando contra a censura e a repreensão da geração mais velha, a carreira de Seo Taiji and Boys abriu o caminho para novos artistas que poderiam continuar a experimentar musicalmente e a quebrar mais e mais barreiras. Essa foi a semente para que o K-pop pudesse germinar e eventualmente se tornar um sucesso global.

Não demorou muito para que a música pop sul-coreana fizesse sucesso fora de seu país de origem. Contudo, é importante ressaltar que não era somente o K-pop que estava sendo reconhecido internacionalmente, mas também os K-dramas – séries audiovisuais ou novelas da Coreia do Sul. A partir do sucesso internacional das produções culturais do país asiático, com o intuito de sair de uma crise econômica em 1997, o governo sul-coreano decidiu investir na cultura como o seu novo grande produto de exportação. Para tanto, uma lei que prometia dedicar ao menos 1% do orçamento estatal à promoção da arte foi aprovada<sup>5</sup>. Tomando proveito das vantagens desta lei, três grandes empresas musicais entraram em cena (SM, JYO e YG Entertainment), criando a fórmula ainda vigente do K-pop. Estas empresas são conhecidas como *Big Three*. (K-POP, 2018).

Tal investimento governamental proporcionou não só retorno financeiro, mas principalmente visibilidade e relevância cultural para a Coreia do Sul, o que resultou no efeito conhecido por *Hallyu* – ou Onda Coreana. Apesar do notável sucesso da música pop, a palavra *Hallyu* foi criada devido ao sucesso dos K-dramas, os quais são conhecidos no Brasil também como “novelas coreanas”. De forma mais específica, o sucesso de audiência da novela *What is Love*, que estreou na China em 1997, foi tão grande que jornalistas do *China Youth Daily*

---

<sup>5</sup> De acordo com Greg... (2019), este é especificamente o Ato n. 5927 de 8 de Fevereiro de 1999.

criaram em 1999 o termo *Hallyu* para se referir à ascensão das produções sul-coreanas entre os chineses. O nascimento e a prosperidade da Onda Coreana em países estrangeiros fizeram com que o governo decidisse investir ainda mais na exportação de suas produções culturais, adotando para si mesmo o termo criado pelos chineses. (GREG..., 2019).

A Onda Coreana também possui uma sistematização temporal comumente apresentada na literatura. Utilizando Gil Hwa Jung (2021)<sup>6</sup> e Jun (2017) como base, pode-se dividir a *Hallyu* em quatro períodos: 1.0, 2.0, 3.0 e 4.0 (ou *Neo-Hallyu*). O primeiro se refere ao investimento inicial da nação sul-coreana na produção e exportação dos K-dramas (tanto as novelas como os filmes). Posteriormente, no período 2.0, ocorreu o investimento na música pop (K-pop). Já na *Hallyu* 3.0, a Onda Coreana cresceu: o investimento foi voltado para o que é chamado de *K-culture* ou *K-lifestyle* – refere-se à exportação da cultura sul-coreana de forma geral, incluindo produtos de beleza e cosméticos, saúde, culinária, moda indumentária e videogames.

Por fim, chega-se ao atual período da *Hallyu* 4.0, também conhecida como *Neo-Hallyu*. Neste cenário, o objetivo é desenvolver a *K-ubiquity*. Em outras palavras, trazer ubiquidade para a cultura sul-coreana no exterior. Dessa forma, todos poderiam assistir anualmente a alguns filmes e séries sul-coreanas, comer pratos culinários sul-coreanos mensalmente e escutar algumas faixas do K-pop diariamente. Com isso, a cultura sul-coreana será parte do dia a dia de diversas sociedades. (JUN, 2017).

De forma resumida, Jun (2017) comenta que a *Hallyu* 4.0 pode ser vista como um esforço para aumentar a inserção dos conteúdos da *Hallyu* 1.0, 2.0 e 3.0 no cotidiano global. Para conseguir alcançar esse objetivo, a autora afirma que o mercado da Coreia do Sul começou a investir em parcerias globais.

Até mesmo formatos de programas televisivos estão sendo exportados para canais ocidentais. Como exemplo, tem-se o *The Masked Singer*, originalmente nomeado *King of Mask Singer*, programa sul-coreano de competição de canto lançado em 2015. A produção cresceu imensamente por todo o mundo, sendo adotada por mais de 20 países. A versão brasileira da competição estreou em 2021 na televisão pela Rede Globo. (SILVA, 2021).

---

<sup>6</sup> As informações apresentadas por autoria de Gil Hwa Jung são verbais, tendo sido retiradas de sua palestra “O desenvolvimento da *Hallyu* no Brasil e o seu significado”, com tradução de Yun Jung Im Park. A palestra foi dividida durante os dias 11 e 12 de outubro de 2021 como parte da nona edição do Encontro de Estudos Coreanos da Universidade de São Paulo. Gil Hwa Jung é o atual presidente da KOFICE (Korea Foundation for International Culture Exchange).

Ao optar por investir em cultura, a Coreia do Sul também ganhou influência. A exportação cultural gerou interesse em outros campos que não eram diretamente conectados a produtos da *Hallyu*. Mais pessoas passaram a se interessar e procurar pelo país. Para exemplificar, o turismo na nação triplicou nos últimos 15 anos. Além disso, enquanto há duas décadas menos de duzentas pessoas estudavam a língua coreana nos Estados Unidos, os números mais recentes aumentaram consideravelmente: existem cerca de 14 mil estudantes de coreano em solo estadunidense. (GREG..., 2019).

Gil Hwa Jung (2021) apontou que tudo isso trouxe aos sul-coreanos um certo orgulho por sua nação. Muitos deles viviam com um sentimento de vergonha devido à colonização japonesa, às guerras e à pobreza. Por isso, pode-se dizer também que a *Hallyu* agiu na cura da sociedade sul-coreana que pôde redescobrir seu próprio país.

Todos esses resultados são fruto do investimento do governo sul-coreano em seu *soft power* (poder suave, em tradução literal), conceito de Nye Jr. (2004) que define o poder que um país possui de atrair e persuadir indivíduos e nações por meio de recursos culturais atrativos, de ideais políticos e de instituições internacionais, os quais juntos exportam massivamente uma imagem positiva do país.

Através do investimento na *Hallyu*, a Coreia do Sul começou a exportar para o mundo os seus produtos culturais imbuídos de uma imagem da própria nação e do seu povo com o intuito de alcançar e possivelmente influenciar pessoas com o poder do entretenimento – não com o poder coercitivo ou de supremacia militar. Como consequência disso, o governo conseguiu não só levar a cultura da nação para o mundo como também fortalecer o espírito e o ânimo de sua população.

### **3.2 K-pop durante os anos e o sistema de criação de *idols***

Com a aposentadoria do grupo Seo Taiji and Boys e o início de uma nova Era para os artistas sul-coreanos, desta vez apoiados pelo governo, o K-pop começou sua expansão. De acordo com K-pop... (2016), a estratégia vigente até os dias atuais para a promoção da música pop sul-coreana está baseada na produção de faixas com base no *hip-hop* ou em outros gêneros internacionalmente em evidência, acompanhadas de uma dança e de um videoclipe.

Tamar Herman, representando a revista estadunidense *Billboard*, comenta no documentário K-pop... (2018) que a música pop sul-coreana não se restringe a um gênero musical, estando mais próxima de ser classificada como ideia ou conceito musical. Além disso,

cita o aspecto visual como algo fundamental no K-pop. Até os grupos menos famosos possuem uma superprodução em seus videoclipes, com cores marcantes e coreografias incríveis.

No decorrer dos anos 2000, alguns grupos musicais sul-coreanos como Super Junior, BIGBANG e Girls' Generation ganharam muita popularidade em países estrangeiros. Contudo, esses novos grupos possuíam uma importante diferença em relação aos anteriores: o uso frequente de palavras em língua inglesa nos nomes artísticos (tanto dos grupos, como de cada integrante) e nas canções, objetivando facilitar a compreensão e a memorização por parte do público global. Além disso, K-pop... (2018) aponta que várias faixas estavam sendo escritas e/ou produzidas por compositores e produtores estrangeiros, principalmente de países como Suécia e Estados Unidos. Por isso, nota-se que a música pop da Coreia do Sul havia deixado de ser produzida somente para o público local: o fenômeno estava se tornando global, almejando agradar simultaneamente um público além de seu país de origem.

Gil Hwa Jung (2021) afirmou que a capacidade dos sul-coreanos de permitir a hibridização, misturando a cultura global com a local, foi essencial para a expansão da *Hallyu*. É exatamente essa mistura do pop ocidental, que possui grande influência na cultura global, com a cultura sul-coreana que torna o K-pop único e diferente do que é feito no ocidente.

Com o passar dos anos, de acordo com Santos (2016), os novos artistas do K-pop, em vez de incorporarem necessariamente gêneros musicais do exterior, passaram a se embasar e a reinventar a própria música nacional em algo que o autor denomina “reciclagem de si mesmo”. Este é um ato muito comum na produção da música pop ocidental.

Mas o que seria esse “pop” tão mencionado nesta dissertação? Luyten (2005) discorre que o termo se relaciona frequentemente à música ouvida pelos jovens, mas também às produções (além de musicais) advindas da mídia, ou que seguem o que é popular (no sentido de famoso ou tendência) nos meios de comunicação. Neste caso, “pop” vem de “popular”, relacionando-se diretamente à etimologia da palavra.

No caso da música pop, enquadram-se nesta categoria as faixas mais consumidas e mais famosas, as quais provavelmente foram produzidas para agradar um público geral com melodias e letras fáceis de serem digeridas e aprendidas: as conhecidas “músicas chiclete”. Ou seja, o pop também pode ser visto como algo que pode ser consumido facilmente pela massa. Por isso, comumente a cultura pop conecta-se às discussões acerca da indústria cultural e da cultura de massa, as quais foram tratadas no capítulo anterior.

Para manter-se relevante e consumível, o pop sempre está se reinventando, mudando e seguindo tendência. Por isso, Danesi (2018) infere que não há um estilo bem delimitado na cultura pop. Essa característica fluída e volátil está ligada à cultura do consumo.

Como visto anteriormente, Sennett (2006) argumenta que um dos métodos mais importantes para aumentar o consumo é o descarte do que já foi comprado. Para facilitar o descarte, foi criado o “motor da moda”, o que fez com que o consumidor buscasse obter aquilo que estivesse “na moda”. Neste cenário, a cultura pop é altamente variada pois é constituída pela junção de todas as maiores tendências (ou modas).

Para exemplificar, de acordo com Santa Helena (2020), o *disco music* era o estilo musical mais consumido nos Estados Unidos nos anos 1970 e, conseqüentemente, era o mais popular – em outras palavras, era o pop. Quando o estilo se tornou “datado”, novas tendências tomaram espaço, as quais também entraram no grande espectro da música pop.

Haja vista que as mercadorias, sejam elas materiais (roupas, acessórios, objetos, etc.) ou imateriais (música, produções audiovisuais, etc.), variam entre os estados de obsolescência e de tendência ou moda, é possível observar que foram estabelecidos períodos específicos para cada moda de cada época. Por exemplo, existem os anos em que o *disco* dominou, outros em que o *rock* esteve em destaque, outros o *hip-hop* estava na moda, etc. Como resultado, todas essas tendências formaram e continuam formando o que se conhece por cultura pop.

Cada país possui a sua própria cultura pop. Dentro da cultura pop sul-coreana, está o K-pop. Da mesma forma que aconteceu no pop ocidental estadunidense, em diversos períodos certa sonoridade ou visual viraram tendência dominante dos projetos dos artistas sul-coreanos. O compilado de fotografias na Figura 6 exemplifica a mudança no perfil dos *idols* ao longo do tempo. Na primeira parte (superior à esquerda) tem-se o grupo Seo Taiji and Boys (dos anos 1990), na segunda parte (superior à direita) tem-se o Super Junior (nos anos 2000) e na parte inferior da figura tem-se o BTS (anos 2010).

Apesar de existirem artistas solo no K-pop, o cenário musical sul-coreano é composto em sua maioria por grupos, que quase sempre são formados somente por meninos (*boy group*) ou somente por meninas (*girl group*); os grupos mistos existem, mas são raros. A quantidade de integrantes por grupo é bem variável. Por exemplo, o BLACKPINK possui quatro mulheres, já o LOONA é formado por doze.

O talento que existe dentro do K-pop é gigantesco: todos os ídolos dançam, cantam e compõem, mas também a maioria consegue atuar e apresentar programas de TV sem dificuldades. Entretanto, é importante destacar que essas habilidades não são inatas e cruas, mas sim lapidadas, tendo em vista que os ídolos – ou os “*idol groups*”, que é a forma como o K-pop é conhecido na Coreia do Sul – são resultado de um processo de fabricação de estrelas pop.

Figura 6 - Grupos do K-pop durante os anos



Fonte: Compilado preparado pelo autor a partir de IMDb (2021), HimuRa (2010) e Pacilio e Bressani (2021).

Greg... (2019) afirma que, por meio de audições muito competitivas, as produtoras musicais selecionam crianças talentosas, normalmente a partir dos 10 aos 12 anos, para a fábrica e treinamento de *idols*. O processo de treino destes jovens para a tão sonhada estreia no mundo do K-pop pode chegar a ultrapassar 10 anos de duração. Existem, inclusive, jovens que nunca conseguiram estrear em nenhum grupo. Este é um processo similar à criação de dançarinos de balé clássico ou de ginastas olímpicos, os quais começam a ter seus talentos lapidados desde tenra idade. Por isso, é possível dizer que os artistas do K-pop são como atletas do entretenimento pop.

Blackpink... (2020) acredita que o processo de fabricação de *idols* é exatamente o que faz o K-pop ser o que é. De acordo com K-pop... (2018), o passo-a-passo deste processo pode ser dividido em três fases: 1 - *Scouting and Auditioning*: as empresas realizam audições e recrutam jovens aspirantes, que se tornam trainees; 2 - *Training*: estes trainees passam por diversas aulas e práticas de canto, dança e atuação; 3 - *Assembly*: de forma sistemática e cuidadosa, os jovens são organizados e testados em diferentes grupos com a intenção de criar uma combinação harmoniosa.

Em sua maioria, os trainees são de origem ou descendência sul-coreana ou provenientes de algum outro país asiático como Japão, China ou Tailândia, por exemplo. Pessoas sem relação com a Ásia raramente conseguem entrar na seleção de alguma empresa, e mais raros ainda são os casos dos que conseguem estreiar em algum grupo, porque a comunicação entre os possíveis integrantes dos futuros grupos é fundamental e acontece principalmente na língua coreana. Inclusive, existem agências que solicitam que o jovem tenha um bom domínio da língua. (MESQUITA JÚNIOR, 2015).

Em relação ao cotidiano dos trainees, Mesquita Júnior (2015, p. 35) acrescenta:

Os selecionados vivem juntos em dormitórios cedidos pelas próprias empresas e treinam em diversas áreas enquanto não estão estudando (para os trainees que, em sua grande maioria devido ao fator da idade, ainda frequentam a escola). Treinam por anos [...] até que são selecionados para participar de um grupo. O custo para manter um trainee dentro de uma empresa é alto, e o trainee arca com os mesmos após a sua estreia quando a agência vai recuperando seus gastos através do lucro dos seus artistas pela venda de CDs, shows e diversos outros fatores.

Por isso, mesmo estreando em algum *idol group*, os jovens ídolos não vão ter em suas mãos os lucros monetários por seus trabalhos tão rapidamente. Por um bom período, pagarão todos os gastos e investimentos das empresas pelo treinamento, afinal, o longo e árduo processo de fabricação de *idols* não é gratuito.

Ressaltando os lados negativos da época na qual eram trainees, as integrantes do *girl group* BLACKPINK afirmam que treinavam, em média, catorze horas por dia e tinham um dia de folga a cada quinze. Devido à rotina movimentada, as jovens mal podiam ir para casa. Apesar de não se arrependem do tempo como trainees, considerando que este período gerou grandes frutos, elas comentam que gostariam de ter morado com a família e de ter experienciado a adolescência, ido para a escola e se divertido com os amigos. (BLACKPINK..., 2020).

Ainda sobre o período de treinamento, as *idols* mencionam uma avaliação a que eram submetidas. O chefe da YG Entertainment, empresa que agencia o grupo, e todos os produtores apareciam mensalmente. Neste evento, elas deviam apresentar uma música solo, uma em grupo e uma coreografia. Para tanto, as jovens se organizavam, delegando papéis para cada uma, como: vocais melódicos, rap e preparação da coreografia. Depois das performances, a empresa avaliava cada uma delas atribuindo pontuações, as quais, caso abaixo do esperado, podiam acarretar a eliminação da trainee daquele programa. Por isso, elas estavam sempre correndo riscos. No começo, eram nove garotas, dentre as quais somente quatro foram selecionadas para estreiar. As integrantes do BLACKPINK afirmam que a pior parte da avaliação era ouvir duras críticas sem deixar a fragilidade aparecer – mantendo a cabeça erguida. A cada dois meses, o diretor as colocava em combinações de grupo diferentes com o intuito de

testar a harmonia das jovens. Esse processo aconteceu até o momento em que a empresa concluiu que formou um grupo bom o suficiente para ser lançado. (BLACKPINK..., 2020).

O controle das empresas continua após a tão esperada estreia. Existem algumas normas de comportamento para que a imagem dos *idols* se mantenha limpa: devem ser gentis e educados, não podem se envolver com álcool, drogas e escândalos e não podem namorar ou falar em entrevistas que estão apaixonados ou conhecendo alguém romanticamente. Cultivando uma ideia de que cada astro está preservado para seus fãs. (K-POP..., 2018).

Haja vista tamanha dificuldade no processo de produção dos idols, que exige muito esforço, almejar uma carreira na indústria do K-pop é considerado respeitável pelos sul-coreanos em geral. Assim como a *Hallyu* encheu a nação de orgulho e fez com que a população redescobrisse sua própria cultura, a profissão de artista do K-pop se tornou um símbolo de orgulho para os sul-coreanos, até porque os idols estão levando o nome da Coreia do Sul para o mundo. Por isso, é crescente o número de pais ao redor do país que preparam seus filhos, desde os 6 anos de idade, para se tornarem cantores profissionais com a esperança de alcançar os seus próprios desejos: obter elevação social, ganhar mais dinheiro e ser respeitado. (HO, 2012).

Como resultado dessa demanda, surgiram escolas particulares que oferecem cursos de treinamento para K-pop, incluindo o treinamento da personalidade: este é um treino que objetiva moldar a personalidade dos estudantes para que eles tenham atitudes e comportamentos desejáveis e agradáveis (como humildade, lealdade e gratidão), altamente procurados pelas agências de entretenimento. Tudo isso é feito para aumentar as chances do filho de ser aprovado em uma audição para que, finalmente, possa se tornar um trainee e, eventualmente, um idol. Contudo, é importante ressaltar que esta não era a realidade que existia na Coreia do Sul há vinte anos. Muitas famílias iriam se opor fortemente ao desejo natural da criança de seguir uma carreira musical, que era considerada uma profissão de pouco status na sociedade. (HO, 2012).

Dessa forma, fica claro o quão competitivo é o universo do K-pop. Gil Hwa Jung (2021) assevera que isso condiz com a sociedade sul-coreana, que é muito competitiva, mas acredita que tal característica pode ter surgido da vontade pela sobrevivência. Provavelmente por causa de toda a história de luta e pobreza que a nação passou, a sociedade ficou acostumada a lutar febrilmente para sobreviver. Além disso, Gil Hwa Jung (2021) acrescenta que há a ideia de que somente aquele que sobrevive é contemplado com algo. Como resultado disso, a luta pela sobrevivência e pela colheita dos melhores frutos se tornou o desejo de ser o melhor. Por isso, as produtoras musicais começaram a competir entre si para desenvolver o melhor grupo musical ou o melhor produto. Assim nasceu o tão criterioso processo de fabricação de ídolos:

querer criar o melhor grupo. Além disso, devido ao desejo da família, existem crianças desde os 6 anos de idade que estão se preparando para ingressar no mundo artístico. Ou seja, tornar-se um ídolo do K-pop é um objetivo cada vez mais difícil.

Com o K-pop alcançando a escala global e ganhando fãs de diversas nações, torna-se cada vez mais frequente a quantidade de discussões acerca dos contratos abusivos impostos aos trainees e de todo o lado negativo da indústria. Os fãs, conhecidos como K-poppers, não deixam que o grande apreço que sentem pela música pop sul-coreana os ceguem da realidade da indústria. Por isso, comumente denunciam nas mídias digitais os acontecimentos que acham ruins na rotina da produção de *idols*. Mesmo que, motivadas pela repercussão negativa, as empresas tenham chegado a melhorar as condições oferecidas aos jovens, ainda há muito a ser mudado. (K-POP..., 2018).

De todo modo, o investimento em torno da música pop sul-coreana parece ter valido a pena. Greg... (2019) aponta que o K-pop movimenta hoje cerca de 57 bilhões de dólares para o país em decorrência do consumo das músicas, dos álbuns, das coreografias, das turnês, dos videoclipes, das peças indumentárias que os *idols* usam ou recomendam e de uma grande quantidade de produtos que são criados com a imagem dos grupos sul-coreanos, como exemplo: almofadas, bonecos em miniatura, pelúcias, relógios, cadernos, mochilas, estojos, etc. É inegável que a Coreia do Sul está se tornando uma potência no pop mundial. Grande parte deste sucesso se deve aos fãs, que consomem fielmente as produções deste universo.

### 3.3 Da Coreia do Sul até o *fandom* brasileiro

Inicialmente, a *Hallyu* dependia de espaços na programação televisiva para ter seu conteúdo exposto para audiências estrangeiras. Contudo, com a popularização da Internet, a Coreia do Sul começou a investir muito, a partir dos anos 1990, nas tecnologias de comunicação e de informação, permitindo a produção de conteúdos para a veiculação de forma *on-line*. Primeiramente, o foco da *Hallyu* voltou-se para o YouTube. Inclusive, é possível dizer que a *Hallyu* e o YouTube são inseparáveis. Posteriormente, o foco abrangeu os ambientes digitais de *streaming*<sup>7</sup>. Em meio ao cenário do surto pandêmico do coronavírus em 2020, com a

---

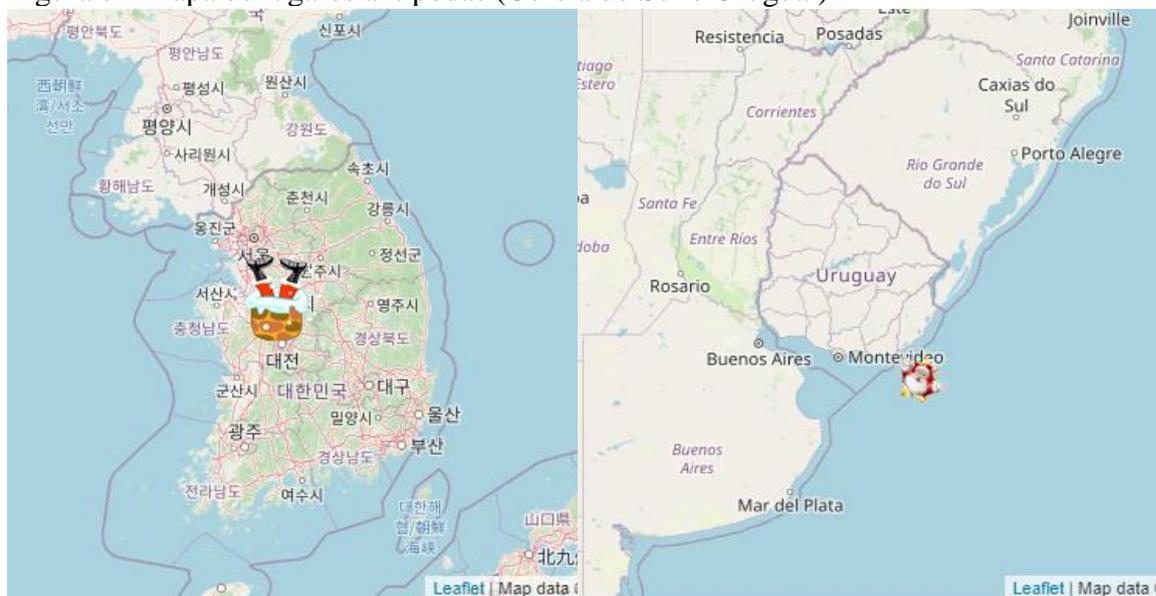
<sup>7</sup> A tecnologia streaming é um meio de transmissão instantânea de dados de áudio e de vídeo via internet. Por meio desse serviço, é possível assistir a filmes ou escutar música sem a necessidade de baixar os conteúdos, o que torna mais rápido o acesso aos conteúdos on-line. Disponível em: <http://www.techtudo.com.br/artigos/noticia/2013/05/conheca-o-streaming-tecnologia-que-se-popularizou-na-web.html>. Acesso em: 22 fev. 2022.

aplicação das normas de distanciamento social e a Internet sendo a principal plataforma para o acesso a produtos culturais, mais pessoas conseguiram mergulhar nas produções sul-coreanas. Isso foi possível devido ao grande investimento da nação no mundo *on-line*. A Internet foi essencial para o sucesso da Onda Coreana<sup>8</sup>.

De forma sistemática, Gil Hwa Jung (2021) menciona que a *Hallyu* teve seu início no nordeste asiático. Em seguida, passou respectivamente pelo sudeste da Ásia, pelo Oriente Médio, pela Europa, pela América do Norte e, finalmente, chegou à América Latina, que é a região na qual a cidade de Fortaleza, foco desta dissertação, está localizada.

A América Latina é o lugar mais distante da Coreia do Sul no planeta. Caso se passe uma vara em um globo terrestre saindo do território sul-coreano (Figura 7, no lado esquerdo) para o outro lado do mundo, tal vara chegará ao Rio da Prata, no Uruguai (Figura 7, no lado direito). Por isso, afirma-se que estes são lugares antípodos.

Figura 7 - Mapa de lugares antípodos (Coreia do Sul e Uruguai)



Fonte: Antipodes Map<sup>9</sup>.

O ano de início da *Hallyu* na América Latina é tido como 2002. Neste período, os K-dramas *Star in My Heart* e *All About Eve* foram veiculados na programação televisiva do México (em específico, no canal Mexiquense). A partir de 2005, com o sucesso de *Winter Sonata* no Japão, o conteúdo audiovisual sul-coreano teve uma expansão pelo território latino-americano em geral. No Brasil, a história foi bem diferente. A primeira novela da Coreia do Sul

<sup>8</sup> Este parágrafo foi escrito com base na palestra de Gil Hwa Jung.

<sup>9</sup> Estes dados e imagens foram retirados do site Antipodes Map. As imagens foram feitas a partir de uma captura de tela. Disponível em: <https://www.antipodesmap.com>. Acesso em: 17 fev. 2022.

a ser veiculada na TV brasileira foi *Íris*, no canal Globosat, em 2015. Mas por que tantos anos depois em comparação aos outros países? Provavelmente, isto aconteceu devido ao fato de o Brasil já possuir uma infraestrutura de produção de novelas de alta qualidade, dificultando a entrada dos K-dramas na programação televisiva brasileira. Como resultado, entre os anos 2000 e 2010, o K-pop entrou no Brasil antes dos K-dramas. Ou seja, primeiro aconteceu o sucesso da *Hallyu 2.0*, a qual abriu portas para a *Hallyu 1.0*<sup>10</sup>.

A turnê internacional fora da Ásia organizada pelo *Big Three* (as três grandes produtoras do K-pop) em 2011 é considerada um dos maiores marcos para a percepção de que a cultura pop sul-coreana estava alcançando grandes audiências globais. K-pop... (2018) mostra que estes shows foram transmitidos para a Coreia do Sul, causando grande comoção entre a população da nação. Além disso, tal evento proporcionou o fortalecimento do agrupamento de fãs do K-pop: os K-poppers. Gil Hwa Jung (2021) afirma que até então os fãs gostavam das músicas de forma mais individual, mas esse evento deu ao K-pop visibilidade, possibilitando que fãs das mais diversas origens pudessem se conhecer. Dessa forma, o *fandom* mundial foi fortalecido.

Além do show, que é um evento físico, o agrupamento de fãs da música pop sul-coreana já tinha uma base desenvolvida por causa de comunidades *on-line* em redes sociais digitais. De fato, o advento de tecnologias como a Internet gerou mudanças nos padrões de sociabilidade. Antes, as pessoas eram dependentes da proximidade física para criarem laços afetivos. Através dos meios digitais, facilitou-se o desenvolvimento de relações entre pessoas com padrões de consumo similares, mesmo que estejam em diferentes lugares do mundo. É exatamente ao redor da ideia de agrupamentos por gosto, os quais independem da distância física, que se fortaleceram algumas categorias importantes para esta pesquisa: “Fã” e “*Fandom*”.

No cenário da sociedade de consumidores, onde o ato de consumir está indissociável do cotidiano, vários estilos de vida são disponibilizados pelos e nos meios de comunicação e são consumidos pelos sujeitos, conforme discutido profundamente no capítulo anterior. Porém, dentre os estilos de vida moldados pelo consumo, existe o dos consumidores fiéis de K-pop: os fãs. E o que significa este termo? Carlos (2011, p. 20) discorre:

A palavra fã, no senso comum e na mídia, é usada para descrever alguém que gosta muito de algo ou alguém. A imagem de pessoas gritando e chorando na expectativa de ver o seu ídolo, por exemplo, é recorrente para representá-lo. Rapidamente ser fã torna-se quase sinônimo de fanático, num sentido pejorativo, caracterizando este alguém por uma falta de senso crítico e como uma espécie de seguidor passivo. [...] A

---

<sup>10</sup> Este parágrafo foi escrito com base na palestra de Gil Hwa Jung.

palavra em português fã é oriunda do inglês “fan”, abreviação de “fanatic”, vinda do latim “fanaticus”.

Já *fandom*, segundo Mesquita Júnior (2015), é uma palavra que tem origem na língua inglesa e é formada a partir da união das palavras *fan* (*fanatic*) e *dom* (de *kingdom*, que significa “reino”). O termo é usado para se referir a um aglomerado de fãs dedicados. Contudo, é importante explicar que *fandom* é um termo geral e genérico para grupos de fãs: cada *fandom* possui um nome específico. Por exemplo, o *fandom* do K-pop como um todo se chama K-popper, mas os fãs do grupo BTS se chamam ARMYs e os do grupo BLACKPINK, Blinks.

Haja vista parecer raso afirmar que somente consumir K-pop já classificaria os sujeitos, deve-se analisar as manifestações que são refletidas no corpo e no visual dos fãs a partir do consumo. Em outras palavras, o aspecto da corporificação da cultura, tal como apresentado por Featherstone (1995), é importante.

Cada agrupamento tem suas próprias características: indumentária preferida, gírias internas, conduta, forma de andar, etc. Muitos K-poppers se vestem ou querem se vestir como seus ídolos. Pensando na moda K-pop atual, resumidamente, os fãs buscam utilizar peças de roupa coloridas e *oversized* (roupas folgadas), muitas vezes em tons pastéis, misturando um visual romântico com *street style* (visual inspirado no *hip-hop* estadunidense). A combinação, que é bem variada, cria uma imagem de como um *idol* se veste e, conseqüentemente, quando os fãs adotam o estilo, cria-se a moda K-pop, mas claro, como já mencionado, o estilo criado não é fixo ou estático: há vários períodos da moda K-pop. Além das vestes, o visual dos cabelos dos *idols*, geralmente bem coloridos e em diversos formatos, também servem de inspiração para o estilo dos fãs. Na Figura 8, visualiza-se algumas combinações de roupas e cabelos dos artistas. (MODA..., 2021a; MODA..., 2021b).

Outra característica relevante do K-popper está no vocabulário específico. Quando os fãs estão conversando sobre os artistas e o mundo pop musical sul-coreano, várias palavras estrangeiras surgem, como: *debut*, *bias*, *ultimate*, *aegyo*, *maknae*, *disband*, *comeback*, *dance practice* e *fancam*. Para quem não faz parte do *fandom* ou não conhece muito sobre o K-pop, algumas conversas entre fãs não vão fazer o menor sentido.

Figura 8 - Idols e Moda K-pop



Fonte: Moda... (2021a).

Contudo, importa ressaltar que uma pessoa pode fazer parte de mais de um agrupamento, o que evidencia o aspecto múltiplo das identidades, como dito por Borelli, Rocha e Oliveira (2009). Alguém pode ser simultaneamente K-popper, fã de super-heróis, fã da cultura pop japonesa (ou *otaku*), estudante, pai, dançarino e cantor, por exemplo. Por isso, cada sujeito é único, tendo sua identidade individual formada por diversas características, as quais são compostas pelo contexto sócio-histórico de sua vida e pelo padrão específico de consumo que adota.

A ideia de um grupo de fãs que se une em torno do apreço por um objeto de consumo em comum é similar ao neotribalismo de Maffesoli (2010), mencionado no capítulo anterior. Neste conceito, enquanto as tribos tradicionais eram formadas a partir das relações entre pessoas que moravam próximas, as novas tribos (ou tribos urbanas) são formadas por sujeitos que compartilham padrões de consumo, interesses, gostos e, conseqüentemente, estilos de vida. Dessa forma, os termos “tribo K-popper” e “*fandom* K-popper” podem ser utilizados para se referir ao agrupamento dos K-poppers.

No contexto brasileiro, Santos (2016) observa que grande parte dos primeiros fãs da música pop sul-coreana conheceu os seus amados ídolos a partir do contato pré-estabelecido com elementos da cultura pop japonesa. Acredita-se que essa conexão entre a cultura pop do Japão e da Coreia do Sul se deu por meio da participação comum e frequente de artistas sul-coreanos nas trilhas sonoras de animês (animações japonesas). Até hoje, o mercado musical do K-pop lança projetos especificamente para o público japonês: há diversos álbuns ou músicas avulsas do K-pop cantados na língua nipônica. Por isso, a relevância do Japão para a música pop sul-coreana é clara. Porém, tal conexão Japão-Coreia do Sul não é tão perceptível para o público geral nos dias atuais. Para exemplificar, temos artistas do K-pop contemporâneo como

PSY, BTS e BLACKPINK, que conseguiram atingir audiências globais em contextos desconexos aos da cultura pop japonesa.

Logo após o primeiro contato com o K-pop, Santos (2016) afirma que os fãs se aprofundaram no universo musical sul-coreano a partir do YouTube, que vídeo após vídeo recomenda artistas relacionados. Tudo isso foi importante para que os fãs pudessem ampliar o repertório musical e conhecer mais *idols*, o que potencializou o consumo dos produtos culturais da *Hallyu* no Brasil e evidenciou uma forte relação do K-pop com os meios digitais. Sobre tal relação, Urbano *et al.* (2020, p. 185) discorrem:

A experiência do K-pop no Ocidente vem sendo mediada amplamente através dos usos das plataformas digitais, especialmente para os fãs de fora da Coreia e do Leste Asiático, que dependem delas para participarem das lógicas de fandom e consumirem os conteúdos disponibilizados pelos seus ídolos. Grupos e empresas se valem de plataformas como Youtube e VLIVE, para divulgar e comercializar o conteúdo produzido. Também é comum que os próprios artistas se utilizem das redes sociais para entrar em contato com o público e expandirem o seu potencial de alcance na indústria.

Haja vista o que foi apresentado, é notável que, para a construção e manutenção de uma forte base de fãs no Ocidente, a música pop sul-coreana teve como principais ferramentas a hibridização cultural e a utilização dos meios digitais. Porém, a participação dos *idols* no circuito midiático ocidental, principalmente no estadunidense, também foi importante para a grande expansão do alcance das músicas. Como exemplo de ações que conectaram os ídolos ao circuito ocidental, tem-se: a realização de turnês mundiais, a associação dos artistas com marcas globais, a colaboração musical com cantores ocidentais e a participação em eventos e premiações relevantes.

A entrada do K-pop na América Latina teve grande influência do YouTube, mas a plataforma digital não foi o suficiente para chamar atenção da população e do mercado estadunidense, que é o maior mercado musical do mundo, de acordo com IFPI (2021). Por isso, conquistar o mercado dos Estados Unidos era necessário para que o K-pop ganhasse relevância global.

Dois pontos de virada importantes na história do alcance global do K-pop, de acordo com Gil Hwa Jung (2021), foram: a viralização do videoclipe *Gangnam Style* e o sucesso da turnê do BTS na América Latina. A canção *Gangnam Style*, de PSY, de acordo com Cunha (2013), permaneceu semanas no topo de vendas da *iTunes Store*, loja virtual de serviços de entretenimento. O clipe soma mais de 4,3 bilhões de visualizações no YouTube (PSY..., 2012). Tanto o estouro deste clipe como o sucesso da turnê sul-americana do BTS foram importantes para conseguir captar a atenção dos Estados Unidos. Dessa forma, Gil Hwa Jung (2021) acredita

que, no solo americano, o K-pop conquistou primeiramente a população da América Latina, depois os latino-americanos que moravam nos Estados Unidos e, por fim, a população estadunidense de forma mais geral.

Para a inserção do K-pop no mercado global – no mercado estadunidense, em especial –, a contratação de *idols* para representar marcas globais tornou-se uma prática comumente adotada. Esta ação fortaleceu tanto o pop sul-coreano como o alcance das marcas. Como exemplo, tem-se as seguintes parcerias: a marca Chanel com os *idols* G-Dragon (do grupo BIGBANG) e Jennie (integrante do BLACKPINK), a marca Gucci com KAI (integrante do grupo EXO), a marca Dior com a *idol* Jisoo (do BLACKPINK), a marca Givenchy com todas as integrantes do *girl group* aespa<sup>11</sup>, as marcas BVLGARI, Celine e MAC com a *idol* Lisa (do BLACKPINK) e as marcas Louis Vuitton e McDonald's com todos os integrantes do *boy group* BTS. Além dessas parcerias, pode-se ressaltar mais um caso: a escolha da marca Saint Laurent de ter a cantora Rosé (do BLACKPINK) como a primeira embaixadora global da grife desde que foi criada em 1961. (CORONATO, 2021; ÁVILA, 2021; CASTRO, 2021).

Outro fator que ajudou o K-pop a alcançar novos públicos foi a realização de colaborações musicais entre artistas sul-coreanos e artistas do pop ocidental (em sua maioria, advindos do mercado estadunidense). O grupo BTS tem colaborações com grandes nomes como Coldplay, Megan Thee Stallion, Halsey, Sia e Nicki Minaj. Já o grupo BLACKPINK, lançou faixas em conjunto com artistas como Lady Gaga, Cardi B, Selena Gomez e Dua Lipa. Ainda há casos de colaborações do K-pop com cantores do mercado latino-americano, como a faixa *Chicken Noodle Soup*, do cantor J-Hope (integrante do BTS) com a cantora Becky G, e a faixa *Lo Siento*, do *boy group* Super Junior com a cantora Leslie Grace. As colaborações entre artistas latino-americanos e sul-coreanos resultam em faixas que misturam não só diversos estilos musicais, mas também línguas. Como resultado, essas canções têm partes cantadas em coreano, em espanhol e em inglês. (ARAÚJO, 2021).

Em relação ao nível de inserção no circuito midiático do pop ocidental, os grupos BTS e BLACKPINK são os que mais se destacam. Ambos foram indicados para premiações relevantes como *Billboard Music Awards*, *People's Choice Awards* e *MTV Video Music Awards*. BTS ainda foi mais longe ao ser indicado para as premiações do *American Music Awards* e do *Grammy Award* (FRANÇOZA, 2020), considerada a cerimônia de maior prestígio do mundo da música.

---

<sup>11</sup> A grafia minúscula é a grafia oficial do nome do grupo.

Por fim, percebe-se que os esforços para o sucesso global do K-pop foram bem-sucedidos. Ortega (2019) conta que a nação sul-coreana, em 2007, encontrava-se na trigésima posição dentre os maiores mercados fonográficos do mundo. Porém, IFPI (2021) apresenta dados atuais, segundo os quais a Coreia do Sul encontra-se na sexta posição dentre os mercados fonográficos. Ou seja, ocorreu um grande salto positivo na influência e no alcance da música sul-coreana.

Focando em BTS<sup>12</sup> (BILLBOARD, 2022) e BLACKPINK<sup>13</sup> (BILLBOARD, 2022), ambos os grupos tiveram várias faixas que conseguiram entrar na *The Billboard Hot 100* (BILLBOARD, 2022), que é a principal tabela musical da indústria fonográfica estadunidense. Essa tabela lista semanalmente as cem faixas mais consumidas nos Estados Unidos com base em vendas (físicas e digitais), em execuções em rádio (*airplay*) e em *streaming*. No caso do BTS, o grupo não só conseguiu emplacar diversos *hits* na tabela, como conseguiu que seis desses ficassem no topo, o que fez destas faixas as mais vendidas da semana. O *single* Butter, por exemplo, permaneceu no topo da tabela por dez semanas.

Dessa forma, é notável que o K-pop está entrando de forma cada vez mais profunda na cultura pop do ocidente, deixando claro que as produções estadunidenses não estão sozinhas na relevância global.

Considerando que, nas discussões apresentadas neste capítulo sobre o que é ser um fã, foram utilizadas principalmente as palavras “gostar” ou “consumir”, outro lado bem importante e essencial dos fãs está sendo pouco abordado: o lado ativo e produtor. Souza e Martins (2012, p. 5) argumentam que um *fandom* “representa mais do que um simples grupo de amigos reunidos para conversar sobre um gosto em comum; é um verdadeiro domínio de amplitude global, ativo, envolvido, consumidor e produtor de conteúdos”.

Em razão disso, por exemplo, os fãs do K-pop, além de consumirem os produtos relacionados à música pop sul-coreana, podem fazer coisas como: dar opiniões (positivas e negativas) sobre o universo do K-pop, desenvolver novos produtos (camisas, cadernos, chaveiros, colares, etc.) com a temática do K-pop, criar grupos próprios de dança, lecionar aulas de dança K-pop, realizar *covers* de música e de coreografia, fazer *fancams* (edições de vídeos que apresentam os *idols* prediletos) e *fanfics* (histórias fictícias acerca dos artistas), realizar doações e até mesmo organizar protestos políticos em nome dos ídolos.

---

<sup>12</sup> O *boy group* emplacou vinte três canções na The Billboard Hot 100.

<sup>13</sup> O *girl group* emplacou sete canções na The Billboard Hot 100.

A emergência da tecnologia digital, de acordo com Jung (2012), foi essencial para que os fãs (e consumidores em geral) ganhassem mais poder. Em específico, Hine (2015) explica que o ponto de virada foi o desenvolvimento da “Web 2.0”, que apresenta uma segunda onda de desenvolvimento da Internet, focada na participação dos usuários. Dessa forma, a Internet criou um ambiente no qual pessoas comuns podem compartilhar opiniões, críticas e produções próprias, tornando-se capazes de participar de forma mais ativa na agenda da cultura global.

Os tópicos finais deste capítulo discutem de forma mais aprofundada dois cenários que evidenciam o lado ativo do *fandom* K-popper: a criação de grupos de dança *cover* e o ativismo participativo e político.

### 3.4 Dança Cover de K-pop

Durante a dissertação, utiliza-se a palavra *cover* várias vezes, mas o que seria um *cover*? Com a intenção de conceitualizar o termo, foi consultada a versão *on-line* do dicionário Michaelis (2022), no qual *cover* é categorizado como oriundo da língua inglesa, sendo definido desta forma na cultura brasileira: “Diz-se de ou indivíduo que tem semelhança física com uma pessoa famosa e/ou a imita, geralmente em atividade artística”. Tal definição está focada na semelhança física e na imitação, relacionando-se com o sentido de “capa” (capa de revista, capa de disco, capa de livro) que a palavra *cover* carrega na língua inglesa. Neste conceito, alguém que faz *cover* da Britney Spears (Figura 9, à esquerda), como é o caso da *drag queen* Derrick Barry (Figura 9, à direita), seria alguém que imita a artista pop nos “trejeitos” e vestes, além de possuir uma “capa” ou aparência bem parecida com a de Britney.

Em palavras mais coloquiais, o *cover* de um artista possui uma “carcaça” similar ao de quem imita. Contudo, o termo *cover* não é utilizado da mesma forma nas duas línguas: Derrick Barry, um artista *cover* para os espectadores brasileiros, seria chamado de *impersonator*, traduzido livremente como imitador, pelos falantes da língua inglesa.

Figura 9 - Britney Spears e Derrick Barry



Fonte: Twitter<sup>14</sup>.

Há mais um outro sentido para a palavra *cover*, o qual é voltado para a reprodução e reinterpretação de uma performance artística. Encaixando neste sentido, a música *cover*, coloquialmente conhecida como versão *cover*, é assim chamada quando um artista que não é o original realiza uma nova gravação ou performance de uma faixa já existente. Como exemplo, a canção “I Will Always Love You” é originalmente da cantora Dolly Parton, o que faz a versão da Whitney Houston e qualquer outra serem *covers*.

No âmbito de música e performance, o termo *cover* não possui necessariamente o sentido de imitação, como visto na definição do dicionário Michaelis, porque a música *cover* não se compromete com a simples reprodução da original, mas comumente pressupõe uma nova interpretação artística da obra. Por exemplo, as versões de “I Will Always Love You” de Dolly Parton e de Whitney Houston, mesmo com a mesma letra e melodia, possuem arranjos, interpretações, ritmos e estilos bem diferentes (a primeira é uma balada *country* e a segunda é uma balada pop). (WHAT..., 2022).

A partir desta definição, além da existência de músicas *covers*, existe o caso das bandas *covers*. Algumas dessas bandas oferecem *remakes*, que são a tentativa de reproduzir o exato som e, às vezes, as exatas imagem e aparência, da banda original, buscando encarná-la nos palcos. Essa ideia é similar à definição de Michaelis. Porém, também existem as bandas *covers* que realizam reinterpretações do material original. Como exemplo, a banda Beatallica

<sup>14</sup> Disponível em: <https://twitter.com/DerrickBarry/status/897566161826570240/photo/1>. Acesso em: 7 mar. 2022.

(Figura 10) toca o repertório dos Beatles ao estilo da banda Metallica. Já a banda Dread Zeppelin (Figura 11), toca *covers* em versão reggae de Led Zeppelin com um *cover* (no sentido de *impersonator*) de Elvis Presley como vocalista. (WHAT..., 2022).

Figura 10 - Beatallica



Fonte: Jessi (2015).

Figura 11 - Dread Zeppelin



Fonte: McGurk (2012).

No cenário do K-pop em Fortaleza, existe o grupo de dança Cypher, que é *cover* do BTS, dançando somente as coreografias do específico *idol group* sul-coreano. Devido a essa singularidade e para tornar o aspecto *cover* mais realista, cada integrante do Cypher representa um respectivo integrante do BTS, chegando a pintar e estilizar o cabelo tal qual os *idols*. Como resultado da busca pela semelhança visual e da performance coreográfica de alta qualidade apresentada nos palcos, o Cypher conseguiu construir um nome sólido no cenário fortalezense,

chegando a ser contratado para festas de aniversários de ARMYs (nome dado para os fãs do BTS) e para eventos em escolas.

Salienta-se que a maioria dos grupos de dança cover de Fortaleza não se prendem a apenas um *idol group* específico, mas costumam se restringir a fazer *covers* das coreografias somente de grupos femininos ou de masculinos. A fidelidade à aparência surge em alguns momentos, tais como nas competições de dança e nas gravações de vídeos para o Youtube, momentos em que os jovens dançarinos buscam se vestir de maneira que lembre os *idols*. Porém, considerando que uma mesma pessoa pode estar praticando e apresentando mais de uma coreografia de *idol groups* distintos, a preocupação com o visual estará mais conectada ao figurino. Comumente, não há a preocupação de ser *cover* (no sentido de *impersonator*) de um ídolo. Por isso, pode-se dizer que o cenário *cover* está mais conectado à performance geral do que ao visual individual.

Trazendo mais exemplos do K-pop de Fortaleza, existe o Primadonna *Dance Group*, conhecido simplesmente como Primadonna, que é um grupo de dança *cover* que prepara performances somente de *girl groups*. No caso da realização de performances de grupos sul-coreanos que são mistos, os dançarinos *cover* preparam colaborações. Como exemplo, o Primadonna juntou-se ao Alive *Dance Group*, um grupo *cover* masculino, para realizar a performance da música *GUNSHOT* do *idol group* KARD, que é misto, sendo composto por duas meninas e dois meninos.

No caso do Cypher, percebe-se que os integrantes buscam ter similaridades com os *idols* para fortalecer o efeito que a performance *cover* gera no público. Esta busca por similaridade restringe-se a pequenas intervenções na aparência. Porém, existem casos nos quais a busca para ser igual a um *idol* pode ser bem radical. Por exemplo, o jovem sul-coreano Jimin (antes, britânico Oli London), de acordo com Após... (2021), gastou cerca de 750 mil reais em dezoito intervenções cirúrgicas para se parecer com o *idol* sul-coreano Park Jimin, integrante do BTS. A obsessão do jovem em relação ao artista iniciou com a simples vontade de se casar com seu ídolo. Eventualmente, ele concluiu que não conseguiria tal feito, mas poderia pelo menos parecer com o artista. Como resultado, o jovem fã não somente mudou o visual por meio de cirurgias, como alterou a sua nacionalidade – agora, ele é sul-coreano – e o seu próprio nome: atualmente, Oli se chama Jimin.

Apesar do fenômeno da *Hallyu* ter influências positivas para diversos fãs, alguns podem absorver a cultura do país asiático de forma negativa. O caso extremo de Jimin, que mudou totalmente a sua aparência, não é tão distante da realidade de alguns fãs radicais da cultura sul-coreana: os chamados *koreaboo*. Estes são os fãs que nutrem uma paixão exagerada

pela Coreia do Sul, normalmente preferindo tudo o que for sul-coreano enquanto menospreza o que for advindo de sua nacionalidade de nascença e de qualquer outra região do mundo. O *koreaboo* perde o senso crítico, negando a existência de qualquer característica negativa na sociedade sul-coreana. (FERREIRA, 2016).

Com o intuito de remontar a história da *Hallyu* em Fortaleza, lembrando que o K-pop chegou antes dos K-dramas em solo brasileiro, Ferreira (2016) aponta que os primeiros contatos dos fortalezenses com o K-pop aconteceram entre os anos 2003 e 2004 através do uso de máquinas de dança como *Pump It Up*, presentes em shoppings da cidade, e dos eventos de cultura pop japonesa. Como já mencionado, a conexão da música sul-coreana com a cultura japonesa tem relação com o uso de faixas do K-pop nas trilhas sonoras das animações japonesas.

O agrupamento K-popper desenvolveu-se na cidade de Fortaleza a partir de interações *on-line* e *off-line*. Além do contato com as músicas ter sido facilitado por meio do acesso ao YouTube, redes sociais como o Orkut continham comunidades *on-line*, tais como “Pump it Up Fortaleza” e “Kpop-CE”, que divulgavam as músicas e os videoclipes mais consumidos no momento, notícias e programas de variedades semanais com participações dos *idols*. Ademais, sites como “Soompi” entregavam novidades relacionadas à *Hallyu* para os fãs. (FERREIRA, 2016).

Os encontros *off-line*, de acordo com Ferreira (2016), aconteciam no Shopping Benfica, no Centro Cultural Dragão do Mar e na Praça Portugal. Por meio de uma entrevista com Nina Andrade, precursora da cena K-popper de Fortaleza, Ferreira (2016) explica que os fãs costumavam se encontrar para jogar vôlei ou basquete, até que alguns decidiram tentar aprender uma dança do K-pop pelo YouTube. A partir daí, reuniões para aprender e praticar as coreografias tornaram-se comuns. Como resultado, os fãs começaram a criar seus próprios grupos de dança, ocupando diversos espaços da cidade para ensaiar, principalmente praças públicas como a Praça Luíza Távora (mais conhecida como Praça da Ceart) e a Praça das Flores. Tudo mudou com as políticas públicas da Rede CUCA de Fortaleza, a qual dispõe de seus espaços para o uso da juventude. Os detalhes acerca da juventude e da Rede CUCA serão abordados no capítulo seguinte.

Inicialmente, os fãs de K-pop aprendiam os passos de dança só por diversão, mas toda a dinâmica mudou à medida que foram surgindo competições valendo prêmios. Mas por que foram criadas essas competições? Percebendo a paixão pelas coreografias, eventos de cultura pop japonesa como o Anime Friends (em São Paulo) abriram espaço em sua programação para competições de dança cover de K-pop, atraindo participantes de várias regiões do país. Torres (2019) afirma que o valor da premiação para o grupo vencedor está por

volta dos 2.500 reais, mas ressalta que quem perde não sai necessariamente de mãos vazias: normalmente há premiações para grupos além do primeiro lugar.

Tendo em vista o desenvolvimento deste cenário competitivo, o que era simplesmente um *hobby* tornou-se um trabalho para alguns, os quais passaram a dedicar muito tempo e dinheiro para a preparação de suas performances. Como resultado da crescente popularização dos *covers*, a quantidade de competições aumentou. Para exemplificar, eventos em escolas e em shoppings, além dos eventos voltados especificamente para o K-pop, começaram a criar seus próprios concursos valendo prêmios.

Na visão de Santos (2016), a onda de competições de *covers* no Brasil pode ter iniciado no Anime Friends. Seguindo o exemplo paulista, o evento fortalezense Sana iniciou o cenário competitivo na capital cearense. Apesar do *fandom* K-popper ter nascido em Fortaleza a partir do contato dos fãs com o YouTube, com os jogos de dança e com a cultura pop japonesa, a realização das competições *cover* foi o acontecimento chave para a popularização da música pop sul-coreana no território. Por exemplo, o grupo *cover* Primadonna, acompanhado por meio de uma etnografia, só foi criado porque as quatro fundadoras se deslumbraram com as performances dos *covers* em um evento do Sana.

Por esse motivo, considerando que muitas pessoas tiveram o primeiro contato com o K-pop ao assistir às competições, conclui-se que os eventos competitivos fortaleceram a comunidade de fãs e propiciaram a criação de novos grupos *cover*. Com o passar dos anos, de acordo com Silva (2018), o sucesso do K-pop em Fortaleza cresceu tanto que a cidade chegou a sediar, dentro do evento Sana, uma das etapas regionais do maior evento de *covers* do mundo: o *K-pop World Festival*, organizado pela comunidade KoreaON<sup>15</sup>.

É interessante ressaltar que o Sana, como observado por Macedo (2018), é um evento que foi criado por fãs da cultura pop japonesa, o que faz do evento um bom exemplo de uma produção feita de fãs para fãs. Considerando esse aspecto, deduz-se que membros da organização do festival, além de *otakus*, eram K-poppers, o que vai de acordo com a conexão já mencionada entre a cultura pop japonesa e a música pop sul-coreana. Antes da popularização mundial do K-pop, Santos (2016) acredita que boa parte dos K-poppers brasileiros eram

---

<sup>15</sup> “O KoreaON é uma comunidade brasiliense que visa a divulgação da cultura sul-coreana no Brasil. A equipe é formada por estudantes universitários das mais diversas áreas de atuação, que têm em comum a admiração pela cultura tradicional e popular sul-coreana. As atividades do grupo começaram em 2014, com o convite da Embaixada da Coreia do Sul para produção do concurso internacional de talento de dança e canto; K-POP World Festival e, desde então, é responsável pelo concurso em território brasileiro. Além disso, o KoreaON vem atuando na cobertura de shows de K-POP no Brasil e assessoria de eventos relacionados à cultura coreana”. Disponível em: <https://koreaonbrazil.com/sobre/>. Acesso em: 28 mar. 2021.

simultaneamente *otakus*. Apesar de hoje o Sana ser um evento multitemático, não mantendo a conexão principal com a cultura pop japonesa, as competições de dança estavam presentes na programação mesmo antes dessa modificação. Dessa forma, deduz-se que os próprios amantes do K-pop, incluídos na produção do evento, criaram a competição *cover* como um espaço dedicado a algo que eles, como fãs, também gostam.

Além de aprenderem os passos de dança, os dançarinos *cover* dublam as canções e preparam figurinos iguais ou bem similares aos originais. Tem-se como pressuposto, quando possuem tempo o suficiente para praticar uma coreografia, que também procuram incorporar alguns 'trejeitos' dos artistas que estão representando. Por exemplo, na mesma coreografia podem existir *idols* que dançam com feições sorridentes, mas podem existir outros que se utilizam de expressões mais sensuais. Neste caso, os *covers* intentam trazer as interpretações específicas dos artistas. Tudo isso é feito com o objetivo de incorporar a performance e a interpretação dos ídolos. Como resultado, quem está assistindo a uma apresentação *cover* do K-pop de boa qualidade pode sentir que está assistindo aos ídolos originais, o que rende muitos gritos de animação da plateia.

Na edição do final de 2018, o Sana realizou audições e selecionou 25 grupos para participarem do concurso. Dentre os selecionados, 10 grupos saíram com prêmios. Durante a referida competição, cada um dos grupos teve que apresentar um *cover* de uma coreografia selecionada por eles para uma plateia cheia, incluindo uma bancada de jurados, os quais avaliaram os participantes de acordo com os seguintes critérios: fidelidade à coreografia original, sincronia do grupo, expressão (facial e corporal) e figurino. (SAMPAIO, 2018).

Além do cenário competitivo, os grupos de dança *cover* ensaiam coreografias para a produção de vídeos visando o compartilhamento em seus canais no YouTube, no Instagram e no TikTok. Esses vídeos são gravados em diversos ambientes da cidade: praças, praias, parques, lojas, ruas, bares, etc. A escolha de vários lugares para as gravações não decorre somente da vontade de trazer diversos cenários da cidade para os vídeos, mas do fato de que o Primadonna e os outros grupos *cover* não possuem um lugar só deles. Por isso, acabam dependendo dos espaços públicos e da autorização de espaços privados. As Figuras 12, 13 e 14 mostram algumas dessas performances feitas pela cidade para as redes sociais.

Figura 12 - Performance de “SO BAD” em praça



Fonte: Print de vídeo do Primadonna no Youtube<sup>16</sup>.

Figura 13 - Performance de “Ice Cream” na calçada



Fonte: Print de vídeo do Primadonna no Youtube<sup>17</sup>.

Figura 14 - Performance de "GUNSHOT" em rua



Fonte: Print de vídeo do Primadonna no Youtube<sup>18</sup>.

---

<sup>16</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=uSutrzZZOcc>. Acesso em: 17 jun. 2021.

<sup>17</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=n68JOK6UFLM>. Acesso em: 17 jun. 2021.

<sup>18</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=aUaC5Sq-qWM>. Acesso em: 17 jun. 2021.

### 3.5 K-popper Ativismo

A cultura de fãs, antes fortemente guiada por desejos de consumo, tornou-se consciente das questões sociais. Muitos *fandoms* oriundos da Coreia do Sul começaram a concentrar esforços em prol da melhoria do bem-estar público e da resolução de problemas sociais. Para alcançar tais objetivos, os fãs frequentemente organizavam atividades de caridade, tornando possível arrecadar boa quantia para diversos tipos de causas enquanto assinavam tais feitos sob os nomes de seus ídolos. Dessa forma, parecia que os próprios artistas tinham feito as doações. (JUNG, 2012).

Essa atitude não é adotada somente pelos *fandoms* sul-coreanos. Como exemplo de um caso brasileiro, os fãs do grupo BTS criaram, em 2019, o grupo *Army Help The Planet*, ajudando inicialmente no reflorestamento de regiões da Floresta Amazônica. Em seguida, em 2020, o grupo reuniu-se para ajudar no combate aos incêndios no Pantanal, conseguindo arrecadar mais de 40 mil reais por meio de um financiamento coletivo *on-line*. Além desse caso, o *fandom* brasileiro juntou forças mais vezes em 2021, para combater a fome das pessoas em estado de vulnerabilidade devido ao surto pandêmico do coronavírus, e em 2022, para prestar auxílio às vítimas dos deslizamentos de terra em Petrópolis. (OTTO, 2019; FÃS..., 2020b; BALDUCCI, 2021; BALDUCCI, 2022).

Outros casos grandiosos de caridade são destacados por Urbano *et al.* (2020, p. 186):

[...] o caso dos fãs do B.A.P que arrecadaram fundos e construíram uma escola completa em Gana em 2018 com impacto direto mais de 700 crianças na comunidade em Aksombo Ketem, ou o caso dos fãs do Seo Taiji and Boys que comemoram o 20º aniversário do grupo reunindo doações para a plantar a “Seotaiji Forest” em uma área de cinco hectares na floresta de Guapiaçu, em Cachoeiras de Macacu, Rio de Janeiro.

Além dos movimentos de caridade, os K-poppers mostram um lado ativo ao se unirem em defesa de seus ídolos. Foi possível discorrer sobre esse assunto em uma entrevista<sup>19</sup> com Gabriela Rodrigues, a líder do grupo fortalezense de dança *cover* Primadonna. A jovem publicitária e dançarina comenta que, mesmo que às vezes a indústria musical do K-pop seja controladora, impedindo os *idols* de se assumirem como LGBTQIA+ ou impondo normas em relação ao peso corporal, os fãs não são iguais à indústria. A entrevistada acrescenta ainda que

---

<sup>19</sup> Essa entrevista foi realizada por meio de uma *live* para o programa “Comunicação em Movimento” do canal do Youtube do grupo de pesquisa EMERGE (Centro de Pesquisas e Produção em Comunicação e Emergência) da Universidade Federal Fluminense. A entrevista está disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=u3qn\\_X7CmAA](https://www.youtube.com/watch?v=u3qn_X7CmAA). Acesso em: 4 mar. 2022.

frequentemente os fãs não somente denunciam os lados negativos, como demandam melhorias em relação às restrições impostas pela indústria.

A imagem de um corpo ideal magro é consumida ao redor do mundo, mas na indústria da música pop sul-coreana fica perceptível o quanto isso não é só desejado pelas gravadoras, como também pelo próprio público consumidor da nação e pelos próprios artistas. O cuidado com a saúde é compreensível, mas até que ponto a ideia do emagrecimento é saudável? A situação se torna perigosa quando o peso considerado “bonito” na Coreia do Sul encontra-se bem abaixo do que seria “normal”. Por exemplo, em 2014, a *idol* Tiffany do grupo Girls’ Generation afirmou que foi apelidada de “porca” devido às suas medidas corporais – 48 quilos e 1,62 metros de altura. Com tais números, que inclusive se encontram abaixo do normal segundo os cálculos de IMC<sup>20</sup>, a cantora era a integrante mais pesada do grupo, o que era considerado suficiente para ser menosprezada pelo público. (DOO, 2016; HYUN-JU, 2017).

Na busca pelo corpo ideal, muitas mulheres sul-coreanas permanecem em dieta constantemente, chegando ao ponto de desenvolverem transtornos alimentares. Apesar da pressão pelo corpo ser bem maior entre as mulheres, ressalta-se que os homens também sofrem com os padrões da imagem corporal. (DOO, 2016; HYUN-JU, 2017).

O caso da cantora Ailee, que é conhecida no K-pop pela voz potente, é outro exemplo. A artista chegou a chorar em entrevista ao afirmar que só poderia continuar com sua carreira caso emagrecesse, sendo posto para ela que o peso e a aparência seriam bem mais importantes que sua habilidade vocal e performance. Para manter o corpo ideal – que pode salvar a carreira de um *idol* –, são mantidos hábitos alimentares que podem ser perigosos. Algumas dietas dos artistas chegam a ser compartilhadas, servindo de inspiração para outras pessoas. Dentre as dietas mais perigosas, está a da *idol* IU, que se alimenta somente de uma maçã, duas batatas doce e um *shake* de proteína por dia. (VIANNA, 2018).

Vale ressaltar que os fãs se unem em defesa de seus ídolos e se posicionam frequentemente contra tais padrões perigosos de beleza. Para exemplificar, quando Jennie do BLACKPINK publicou uma foto no Instagram com suas bochechas mais aparentes (Figura 15), os K-poppers se uniram contra um site sul-coreano de notícias que disse que a artista estava gorda. Na publicação, o artigo indagava sobre o aparente aumento de peso da cantora e

---

<sup>20</sup> “IMC significa Índice de Massa Corporal e é um parâmetro utilizado para saber se o peso está de acordo com a altura, o que pode interferir diretamente na saúde e qualidade de vida da pessoa. Assim, a partir do resultado do IMC é possível saber também se a pessoa está dentro do peso ideal e também identificar sobrepeso, obesidade ou desnutrição em crianças, adolescentes, adultos ou idosos”. Disponível em: <https://www.tuasaude.com/calculadora/imc/>. Acesso em: 10 mar. 2022.

acreditava que isso estaria preocupando todos os fãs. Como resposta, os K-poppers mandaram muitas mensagens irritadas para a publicação, questionando o motivo do desejo de os artistas serem mais magros do que já são. (STRAMASSO, 2021).

Figura 15 - A foto publicada por Jennie



Fonte: FÃS... (2022).

Além de defenderem seus artistas prediletos, os fãs também participam de mobilizações de teor político. Para exemplificar, após o assassinato do segurança negro George Floyd nos Estados Unidos em 2020, Arruda (2020) conta que diversas manifestações foram realizadas por todo o país norte-americano contra o racismo e a violência policial. Essa série de protestos ficou conhecida como *Black Lives Matter* (em português, Vidas Negras Importam). Depois que o grupo BTS se posicionou oficialmente a favor das manifestações, doando 1 milhão de dólares para o movimento, Urbano *et al.* (2020) afirmam que os ARMYs (fãs do BTS) desenvolveram uma campanha de doações no Twitter para arrecadar o mesmo valor doado pelo grupo de *idols*. Em pouco mais de três dias, arrecadaram 1,2 milhões de dólares nesta campanha.

Em sequência, ainda durante os protestos do *Black Lives Matter*, o *fandom* se reuniu para sabotar o aplicativo da polícia da cidade de Dallas, que era utilizado para a identificação de “protestantes violentos”. De acordo com Fãs... (2020a), a sabotagem aconteceu por meio do envio em larga escala de *fancams* (vídeos mostrando os *idols*) para o aplicativo. Isso fez com que o sistema travasse e fosse retirado do ar.

Outra ação dos K-poppers ocorreu em um ato da campanha de Donald Trump, ex-presidente dos Estados Unidos. Junto aos usuários do TikTok, os K-poppers reservaram centenas de milhares de vagas, sem a intenção de preenchê-las, para a participação no comício

de Trump, que iria acontecer em um lugar cuja capacidade era de somente 19 mil pessoas. Com altas expectativas, a equipe do ex-presidente montou um espaço extra para contemplar a grande quantidade de pessoas que não caberia no evento. No dia do comício, destruindo as expectativas da organização, o lugar estava bem vazio. (USUÁRIOS..., 2020).

No cenário local, os K-poppers fortalezenses também se organizaram por motivações políticas. Em meados do ano de 2018, em sequência ao resultado das eleições presidenciais no país, um importante diretor do evento Sana, que tem em sua programação a competição de dança *cover* mais relevante das regiões Norte e Nordeste, comemorou a vitória de Jair Bolsonaro por meio de comentários como “chora mais” e “o mito chegou”. Tal apoio do diretor ao presidente eleito, o qual possui uma carreira política marcada por frases LGBTfóbicas, machistas e racistas, enfureceu os fãs de K-pop que participavam das competições. Como resultado, as divergências dos posicionamentos entre os fãs e o diretor do evento levaram à divulgação pública de um boicote dos K-poppers ao Sana, que conseguiu juntar mais de 1,3 mil apoiadores no Facebook. (BRUNO, 2018).

Quando questionada sobre a atitude do diretor, a Fundação Cultural Nipônica Brasileira, organizadora do Sana, alegou ser completamente apartidária, ressaltando que as declarações do específico membro da direção eram somente dele próprio, seguindo seu livre direito de manifestação. Apesar do apoio a Jair Bolsonaro ser possivelmente um caso isolado dentro da direção, não representando necessariamente o evento como um todo, o fato de tal diretor ser o principal porta-voz na promoção do Sana pelas mídias foi fator determinante para a insistência no boicote. Visto que cerca de 60 grupos de dança se uniram ao ato contra o festival, o evento tentou oficialmente apaziguar a situação, o que foi ineficaz. (BRUNO, 2018).

Gabriela, a líder do Primadonna, foi uma das pessoas que esteve à frente do boicote<sup>21</sup>. Ao comentar sobre os acontecimentos motivadores para a realização do ato político, a jovem usou da analogia de uma pequena fagulha iniciando um grande incêndio: de início, os grupos mais influentes no cenário fortalezense decidiram não participar do Sana, o que encorajou os grupos menores e até mesmo pessoas externas ao K-pop a fazerem o mesmo.

Para Gabriela, a principal diferença entre os fãs do pop sul-coreano e os do ocidental é a união entre os diversos *fandoms* do primeiro. Na visão dela, enquanto no pop ocidental os grupos de fãs costumam rivalizar os seus ídolos, os K-poppers demonstram maior unicidade. Além disso, a jovem se utiliza do termo “K-popper ativismo” para se referir a tal união destes

---

<sup>21</sup> Gabriela também falou sobre o boicote na entrevista realizada para o “Comunicação em Movimento”. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=u3qn\\_X7CmAA](https://www.youtube.com/watch?v=u3qn_X7CmAA). Acesso em: 4 mar. 2022.

fãs diante de causas consideradas importantes para a comunidade. Esse ativismo ignora as fronteiras entre nações, tornando-se global.

Referindo-se às pessoas que compõem o agrupamento K-popper, Gabriela destaca a presença muito expressiva de mulheres e de sujeitos LGBTQIA+. Tal diversidade também está presente nos *idols*. Por isso, os comentários do diretor do Sana a favor do presidente Bolsonaro causaram grande desconforto entre os fãs, que sentiram intimamente a violência contra a existência de si mesmos e de seus ídolos.

As eleições presidenciais de 2018 foram somente o estopim para a decisão pelo boicote ao Sana. Gabriela denuncia que a produção do evento não tratava os competidores de dança *cover* como deveria. Mesmo sendo atrações nos festivais, os dançarinos não eram contemplados com condições básicas como camarim e água, precisavam se arrumar nos banheiros coletivos do evento e comprar tudo o que consumissem. Além disso, os participantes não ganhavam isenções ou descontos nos ingressos e competiam por prêmios insatisfatórios quando se leva em conta a magnitude do evento. Observando as denúncias dos fãs em relação à produção do Sana, nota-se que o boicote tinha motivações bem mais profundas.

Além da realização do boicote, os grupos de dança *cover* que aderiram ao movimento decidiram organizar seu próprio festival: o *K-Resist*. Tal evento, cujo nome deixa claro o caráter político por meio da palavra *resist* (resistência, em português), foi gratuito e serviu como um lugar para celebrar a própria existência e a diversidade. Sem caráter competitivo, os grupos de dança apresentaram diversas coreografias do K-pop, inclusive algumas que seriam apresentadas no evento boicotado.

Mesmo com o boicote, o Sana aconteceu como previsto, porém, com a sensação de esvaziamento, o que provocou mudanças significativas para o evento do ano seguinte. Após algumas negociações com os grupos de dança, as condições e os prêmios melhoraram. Ademais, o diretor bolsonarista foi afastado dos bastidores do evento, o qual passou por uma renovação significativa na equipe. Com tais resultados, Gabriela considera que os protestos da comunidade K-popper foram positivos e importantes para a história do agrupamento em Fortaleza.

É notável o caráter ativo e participativo dos K-poppers, mas será que existe algo no próprio K-pop que explicaria tal mobilização? A música pop sul-coreana surgiu em volta de intenções políticas, lembrando que o grupo Seo Taiji and Boys enfrentou o sistema de censura ao lançar músicas que criticavam a sociedade e o governo de seu país, mas o K-pop contemporâneo não costuma se posicionar em assuntos políticos, afinal, os *idols* são preparados para o puro entretenimento e não devem se envolver em polêmicas: em momentos críticos, os posicionamentos necessários são feitos por meio dos representantes das empresas que

gerenciam os grupos. Dessa forma, conclui-se que o “K-popper ativismo” parece ser um movimento que vem dos próprios fãs, os quais dão ao K-pop novos significados que não foram pensados pelos produtores originais. Em outras palavras, infere-se que os produtos para o consumo podem ganhar vida própria depois de lançados.

A partir da visão de Gabriela, percebe-se que o cenário de dança *cover* de K-pop é um bom exemplo de um contexto no qual a mercadoria ganha vida própria nas mãos dos consumidores. Para a jovem dançarina, os grupos de dança *cover* representam um espaço de liberdade no qual as pessoas podem se expressar, aceitar a sua própria beleza e o seu corpo. Neste cenário, os fãs se utilizam do K-pop, mas mudam as regras: brincam com a performance de gênero sexual (homens fazem *cover* de *idols* ou grupos femininos), apreciam corpos fora do padrão de beleza sul-coreana e exaltam a diversidade das sexualidades.

A entrevistada ainda acrescenta que, a partir do contato com a dança, os fãs melhoram a oratória e a presença de palco, vencem a timidez e buscam novas oportunidades para a vida. Dessa forma, a jovem conclui que nesse espaço promovido pela cena *cover* do K-pop as pessoas são aceitas do jeito que são e divulgam o amor-próprio e ao próximo. Como reflexo disso, o cenário K-popper fortalece exalta diversidade de gênero, de sexualidade, de raça e de corpos.

## 4 JUVENTUDE K-POP DANCE COVER DE FORTALEZA

### 4.1 A Capital Alencarina e a presença sul-coreana

Localizada às margens do Oceano Atlântico, Fortaleza é a capital do estado do Ceará, o qual encontra-se na região Nordeste do Brasil. A população da cidade é a quinta maior no país, contando com cerca de 2,7 milhões de habitantes. Em relação ao PIB brasileiro, Fortaleza está em nono lugar. O posicionamento geográfico do estado cearense e da capital é considerado estratégico (ADECE, 2014) por causa da proximidade com os Estados Unidos, a Europa, a África e, por meio do Canal do Panamá, a Ásia. Dessa forma, o território é visto como um portão internacional aéreo (pelo Aeroporto Internacional de Fortaleza – Pinto Martins) e marítimo (pelo Porto do Mucuripe – em Fortaleza – e pelo Porto do Pecém – no município de São Gonçalo do Amarante). (PREFEITURA MUNICIPAL DE FORTALEZA, 2021).

A cidade encontra-se em uma zona de clima tropical com vegetação litorânea, a qual é composta pelos biomas mangue e restinga. Apesar da temperatura permanecer alta, variando em média de 24°C a 32°C, a cidade tem elevada umidade e bastante circulação de ventos, principalmente por causa da proximidade com o mar. O litoral fortalezense tem cerca de 34 quilômetros de extensão e está dividido em 15 praias, as quais são grandes atrativos para turistas. A capital é o quinto maior destino turístico do Brasil. (PREFEITURA MUNICIPAL DE FORTALEZA, 2021; CAMPOS, 2022).

Uma alcunha comum associada ao Ceará, também utilizada para Fortaleza, é “Terra da Luz”. Este nome guarda relação com a grande quantidade de dias ensolarados que a região possui – em específico, Fortaleza tem cerca de 230 dias ensolarados por ano –, mas o significado principal vem do fato de o estado cearense ter sido o primeiro a abolir a escravatura no Brasil. Tal acontecimento se deu no dia 25 de março de 1884, quatro anos antes da Lei Áurea. Esta data se tornou um feriado cearense. (SULIANO; MIRO, 2014; PREFEITURA MUNICIPAL DE FORTALEZA, 2021).

A cultura fortalezense é rica e diversificada. Dentre alguns exemplos de elementos culturais, pode-se destacar: o artesanato (a aplicação de tecidos e couros, os artefatos de areia colorida), a literatura (José de Alencar<sup>22</sup>, Rachel de Queiroz), a música (gêneros musicais como o forró), o cinema (diretores premiados como Karim Aïnouz) e moda (a cidade é o principal polo de produção modista do Nordeste). Também é conhecida pelos humoristas devido aos

---

<sup>22</sup> Devido à relevância de José de Alencar, Fortaleza também possui outra alcunha: “capital alencarina”.

grandes nomes de artistas de comédia que saíram do Ceará, tais como Chico Anysio, Renato Aragão, Tom Cavalcante, Falcão e Tiririca. Em relação à culinária, destacam-se o baião de dois, o bobó de camarão, a carne de sol e o caranguejo. Sobre o esporte na região, apesar do futebol ser a prática predominante, tanto a capital como o estado em geral são conhecidos pelos esportes náuticos, como o surfe e a vela. (CAMPOS, 2022).

Em relação aos festejos regionais, pode-se exemplificar os projetos fomentados pela Secretaria da Cultura do Estado do Ceará (Secult-CE) por meio dos seguintes editais: Carnaval do Ceará (com Maracatu, Escolas de Samba, Bloquinhos, Cordões e Afoxé), Ceará da Paixão (referente à celebração da Semana Santa), Ceará Junino (englobando as festividades juninas e as competições de quadrilhas) e Ceará Natal de Luz (SECULT, 2022).

Quando comparado às demais capitais nordestinas, o processo de ocupação e criação da cidade de Fortaleza foi tardio. Tal fato se deu principalmente por causa da dificuldade que os colonizadores portugueses enfrentaram nas tentativas de dominar os povos tradicionais da região, como os potiguaras, por exemplo. Dessa forma, a ocupação efetiva do território fortalezense aconteceu somente em 1612 por intermédio da fundação do Forte de São Sebastião, o primeiro forte da cidade. Contudo, mesmo com a construção desse forte e a ocupação militar, os colonizadores portugueses enfrentaram resistência dos povos indígenas e invasões de outras tropas estrangeiras, mais precisamente dos holandeses. (CAMPOS, 2022).

Dentre as investidas holandesas, a mais efetiva aconteceu em 1649, resultando na construção do Forte de Schoonenborch, que foi tomado pelos portugueses cinco anos depois, em 1654. Este forte vincula-se fortemente à história da cidade de Fortaleza e ao início do povoamento na região, cuja população veio a se formar a partir da construção. Depois da tomada do forte, os portugueses o renomearam como Fortaleza de Nossa Senhora da Assunção, que serviu de inspiração para a escolha do nome atual da capital cearense. Haja vista a importante conexão do forte com a história da cidade, além da herança cristã advinda dos colonizadores, Nossa Senhora da Assunção foi adotada como padroeira de Fortaleza, sendo celebrada no dia 15 de agosto em um feriado municipal. (PREFEITURA MUNICIPAL DE FORTALEZA, 2021; CAMPOS, 2022).

Ademais, este feriado também é celebrado pelos umbandistas, que homenageiam Iemanjá pelas praias da capital. A atual conexão da santidade cristã à Iemanjá é resultado do sincretismo religioso brasileiro, que uniu as crenças cristãs com as de matriz africana, presentes nos povos africanos que foram capturados, escravizados e enviados ao Brasil. Proibidos de prestar culto às suas religiões, eles vincularam imagens de santos católicos às divindades africanas. (MELO, 2021).

Em 1726, por causa do crescimento urbano do povoado ao redor do forte, a região que se tornaria a cidade de Fortaleza foi reconhecida como vila. Posteriormente, em 1823, a vila elevou-se para a categoria de cidade. Contudo, a data considerada oficial para a fundação de Fortaleza, celebrada como o aniversário da cidade, é a do ano de 1726<sup>23</sup>. A população local é composta fortemente pela miscigenação dos povos indígenas, dos colonizadores europeus e dos povos africanos. Além disso, o incremento populacional em Fortaleza tem relação com a intensa taxa de migração interna presente no Ceará, motivada principalmente pela fuga da seca, que é característica do interior do estado. A partir dos processos de urbanização e de industrialização da cidade, que também proporcionaram um aumento na concentração populacional, Fortaleza se tornou a capital brasileira com o maior percentual de densidade demográfica. (CAMPOS, 2022).

Contudo, é importante salientar que a qualidade dessa migração do interior para a capital não era das melhores. Considerando que a cidade não estava preparada para o aumento populacional, Araújo e Carleial (2001) comentam que tal migração incrementou a distribuição da população pobre, que findou aglomerando-se em regiões periféricas da cidade em condições insalubres.

Durante o processo de crescimento e desenvolvimento de Fortaleza, Araújo e Carleial (2001) apontam que os antigos aldeamentos indígenas nas proximidades se tornaram parte da cidade, convertendo-se em regiões periféricas – tendo como exemplo os bairros Parangaba e Messejana. A periferia reuniu não só os migrantes do interior do estado, como também a população africana pós-alforria. Sobre os negros no Ceará, Funes (2000, p. 132) discorre:

No Ceará, em particular na cidade de Fortaleza, há um aumento considerável daqueles indivíduos sujeitos à condição de agregados e empregados domésticos. É o momento em que o negro vê legitimar sua exclusão social. Consegue a condição de livre; mas lhe é negado o direito à cidadania. Excluído vai se aquilombando nas periferias, nas favelas, nas frentes de expansão, enclausurando-se no seu mundo rural [...].

O efeito da periferização da cidade na forma de núcleos de favelas mostra que a capital não possuía condições de abrigar tantas pessoas. Por isso, a população nas periferias urbanas e nas favelas cresceu notavelmente na região, distribuindo-se em todas as zonas da cidade, mas concentrando-se na região litorânea e sul. (ARAÚJO; CARLEIAL, 2001).

---

<sup>23</sup> De forma específica, a data oficial da fundação de Fortaleza é 13 de abril de 1726. Disponível em: <https://www.calendarr.com/brasil/aniversario-de-fortaleza/>. Acesso em: 23 mar. 2022.

O povo fortalezense também é formado pela mistura com migrantes de outras nações. Entre o final do século XIX e o começo do século XX, de acordo com Cavalcante (2009), a capital cearense recebeu um grande fluxo de estrangeiros, os quais buscavam trabalho e uma nova vida para si mesmos e suas famílias. Primeiro, algum representante da família estrangeira, normalmente um homem, chegava ao território de Fortaleza para tentar se estabelecer, fixando uma residência e buscando oportunidades. Caso obtivesse êxito, o migrante chamava sua família – mulher, filhos, irmãos, primos – para se mudarem. Sobre esse contexto migratório, Cavalcante (2009, p. 115) discorre:

Tanto na Europa quanto no Oriente Médio, a recessão econômica, a falta de trabalho, conflitos políticos e religiosos, o alistamento militar e as duas grandes guerras foram os principais motivos estruturais que expulsaram boa parte da população desses continentes. As Américas eram o Eldorado na época, atraindo migrantes em busca de um espaço de liberdade, de oportunidades de trabalho, de ganhar dinheiro e ficar rico. [...] as agências de navegação possuíam agentes responsáveis por uma publicização dos atrativos e das maravilhas do Novo Mundo.

Dentre os estrangeiros que mais migraram para Fortaleza, os portugueses concentram maior destaque. Como exemplo, tem-se o português Manuel Dias Branco, que saiu de sua nação no começo do século XX. Depois de tentar fincar raízes em algumas regiões brasileiras, o mencionado migrante encontrou oportunidades em Fortaleza, onde criou a Companhia M. Dias Branco, que hoje é uma das maiores em gêneros alimentícios da América Latina. (CAVALCANTE, 2009).

A segunda maior expressão de migrantes em Fortaleza é formada pelos sírio-libaneses (árabes), os quais, dominados pelo Império Turco-otomano, fugiram de suas nações por causa da perseguição aos cristãos – e cerca de noventa por cento dos sírio-libaneses eram cristãos. De forma específica, dentre os fatores para a migração em massa, estão: os impostos pesados aos cristãos pelos maometanos, a pressão demográfica, a pobreza do solo e o desemprego. Inicialmente, eles se destacaram em Fortaleza como comerciantes, vendendo tecidos, perfumes e joias. A loja Casa Blanca, referência local na comercialização de tecidos em varejo e no atacado, foi criada por sírio-libaneses. Além dos portugueses e dos árabes, as principais nacionalidades que chegaram às terras cearenses foram a espanhola, a italiana, a inglesa e a francesa. (CAVALCANTE, 2009).

Em relação à migração asiática (excluindo o Oriente Médio) para o nordeste brasileiro, destacam-se respectivamente os migrantes de nacionalidade chinesa, coreana e japonesa. Parte desses migrantes chegaram ao Nordeste durante o século XX, mas a migração asiática tornou-se expressiva na região somente no século XXI. Inicialmente, os chineses, os coreanos e os japoneses se fixaram em especial nas regiões Sudeste e Sul do país, com foco no

estado de São Paulo, que é tido como a principal porta de entrada. Contudo, com o tempo, ocorreu uma distribuição deles pelo território brasileiro até chegar ao Nordeste, que tem o estado do Ceará como principal polo de atração, especialmente para os coreanos. (FUSCO; QUEIROZ; BAENINGER, 2018).

Apesar de existirem registros de coreanos aportando no solo brasileiro nos anos 1920 e 1950, a data 12 de fevereiro de 1963 é tida como a oficial para o início da migração coreana no Brasil em virtude da utilização das políticas oficiais de migração, que cataloga passaportes vindos de todos os lugares do planeta. Com o país devastado por guerras e dividido – considerando as consequências da Guerra da Coreia, ocorrida entre 1950 e 1953 –, parte da população estava aliviada em poder construir uma nova vida em outro lugar. Nessa época, os coreanos que vieram ao Brasil concentraram-se principalmente nas regiões Sudeste e Sul, com maior destaque para São Paulo. (KIM, 2008; SOUSA; TELES, 2019).

No século XXI, no contexto de estreitamento das relações econômicas entre o Brasil e a Coreia do Sul, foi implantada a Companhia Siderúrgica do Pecém (CSP), localizada na Região Metropolitana de Fortaleza (RMF). As obras foram concretizadas a partir da parceria do capital privado brasileiro da empresa Vale (50% do dinheiro investido) com o capital privado sul-coreano advindo das empresas Dongkuk (20%) e Posco (30%). Haja vista a presença das acionistas sul-coreanas e o uso de tecnologias advindas da Coreia do Sul, muitos trabalhadores sul-coreanos se dirigiram ao Ceará para atuar na CSP desde o início das obras. Além disso, esses trabalhadores tinham como objetivo realizar um treinamento da mão de obra brasileira, o que significa que muitos eventualmente retornariam para sua nação ao término da fase inicial da CSP. (TELES, 2015).

De forma diferente ao que aconteceu no século XX, a migração coreana para o Brasil no século XXI é estimulada por acordos comerciais, os quais colocaram o Ceará como destino para os migrantes coreanos, que antes concentravam-se nas regiões Sudeste e Sul. Isso representa uma nova dinâmica migratória. Anteriormente, no século XX, a maioria dos migrantes chegava ao Brasil com o intuito de fugir de guerras ou de problemas que vivenciavam em seus países mas, no contexto do século XXI, a migração também “pode ser lida como reflexo da globalização, marcada pela intensificação das relações econômicas em âmbito global e que teve como resultado o avanço tecnológico e dos transportes, que estimulam a mobilidade não apenas de pessoas, mas também de mercadorias e capitais” (SOUSA; TELES, 2019, p. 202).

Devido à proximidade em relação à siderúrgica e à disponibilidade de edifícios para abrigar a demanda de trabalhadores, a localidade litorânea do Cumbuco (situada na porção oeste da RMF, distando aproximadamente 30 km da cidade de Fortaleza), parte do município de

Caucaia, tornou-se a opção mais viável de moradia para a grande maioria desses migrantes sul-coreanos. Outros optaram por morar na capital. Adentrando no assunto, Teles (2015, p. 298-299) discorre:

Os trabalhadores da CSP que optaram por Cumbuco moram em pousadas, hotéis, casas e apartamentos de veraneio, pagos ou não pela empresa. Além disso, segundo informações obtidas com uma proprietária de uma barraca de praia, alguns coreanos já possuem residência fixa no Distrito e trouxeram suas famílias, fato que já vem acontecendo, desde o ano de 2012, quando se iniciou a construção da siderúrgica.

Teles (2015), a partir do levantamento de dados investigados, apontou a existência de cerca de 800 sul-coreanos empregados nas obras da CSP, como parte de um quantitativo total que a empresa tinha de 9.600 trabalhadores. Por isso, pode-se afirmar que a presença sul-coreana nas obras era expressiva. Ademais, a presença sul-coreana no Cumbuco se tornou mais expressiva pois muitos dos trabalhadores migrantes da siderúrgica trouxeram suas famílias. Sousa e Teles (2019) destacam que a migração sul-coreana por causa da CSP estimulou a vinda de outros migrantes compatriotas, os quais tinham interesse em desenvolver negócios (pequenos mercados e restaurantes) voltados para os próprios conterrâneos, fornecendo produtos típicos da Coreia do Sul.

A presença sul-coreana no território cearense, apesar da expressiva quantidade, era reservada. Comumente, os migrantes eram vistos em grupos fechados, sem manter muito contato com pessoas de fora. Porém, isso não significa que se isolavam da sociedade local: os sul-coreanos da CSP participaram de algumas ações coletivas em benefício da localidade. Como exemplo dos projetos sociais promovidos, destacam-se o “Praia Limpa” e o “Natal das Crianças”. Diante dessa participação social, o presidente da colônia de pescadores do Cumbuco concluiu que a principal marca da presença coreana na região foi o crescimento econômico e a realização dos projetos sociais. (SOUSA; TELES, 2019).

De acordo com Febr... (2019), entre 2012 e 2016, os sul-coreanos somavam cerca de 4 mil na RMF, com uma média de 40 restaurantes no Cumbuco voltados para a culinária do país. Porém, com a partida de muitos migrantes devido à finalização da etapa inicial da CSP, Sousa e Teles (2019) comentam que vários empreendimentos sul-coreanos deixaram de existir. Dessa forma, a região que antes era cheia de placas com textos em coreano que se destacavam no território, atualmente encontra-se com um visual diferente, mantendo poucos estabelecimentos sul-coreanos: dois comércios, dois restaurantes e uma igreja presbiteriana.

Dessa forma, é notável que a presença sul-coreana permanece na região do Cumbuco, mesmo que em menor proporção. Um dos motivos para tal permanência, de acordo com Sousa e Teles (2019), pode ter relação com o fato de que alguns sul-coreanos continuam a

fazer parte do quadro de funcionários da CSP, especificamente em cargos de administração e supervisão, os quais exigem presença mais definitiva na empresa. Como exemplo, Lima (2017) apresenta Kukhee Jo, também conhecido como Gregório Jo, que atua na área de Gestão Corporativa. Ele optou por morar próximo à praia, em específico no bairro fortalezense Sapiranga. Sobre seu interesse acerca da cidade de Fortaleza, ele afirmou para Lima (2017):

Gosto bastante da relativa tranquilidade em relação a Seul e Fortaleza. Da minha casa até a praia, são 10 minutos. É uma vantagem extraordinária. Quando tenho alguma dificuldade ou estresse, só preciso dirigir 10 minutos até praia, para ficar sentado na areia, olhando o mar e tomando vento.

Outro exemplo de sul-coreanos que se mantiveram no Ceará é o caso do Uri Mercado, que vende diversas mercadorias da Coreia do Sul, desde produtos alimentícios até cosméticos e utensílios cotidianos. A dona do mercado nasceu no Brasil, mas sua família veio de Seul até São Paulo há mais de 50 anos por causa da Guerra da Coreia. A decisão de se mudar de São Paulo para Cumbuco aconteceu pelo fato de a família ter visto uma grande oportunidade em montar um negócio voltado para os trabalhadores da CSP. Contudo, com a saída de muitos migrantes da região, o Uri Mercado se mudou para Fortaleza (Figura 16) e encontrou na *Hallyu* uma nova estratégia para sobreviver na região cearense. Tendo em vista o sucesso do K-pop e dos K-dramas, o público local passou a ter interesse maior em adquirir produtos sul-coreanos. Hoje, além de atender ao público fortalezense, o Uri Mercado também funciona de modo *on-line*, entregando seus produtos para todo o Brasil<sup>24</sup>. (SOUSA; TELES, 2019).

Figura 16 - Fachada do Uri Mercado em Fortaleza



Fonte: Elaborada pelo autor.

<sup>24</sup> Informações sobre o funcionamento *on-line* foram retiradas do Instagram e do site oficial da loja. Disponível em: [https://www.instagram.com/urimercado\\_br/](https://www.instagram.com/urimercado_br/) e <https://www.urimercado.com.br>. Acesso em: 27 mar. 2022.

Outro estabelecimento que conseguiu aproveitar a expansão da *Hallyu* em Fortaleza é o K-pop&Food (Figura 17). Como o nome sugere, o restaurante não só serve pratos culinários sul-coreanos, como também utiliza o K-pop como tema de ambientação. Ao observar o local brevemente, nota-se que o estabelecimento vai além do K-pop, trazendo diversos elementos da cultura sul-coreana em sua temática, como é possível ver pela presença de pôsteres de vários K-dramas estampados nas paredes, pelo empréstimo de *hanbok* (vestes tradicionais da Coreia do Sul) para o uso no local e pela oferta de *noraebang* (equivalente a uma sala de karaokê) para os clientes. Com todas essas referências à cultura da Coreia do Sul, esse local se tornou um polo atrativo para os fãs locais da *Hallyu*.

Figura 17 - K-pop&Food: Fachada, Interior, Parede e Hanbok

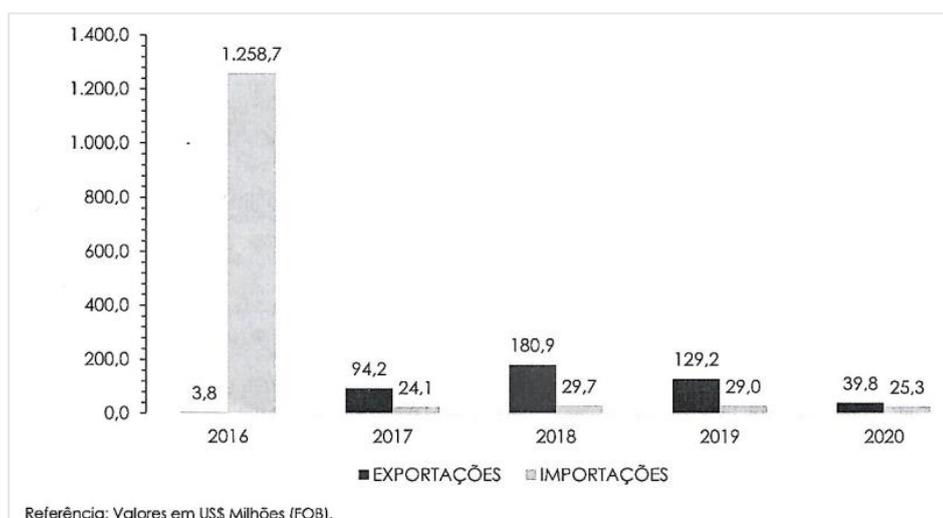


Fonte: Elaborada pelo autor.

Sousa e Teles (2019) concluem que, com o desenvolvimento da *Hallyu* em Fortaleza e o enfraquecimento da presença sul-coreana na CSP, os comerciantes migrantes da Coreia do Sul buscam desenvolver um novo fluxo de relações, rumando para a capital cearense. Os autores compreendem que os comércios e restaurantes administrados por sul-coreanos não são motivados pela simples busca pelo lucro monetário: tais estabelecimentos exercem para seus proprietários uma função de manutenção da cultura e dos hábitos alimentares advindos da Coreia do Sul. Além do Uri Mercado e do K-pop&Food, diversos outros estabelecimentos sul-coreanos foram abertos na cidade, principalmente no Centro da capital.

Em dados numéricos de 2021 da Federação das Indústrias do Estado do Ceará (FIEC), presentes na íntegra no Anexo A<sup>25</sup>, é possível observar que atualmente o Ceará não é um dos estados brasileiros que mais exportam para a Coreia do Sul ou que mais importam de lá. De forma mais específica, o Ceará é o 14º estado brasileiro que mais exportou para a nação asiática em 2021 e é o 13º que mais importou. Observando a balança comercial anual do Ceará com a Coreia do Sul (Figura 18), a importação de materiais sul-coreanos era bem maior em 2016, até porque naquele período a presença da nação no estado cearense estava em alta devido aos projetos da CSP, iniciados em 2012. Em contrapartida, a partir de 2017, a queda no número de importações é bastante significativa, tornando o número de exportações comparativamente maiores, o que aconteceu devido a finalização da etapa inicial da siderúrgica.

Figura 18 - Balança Comercial Anual Ceará X Coreia do Sul (janeiro a dezembro)



Fonte: Centro Internacional de Negócios da FIEC.

Ainda com base nos dados da FIEC de 2021, os setores e os produtos exportados do Ceará para a Coreia do Sul de maior relevância monetária são majoritariamente relacionados a materiais industriais (ferro fundido, ferro e aço) e a produtos semimanufaturados também ligados a indústria. O mesmo pode ser dito sobre a importação cearense de materiais e produtos sul-coreanos, tendo como exemplos de maior relevância monetária: concretos, ligas de alumínio, tijolos, produtos diversos das indústrias químicas, produtos cerâmicos, reatores nucleares, caldeiras, máquinas, aparelhos e instrumentos mecânicos. Fato interessante que merece observação é que, mesmo com a finalização da etapa inicial da CSP, 96% do valor de

<sup>25</sup> Os dados das relações comerciais entre o Ceará e a Coreia do Sul foram solicitados via e-mail para a FIEC, a qual, por meio de uma representante do Centro Internacional de Negócios (CIN), preparou o documento específico que está presente no Anexo A.

exportação cearense para a Coreia do Sul em 2021 veio do município de São Gonçalo do Amarante, onde a CSP está localizada. 84% do valor de importação de materiais e produtos sul-coreanos para o Ceará também está ligado ao mesmo município.

A partir desses dados, é possível inferir que mesmo que a *Hallyu* esteja crescendo em Fortaleza e que existam diversos estabelecimentos sul-coreanos que têm base na cultura de seu país de origem, a relação comercial entre o Ceará e a Coreia do Sul ainda está primordial e majoritariamente conectada à indústria. Dessa forma, pondera-se que a relevância dos estabelecimentos sul-coreanos na capital é mais cultural do que financeira.

No cenário do século XXI, Baeninger, Demétrio e Domeniconi (2019) apresentam que as cinco nacionalidades de migrantes mais presentes no Ceará, que vieram para a região entre os anos 2000 e 2017, são, em proporção decrescente: a sul-coreana, a italiana, a portuguesa, a estadunidense e a bissau-guineense.

Considerando o processo de construção de Fortaleza, composto pela forte presença dos povos indígenas, dos africanos e dos colonizadores europeus, e somando essa diversidade aos processos migratórios locais e internacionais que se direcionaram para a cidade, a população e a cultura fortalezense findaram se tornando bem diversas. Sobre isso, Cavalcante (2009, p. 115) pontua: “Acredito que esteja aí o barroquismo da alma brasileira, feito em dobras e redobras das formas de existir enquanto nação, metamorfoses ambulantes de um povo misturado e de culturas híbridas”. Tal diversidade se torna ainda mais expressiva em tempos de maior alcance a elementos culturais do mundo inteiro graças às Tecnologias de Informação e Comunicação.

## **4.2 Juventudes e a metacena fortalezense**

O ser humano vive em grupos. Como visto anteriormente, os grupos podem ser formados por proximidade geográfica ou por compartilhamento de interesses e gostos acerca de mercadorias da sociedade de consumo. Contudo, por que se vive em grupo? Remontando ao início da humanidade, a vida em grupos “não é um movimento consciente, objetivo e democraticamente votado por todos os seus membros constituintes. É muito mais uma atitude espontânea de um macro movimento de todos os seres de uma mesma condição animal em relação entre si” (DUARTE, 2006, p. 101). Em outras palavras, almejando a sobrevivência, a busca por formar agrupamentos é inconsciente e comum a diversas espécies animais.

O desejo coletivo do ser humano de criar um habitat segregado da natureza é o que o difere dos outros animais, segundo afirma Duarte (2006). Isso é o que o autor define como

desejo de cidade, o qual não abarca somente a busca pela vida em grupos, mas inclui o anseio por viver em um ecossistema separado, como se fosse uma bolha ou uma interface que intermedeia a relação humana com a natureza. Por meio da analogia entre as cidades e as bolhas, Duarte (2006) aponta que, com o crescimento das urbes, surgem diversas bolhas internas dentro da cidade, tais bolhas são relacionáveis aos diversos agrupamentos, os quais fortalecem a sensação de proteção e conforto das pessoas.

Com o passar do tempo, as formas de sociabilidade mudaram e se diversificaram. Na segunda metade do século XX, na América Latina, a partir da evolução tecnológica e do consequente aumento do desemprego, o núcleo familiar sofreu rupturas, que resultaram em divórcios e separações. Apesar disso, o enfraquecimento da comunidade familiar propiciou o fortalecimento de um outro tipo de agrupamento: o juvenil, tendo em vista que os jovens passaram a ficar mais próximos entre si (MARTÍN-BARBERO, 2008).

Mas o que seria a juventude? De acordo com Marinho (2017, p. 63), um lugar comum nos estudos sobre a condição juvenil encontra-se no fato de que “a juventude deve ser estudada e interpretada como uma construção social e histórica”. O mesmo pode ser dito acerca das pesquisas sobre a infância e a velhice, que compõem os estudos sobre “as gerações”.

Para apresentar como a juventude é analisada na academia, Araújo (2008) apresenta duas correntes de estudo. A primeira, conhecida como corrente geracional, define juventude como o momento em que os conflitos, sonhos e perspectivas de futuro são percebidos de forma mais intensa pela pessoa. A partir dessa corrente, a juventude é vista como transição entre a infância e a fase adulta, sendo destacada como o período em que a percepção que a pessoa tem do mundo que a rodeia e dela mesma muda intensamente. A segunda corrente difere por não definir a juventude como uma fase, mas sim como um estado de luta em grupo contra as classes dominantes. Nesse caso, a juventude tem como característica o “desvio” em relação à cultura hegemônica. “As roupas, as músicas, as linguagens e as estratégias de comunicação seriam respostas culturais contra a repressão social que estava instalada na luta de classes” (ARAÚJO, 2008, p. 104). Com base nas duas correntes, infere-se que juventude é um conceito heterogêneo, que abarca tanto as questões geracionais como as da juventude como um estado de embate contra as classes dominantes. Além disso, considerando que a juventude ocorre em diversos contextos ao redor do mundo, conclui-se que não existe uma só juventude, mas sim juventudes.

No cenário contemporâneo dos estudos das culturas juvenis, conceitua-se a juventude não apenas como um conjunto social marcado pela presença de sujeitos pertencentes a uma mesma fase de vida, mas sim “como um conjunto social com atributos que os diferenciam” (MARINHO, 2017, p. 63). A partir disso, Marinho (2017) mostra que ocorreu uma mudança

na percepção do conceito de juventude, que antes era vista como uma “unidade”, mas que agora é compreendida por sua “diversidade”.

Com base nos estudos sobre a juventude na América Latina apresentados por Martín-Barbero (2008), os jovens obtiveram visibilidade social e midiática na segunda metade do século XX. Tal visibilidade, de acordo com Borelli, Rocha e Oliveira (2009), foi adquirida sobretudo através de atos de transgressão e de rebeldia em bandos. Nesse caso, a juventude era exposta como problema social.

A juventude como problema social: eles são os problemas da inserção profissional, os problemas da falta de participação social, os problemas de droga, os problemas de delinquência, os problemas com a escola, os problemas com os pais, só para focar alguns dos problemas socialmente mais reconhecidos como específicos dos jovens. Mas sentirão os jovens estes problemas como os seus problemas? (PAIS, 1996, p. 26-27 apud ARAÚJO, 2008, p. 95).

Vale lembrar que tal rebeldia juvenil em bandos, como apresenta Martín-Barbero (2008), foi consequência do aumento do desemprego por causa da evolução tecnológica, o que contribuiu para o aumento de divórcios e separações na comunidade familiar. A partir disso, Borelli, Rocha e Oliveira (2009) explicam que os atos de transgressão aumentaram a visibilidade dos jovens nas mídias, o que corroborou para a construção do que seria a condição juvenil no imaginário da população. Contudo, enquanto os meios de comunicação apresentavam uma juventude problemática e criminalizada, a qual estava mais relacionada às camadas populares da sociedade, havia também uma juventude hipervalorizada pela mídia, destacando características dos jovens como vitalidade e beleza. Com o interesse na juventude, Morin (1981, p. 157) aponta que a comunicação de massa passa a juvenilizar a cultura: “Assim, a cultura de massa desagrega os valores gerontocráticos, acentua a desvalorização da velhice, dá forma à promoção dos valores juvenis, assimila uma parte das experiências adolescentes”. Tendo em vista que os jovens taxados como problema social foram resultado de uma crise de empregos e financeira, é perceptível que a diferença entre essas juventudes – marginalizada e hipervalorizada – encontra-se na classe social. Com esse cenário em mente, Dayrell (2001) discorre que pensar sobre a situação dos jovens no Brasil implica considerar as disparidades sociais, econômicas e culturais.

Um exemplo envolvendo juventudes de diferentes classes sociais pode ser visualizado no contexto da chegada do rock à cidade de Fortaleza em meados dos anos 1950. Nessa época, os eventos e os momentos de lazer e diversão em torno do estilo musical se concentraram nos salões dos clubes de elite ou de classe média. Dessa forma, a diversão na capital relacionada ao rock ficava distante das camadas mais populares da cidade. Por meio de

bandas locais, a expressão que a juventude fortalezense mais abastada tinha no cenário roqueiro era caracterizada por músicas com linhas melódicas mais leves e pouco conectadas às perspectivas “transgressivas” do rock original. Muitos grupos musicais que tocavam rock no período também tocavam estilos como mambo, bolero e rumba. Isso se conecta à reflexão de que tudo o que é consumido acaba se misturando com o contexto em que cada indivíduo se encontra. A situação se alterou aos poucos quando outros jovens, os da periferia, apropriaram-se do rock, levando o estilo musical para outros espaços da cidade. Nas mãos da periferia, o rock ganha de volta o seu ar transgressivo. (DAMASCENO, 2007).

A movimentação do rock das elites para a periferia é apresentado por Damasceno (2007) como uma “transposição geo-estética” (ou “deslocamento geoestético”). Esse acontecimento também marcou a emergência dos jovens periféricos como novos atores sócio-históricos, os quais apresentaram Fortaleza como uma cidade múltipla. Sobre isso, o autor discorre:

A apropriação ‘geo-estética’ da cidade dá-se na medida em que os jovens utilizando-se da arte de viver — como passo a entender sua arte, produzida enquanto ética e estética de vida — produzem outras ‘Fortalezas’ para viverem, onde os espaços de convivência se tornam referência de bem viver, regados a músicas, festas, prazer e trabalho coletivo de construção dessas utopias juvenis. A cidade, constituída por essas outras trajetórias, torna-se ao mesmo tempo múltipla, e, além de palco, sujeito, com os jovens em questão, de outras histórias. O rock e, pouco tempo depois, o hip-hop, apropriados pelos jovens, servem de elementos de ressignificação da cidade e de suas próprias experiências, e a cidade existente, junto com a cidade criada por eles, servem (ambas) de baliza para sua própria recriação. (DAMASCENO, 2007, p. 225-226).

Neste cenário, uma Fortaleza marcada pela desigualdade, injustiça e divisão social emerge das letras das músicas dessa juventude. Damasceno (2007) destaca ser irônico pensar que as cidades são compreendidas como a máxima manifestação organizacional humana mas, ainda assim, frequentemente representam e encarnam a divisão da humanidade. Em comparação a todos os países do planeta, devemos ressaltar, assim como apontado por Gozzer (2020), que o Brasil detém a segunda maior concentração de renda: o 1% mais rico da população brasileira tem posse de cerca de 28,3% de todo o dinheiro da nação. Em primeiro lugar neste *ranking* está o Catar, país onde o 1% concentra em suas mãos cerca de 29% da renda nacional. No contexto da desigualdade social e das injustiças em torno disso, a juventude fortalezense periférica do rock e a do hip hop foram construídas com o intuito “de serem a fala das minorias sem voz, dos injustiçados, marginais, prostitutas, mendigos, meninos de rua, trabalhadores, e, sobretudo, das periferias, do povo pobre, operários e desvalidos.” (DAMASCENO, 2007, p. 232).

Ainda nos anos 1970, as bandas de rock da elite fortalezense continuaram ativas, mas estavam se desgastando, tanto pela exaustão no gênero devido a repetições como por outros dois fatores apresentados por Damasceno (2007): 1) o rock ao redor do mundo estava sofrendo revoluções internas, dando espaço e força para a vertente punk; 2) estava iniciando na região um processo, que se tornaria hegemônico nos anos 1990, de construção do forró como o principal estilo musical da cidade, sendo posto como um reflexo autêntico da regionalidade cearense. Dessa forma, em um cenário de valorização das produções locais e regionais, o rock, o punk, o rap e o hip hop são vistos como produções culturais globais e estrangeiras, originárias do acesso facilitado às mercadorias de outras nações. Enquanto isso, o forró se fortalece, sendo visto como uma produção cultural local e regional não só por ser oriundo do Ceará, mas por não estar inserido no contexto de maior comercialização internacional.

Durante o crescimento e a amplificação da globalização, o efeito da regionalização<sup>26</sup> surge de forma consciente como um caminho para salvaguardar ideias de valorização do que é local. Nesse contexto, o público consumidor, frente à grande exposição de manifestações e produções culturais estrangeiras, pôde demandar materiais e conteúdos da própria comunidade local. Em outras palavras, devido à globalização e à grande quantidade de elementos culturais estrangeiros expostos no dia a dia, algumas pessoas têm buscado valorizar o que é local como forma de resistência. (NOLETO, 2021).

De qualquer forma, é importante refletir que as produções culturais não podem ser consideradas sempre com uma visão tão binária – global/local. Como visto no primeiro capítulo da dissertação, o contexto fortalezense, ao se misturar com o K-pop, contribui para a construção de um “novo K-pop”, formado pela releitura dos fãs advindos da cidade. Por isso, seja inconsciente ou conscientemente, a mistura de culturas acontece. É errôneo acreditar que existem culturas “puras” atualmente, sem nenhum tipo de interferência de elementos externos, porque, como diz Canclini (1999), a cultura não é estática, fechada em si mesma ou pura: ela é naturalmente híbrida e está sempre em movimento.

Tendo em mente o aspecto dinâmico da cultura, é interessante perceber as releituras e as expressões regionais e únicas dos contextos específicos. Por exemplo, ao ouvir músicas do K-pop sem saber coreano, os fãs relacionam palavras coreanas com as da língua portuguesa,

---

<sup>26</sup> De acordo com Noletto (2021), a palavra “regionalização” vem de “região”, carregando tanto o sentido geográfico do lugar, como também o sentido da cultura local. É importante ressaltar que a conexão das pessoas com a região não acontece somente por causa do nascimento naquela localidade geográfica, mas também é resultado da conexão estabelecida com a cultura local. Há casos onde alguém pode ser oriundo de uma região, mas não possui interesse no território, e vice-versa. Por exemplo, existirem brasileiros que são *koreaboos*, os quais não sentem conexão com o Brasil, mas sentem fazer parte da Coreia do Sul, que é distante geograficamente.

inventando significados para as músicas sem conferir traduções. Outro exemplo se mostra quando passos da coreografia sul-coreana são relacionados pelo público local com passos do brega funk, uma manifestação musical que surgiu em Pernambuco ao misturar o tecnobrega paraense com o forró cearense e o funk carioca, como menciona Brega... (2021)<sup>27</sup>.

Em relação ao cenário musical fortalezense recente, é importante ressaltar que o forró, considerado o gênero advindo da região, não é o único exportado. Com o acesso a diversas culturas do mundo facilitado através dos meios de comunicação, as produções fortalezenses se expandiram. Ademais, novos artistas conseguiram ter seus trabalhos disponibilizados ao alcance do público por meio de plataformas como o Youtube e o Spotify<sup>28</sup>, que permitem a publicação e o compartilhamento de músicas sem tornar necessária a vinculação do artista às gravadoras. Devido a tais novas possibilidades, além de Wesley Safadão, que é um grande nome no forró nacional atual, a cidade de Fortaleza tem Matuê, o qual é considerado o cantor de *trap* brasileiro mais popular de hoje em dia. O artista conseguiu emplacar em 2020 todas as sete faixas do seu primeiro álbum, "Máquina do tempo", no dia do lançamento entre as quinze músicas mais tocadas no Spotify Brasil – o que foi um feito inédito. Ademais, a banda fortalezense de rock Selvagens À Procura da Lei foi apontada pela revista Exame como uma banda que está mudando a música brasileira. Ainda, este grupo teve seu single “Tarde Livre” considerado um dos melhores de 2016 pelos leitores da revista *Rolling Stone*. Por fim, ressaltamos a indicação de RAPadura Xique Chico, com seu disco “Universo do Canto Falado”, ao prêmio de "Melhor Álbum de Rock ou de Música Alternativa em Língua Portuguesa" no Grammy Latino de 2020. Além da música, a dança, o grafite, o vídeo e a poesia são outros exemplos de manifestações culturais que caracterizam a juventude na cidade. (SARMENTO; ORTEGA, 2022; LAUDENIR, 2020; MILLAN, 2020).

A heterogeneidade das juventudes fortalezenses não é resultado somente de fatores como localidade e classe social, devendo-se ressaltar também a entrada do fator consumo no cotidiano, o qual potencializou o processo de fragmentação da juventude. Sobre isso, Borelli, Rocha e Oliveira (2009, p. 114) comentam que “A segmentação da produção cultural industrializada fez-se acompanhar da fragmentação da juventude urbana em incontáveis e mutáveis grupos de estilos, gostos e comportamentos próprios”. Porém, a fragmentação por

---

<sup>27</sup> As informações referentes aos fãs de K-pop neste parágrafo foram retiradas da experiência em campo. Entraremos em detalhes no capítulo final, o qual apresentará o relato etnográfico.

<sup>28</sup> “O Spotify é um serviço digital que dá acesso instantâneo a milhões de músicas, podcasts, vídeos e outros conteúdos de criadores no mundo todo”. Disponível em: <https://support.spotify.com/br/article/what-is-spotify/>. Acesso em: 31 mar. 2022.

padrões de consumo e estilos de vida não é necessariamente fixa. Borelli, Rocha e Oliveira (2009) ressaltam que as identidades, além de múltiplas (é possível se reconhecer em diversos grupos), são voláteis. Ou seja, um sujeito pode se distanciar de identidades e posteriormente eleger, dentre a grande gama de mercadorias ofertadas no cenário globalizado, outras novas para si mesmo.

Tendo em vista a diversidade e a volatilidade presente nas culturas juvenis fortalezenses e focando no cenário musical da capital, que é marcado por vários itinerários musicais que se cruzam e que podem se misturar, Benevides (2019) afirma que a cena musical de Fortaleza, assim como de outros grandes centros urbanos, pode ser chamada de “metacena”:

[...] uma “metacena”, uma cena de cenas - um cenário movediço em constante recomposição por uma miríade de atores. Esta metacena engloba cenas outras, ou nichos: da música erudita (mais conhecida por ‘clássica’), do forró (que abrange o ‘pé de serra’ ao eletrônico), da MPB, do blues e do jazz, do hip-hop, do brega, da música instrumental e da experimental, da axé music (celebrada anualmente na grande micareta Fortal), do reggae, do samba (‘de raiz’ ao pagode romântico), do funk, da música eletrônica (do house ao psy trance), do maracatu, das quadrilhas juninas, do sertanejo “universitário” etc. (BENEVIDES, 2019, p. 159).

Desse modo, o autor relaciona o aspecto diverso e eclético da metacena musical fortalezense ao conceito de heterotopia. De forma prática, Foucault (2013, p. 118) apresenta a heterotopia como um território que, em um único lugar real, justapõe “vários espaços, várias alocações que são em si mesmas incompatíveis”. Heterotopia é um espaço heterogêneo, atravessado por multiplicidades, onde ocorrem negociações de diferenças. É um mesmo espaço físico que abarca sujeitos diversos e, às vezes, até mesmo antagônicos.

Um exemplo desse conceito pode ser visualizado na coexistência de diversas juventudes/tribos urbanas em uma praça relevante de Fortaleza: a Praça Portugal<sup>29</sup>, que representou entre os anos 1990 e os anos 2000 a pluralidade das culturas juvenis na capital cearense. Mesmo que não necessariamente morassem próximos da praça, vários jovens se deslocavam para o ambiente com o intuito de fazer coisas como: papear, jogar algo, ouvir música, dançar e trocar filmes. Os pioneiros desse movimento foram os jogadores de RPG (*role playing game*, ou jogo de interpretação de papéis em tradução literal) e os fãs da cultura pop japonesa (otakus), mas outras juventudes também passaram a se reunir no ambiente com o passar do tempo. (MARQUES, 2010).

---

<sup>29</sup> Localizada próxima aos shoppings Avenida e Aldeota, os quais dão uma sensação de segurança para o ambiente, esta praça era fortemente frequentada aos sábados por jovens de diversas cenas culturais entre o final dos anos 1990 e os anos 2000. (MARQUES, 2010).

As cenas culturais presentes na Praça Portugal findaram por mesclar seus gostos e interesses, passando por processos de hibridizações. Marques (2010, p. 103) exemplifica:

Olhando os sujeitos juvenis de perto, era sempre possível identificar a mescla de estilos decorrentes de interesses diversos despertados pela interação com os diferentes. Emos que ouviam heavy metal, headbangers que frequentam eventos otakus, hibridismos que expressam os fluxos de bens simbólicos transpondo subjetividades juvenis. Nesse período, a praça passou a ser considerada reduto de uma coletividade juvenil pretensamente underground, que visava desafiar padrões de comportamento.

Os K-poppers também usufruíram do espaço da Praça Portugal, como apontado por Ferreira (2016), mas a situação mudou quando os jovens começaram a formar os grupos de dança, que necessitavam de novos espaços para ensaiar coreografias. Nesse contexto, a juventude dançarina de K-pop fragmentou-se principalmente entre outras praças da cidade. Dentre os destinos escolhidos pelos jovens, um dos principais foi a praça Luíza Távora, cotidianamente conhecida como Praça da Ceart. Principalmente aos sábados, diversos grupos de dança *cover* continuam a treinar nesta praça, o que proporcionou mais uma alcunha para o local: a Praça do K-pop (informação verbal)<sup>30</sup>.

### 4.3 K-cover: lugares, cotidiano, vagabundagens e trabalho

A juventude K-pop Cover (ou simplesmente juventude K-cover), para que possa realizar ensaios coreográficos, gravar vídeos e se divertir, deambula pela cidade a pé, ou através de meios de transporte público como ônibus e metrô. Em algumas ocasiões, os jovens se utilizam de aplicativos para locomoção, a exemplo do Uber e do 99Pop. No geral, devido à falta de um local privado ou particular para encontros e ensaios, percebe-se que a grande maioria dos grupos *cover* se utiliza dos espaços públicos.

A partir do uso cotidiano que os jovens da cena K-cover fortalezense fazem dos espaços públicos, tais ambientes se tornam lugares. De acordo com o conceito de Tuan (1983, p. 179), “lugar é qualquer objeto estável que capta nossa atenção. Quando olhamos uma cena panorâmica, nossos olhos se detêm em pontos de interesse”. Em outras palavras, um lugar não passa despercebido pois ele capta a atenção. Em contrapartida, quando completamente ignorado pelos sujeitos, Tuan (1983) explica que o lugar torna-se espaço. Contudo, é preciso frisar que existem lugares que detêm pouca notoriedade visual, mas que são altamente significantes para alguns indivíduos ou grupos em virtude de uma conexão emocional. Dessa forma, para ser lugar,

---

<sup>30</sup> A líder do grupo Primadonna, Gabriela, nos deu essa informação. Ela já ouviu essa alcunha por meio de pessoas de fora do K-pop.

o ambiente também depende da experiência pessoal. Ou seja, o que é lugar para um pode não ser para outro. Como exemplo, a Praça da Ceart (ou Praça do K-pop) é um lugar para os jovens do K-cover, mas, para outros na cidade de Fortaleza, tal praça pode passar despercebida e ser ignorada, tornando-se um mero espaço.

Na sociedade dos consumidores, onde o espaço também é mercadoria, o uso produtivo dos lugares (ou seja: o uso que gera lucros financeiros) é objetivado. Caso não estejam sendo utilizados de forma produtiva, alguns lugares deixam de existir, sendo vendidos para outras pessoas ou empresas, as quais podem construir um novo lugar no mesmo terreno e utilizá-lo de forma adequada. É por esse motivo que muitos lugares mudam nas metrópoles. Por exemplo, uma loja de cosméticos em uma esquina, ao ser comprada por outra pessoa, pode tornar-se um restaurante, o qual pode também ser vendido posteriormente e se tornar um estabelecimento completamente diferente. Carlos (2007) expõe que o processo de mercantilização dos lugares é frequente nos grandes centros urbanos, o que gera uma sensação de estranhamento da população com as locações, que podem mudar radicalmente a cada venda.

Devido a convivência dos sujeitos nas locações durante muitas etapas da vida, alguns lugares acabam se vinculando às pessoas de forma emocional. Por isso, a inconstância dos lugares na sociedade de consumidores pode gerar a sensação de que as histórias vivenciadas nos ambientes foram levadas embora ao lado das mudanças realizadas nos terrenos. Tal sensação é exemplificada de forma eficaz na cena final do filme Avalon (1990), transcrita na citação a seguir:

Há alguns anos eu fui ver a casa de Avalon. Tinha sumido. Não só a casa, mas toda a vizinhança. Eu fui ver o salão onde o meu irmão e eu costumávamos tocar, o lugar todo tinha sumido. Não só aquilo, mas a loja onde fazíamos compras também sumiu. Tudo sumiu. Eu... Eu fui ver onde a Eva morava na rua Poplar. Não estava lá. Nem mesmo a rua estava lá, nem... nem mesmo a rua. Então, eu fui ver o night club que eu tinha antes e graças a Deus estava lá porque por um minuto achei que eu nunca tinha existido.

A sensação apresentada demonstra o quão profunda pode ser a conexão dos lugares com a própria existência. O grupo Primadonna vivenciou algo similar a isso. Durante a experiência em campo, as jovens integrantes compartilharam algumas histórias pessoais acerca do estabelecimento Pão de Açúcar presente na Avenida Antônio Sales em Fortaleza, onde o grupo se reuniu e vivenciou momentos de descontração depois de ensaios e apresentações. Essa filial da empresa de supermercados foi fechada após estudos de “viabilidade econômica” (MAGNO, 2022), o que deixou as jovens reflexivas e nostálgicas ao lembrarem das experiências vivenciadas no lugar.

Para Carlos (2007), além da visibilidade e da conexão emocional, uma locação se torna lugar por meio da apropriação e do uso cotidiano e banal de seu terreno. Nas palavras do autor: “O lugar é a porção do espaço apropriável para a vida — apropriada através do corpo — dos sentidos — dos passos de seus moradores, é o bairro, é a praça, é a rua” (CARLOS, 2007, p. 17). Seguindo essa lógica, considerando que não é possível conhecer, habitar ou utilizar todo o espaço de uma metrópole, esta não poderia ser tomada em sua totalidade como um lugar para um sujeito porque o lugar é o plano vivido e apropriado, onde “é produzida a existência social dos seres humanos” (CARLOS, 2007, p. 20).

Adotando o conceito de Tuan (1983) e de Carlos (2007), compreende-se que os jovens da cena K-cover de Fortaleza possuem vários lugares na cidade, apropriados por meio de atividades cotidianas como ensaios (principalmente em praças e nas locações da Rede CUCA, cuja descrição aprofundada está presente no tópico seguinte), gravações, lazer e competições (principalmente em shoppings, em escolas e em eventos multitemáticos – como o caso do Sana). Por isso, percebe-se que a apropriação da cidade por esses jovens acontece de forma itinerante, também chamada de “errante” ou “nômade” por Maffesoli (2001).

Na cena K-cover, o lugar onde acontecem o desenvolvimento coreográfico mais laborioso ou as competições pode ser o mesmo de descontração, lazer e ociosidade. A Praça da Ceart, por exemplo, é um lugar onde ocorrem ensaios, gravações e encontros descontraídos dos jovens dançarinos. Uma praia pode ser utilizada para gravar um *cover*, mas também para se divertir. Um shopping pode ser um lugar de gravação, de competição e de lazer. Ou seja, várias atividades cotidianas podem tomar espaço no mesmo lugar.

Além dos diversos contextos e usos de lugares por uma só tribo urbana, uma mesma locação pode ser lugar para vários agrupamentos simultaneamente, principalmente se tal locação for pública. Esse é o caso em que a Praça Portugal se encontrava: um perímetro que era lugar para uma grande gama de culturas juvenis, cada qual com seu contexto e uso específicos, resultando no atravessamento de múltiplas atividades cotidianas no mesmo lugar.

Na visão de Certeau (1998), o cotidiano é apresentado comparativamente à guerra. Na arte da guerra cotidiana, o autor apresenta dois conceitos: as estratégias e as táticas. As estratégias referem-se às maneiras de fazer cotidianas dos produtores na relação produtor-consumidor, o qual é o considerado o lado com mais poder. A oferta de mercadorias culturais através dos meios de comunicação massivos seriam um tipo “ataque” dos produtores, uma estratégia, contra a sociedade no geral, a qual recebe os produtos e um modo de uso padrão – ou um modo de uso esperado.

No lado do consumidor, o qual não possui uma produção própria, estão as maneiras de fazer cotidianas do tipo tática. No contexto das táticas, utilizando-se do terreno que lhes é imposto, os consumidores movimentam-se dentro da zona inimiga. Ao sugerir que as práticas cotidianas dos consumidores são do tipo tático, Certeau (1998, p. 103-104) pontua: “Habitar, circular, falar, ler, ir às compras ou cozinhar: gestos hábeis do ‘fraco’ na ordem estabelecida pelo ‘forte’, arte de dar golpes no campo do outro”. Nesse contexto, enquanto a produção fornece materiais, os receptores, “como locatários, adquirem o direito de efetuar operações sobre este fundo sem serem os seus proprietários” (CERTEAU, 1998, p. 96). Como resultado disso, enquanto tomam para si os materiais, os consumidores podem apresentar maneiras de fazer além das esperadas e projetadas pelos produtores. Seguindo o pensamento de Certeau (1998), pode-se encaixar os processos do K-cover e os atos de K-popper ativismo dentro das táticas cotidianas dos fãs das produções musicais sul-coreanas.

Se observado de forma superficial, o K-cover pode ser diretamente relacionado a um *hobby* ou uma prática de fãs descompromissada. Com base no dicionário Cambridge (2022), *hobby* é uma atividade que alguém faz por prazer ou lazer quando não está trabalhando. Em tal contexto, os fãs dançam não só porque gostam, mas também para aproveitar o momento livre de forma prazerosa. Porém, a partir de uma experiência cotidiana com o grupo Primadonna, tornou-se confusa a natureza dessa ação.

O processo de produzir uma performance coreográfica de boa qualidade para competições demanda tempo, esforço e dinheiro, o que torna o K-cover similar a um trabalho. Por exemplo, os jovens dançarinos cotidianamente fazem coisas como: ensaiar pelo menos uma vez na semana de forma presencial, praticar os passos de dança em suas casas, treinar seus corpos para tonificar os movimentos e ganhar resistência física, investir na produção de figurinos e nos traslados para os ensaios e as apresentações, etc. Além dos esforços voltados para a coreografia, os grupos de dança *cover* investem nas redes sociais digitais para dar mais visibilidade a si mesmos, o que pode resultar em convites para apresentações pagas. Por isso, os jovens também despendem tempo na produção de conteúdo para YouTube, Instagram e TikTok, criando uma marca e um portfólio para o seu próprio grupo de dança *cover*. Em razão de tantas coisas para serem feitas pelo grupo, os jovens saem da zona de conforto e chegam a níveis de estresse, o que não é interessante para uma atividade que seria de “lazer” ou de “prazer”. Em resumo: o K-cover demanda esforço tal qual um trabalho.

O cenário em que os jovens dançarinos se encontram pode ser relacionado ao conceito de trabalho imaterial de Lazzarato e Negri (2001). Esse tipo de trabalho, explicando de forma sintética, entrega produtos imateriais como produções audiovisuais, publicidade,

*softwares*, etc. No caso do K-pop, as músicas, os videoclipes e as coreografias são exemplos de produções imateriais. As produções para as redes sociais dos grupos de dança *cover* também são imateriais. Todavia, além do produto que é vendido, o desenvolvimento do trabalho imaterial é apresentado pelos autores como um movimento do capitalismo da produção industrial para a pós-industrial. Enquanto a primeira se caracterizava pelas longas jornadas de trabalho com uma produção massificada e em série para uma população indiferenciada, a última se configura por uma jornada de trabalho flexível com o intuito de produzir para nichos da população consumidora, a qual também está envolvida no processo de criação pois as empresas buscam realizar diversas pesquisas com consumidores antes de lançarem novas mercadorias.

Nesse período pós-industrial de trabalho imaterial, o foco da produção está no tratamento de informação e na imbução de formas simbólicas ou culturais nos produtos. Por exemplo, as empresas não vendem um celular – que é material – dando foco em suas formas de uso, mas sim na marca e nas mensagens que ele carrega. Ou seja, mesmo que se trate de um produto material, o trabalho imaterial também é visível, pois os trabalhadores produzem subjetividades e as imbuem nos produtos. (LAZZARATO; NEGRI, 2001).

Outra especificidade do período pós-industrial, apresentada por Lazzarato e Negri (2001), está no pilar da sustentação da produção e da riqueza. Enquanto na sociedade industrial o trabalho imediato executado pelo homem durante aquele horário pré-estabelecido era onde se encontrava o pilar, na sociedade pós-industrial o pilar está no desenvolvimento do indivíduo social. A partir da redução das jornadas de trabalho, o tempo livre que surgiu para o sujeito passou a ser despendido na formação e no desenvolvimento artístico, científico, etc. Ou seja, o tempo livre passou a ser utilizado para maturar a subjetividade e o conhecimento do indivíduo, que seria matéria-prima para a produção de subjetividade nas mercadorias. No caso do grupo Primadonna, as produções para as redes sociais dependem da experiência e conhecimento profissional da líder Gabriela Rodrigues, que também é publicitária. Se for considerado o tempo do K-cover como “tempo livre”, ainda assim Gabriela estaria utilizando de suas ferramentas de trabalho para produzir para seu grupo, o que também contribui para o aprimoramento da sua experiência como publicitária. Com isso, reflete-se mais uma vez: seria o Primadonna mais próximo de um *hobby* (o tempo de não-trabalho utilizado para lazer) ou de um trabalho?

Para Lazzarato e Negri (2001), é difícil distinguir o tempo de trabalho/de produção do tempo livre na sociedade do trabalho imaterial. Isso acontece porque a esfera da produção capitalista estendeu-se da organização do que seria o “tempo de trabalho” para a organização do “tempo de vida”. Como resultado, o “tempo de vida” foi colonizado pelo mercado e se misturou com o “tempo de trabalho”. Como resultado, os horários apresentados como flexíveis

e menos exploradores exploram, na realidade, mais ainda: o trabalho parece acontecer a toda hora, principalmente para quem trabalha em casa ou pela Internet. Qualquer hora pode ser a hora de produzir para as redes sociais, de responder comentários, de pesquisar novas metodologias para postagens, etc. Sobre isso, Lazzarato e Negri (2001, p. 94) pontuam: “Se a continuidade da disciplina da fábrica exercitava-se sobre uma parte, definida contratualmente, da vida, hoje o controle indireto se exercita sobre a totalidade da vida do trabalhador autônomo”.

Por consequência do embaçamento entre o tempo de trabalho e o tempo livre, ambos parecem pedir produtividade. Até do lazer espera-se produtividade, o que torna o ócio um inimigo: “em nossa sociedade, onde o lazer é a regra, a ociosidade constitui uma espécie de desvio” (FOUCAULT, 2013, p. 117).

No cenário fortalezense, os grupos de dança *cover* podem ganhar dinheiro por meio das competições, de performances pagas em festas e da oferta de aulas, mas, a partir da experiência em campo, foi possível perceber que comumente o dinheiro recebido é guardado para posteriores gastos com o próprio grupo: para confeccionar figurino, para comprar entradas em eventos, para auxiliar no traslado para performances em outras cidades ou estados, etc. Por isso, mesmo que gastem tempo, esforço e dinheiro, o K-cover não costuma trazer retorno financeiro para cada indivíduo do grupo, o que torna todo o processo um trabalho que sustenta a si mesmo. Às vezes, ainda é necessário investir dinheiro extra para suprir os gastos do grupo.

Dessa forma, no contexto do uso produtivo do tempo e do espaço, a movimentação dos jovens fãs de K-pop para aprender coreografias sul-coreanas e realizar performances *cover* pode ser considerada improdutiva pelos preceitos da sociedade de consumidores capitalista. Ademais, o estresse relacionado a todo esforço, tempo e dinheiro investidos para o aperfeiçoamento das performances, não gerando retorno financeiro, transforma o K-cover em um *hobby* que parece um trabalho ou em um trabalho que parece um *hobby*. Devido à falta de retorno monetário, o K-pop Cover e a deambulação dos jovens pela cidade são relacionados a uma ação improdutiva, um ato de vagabundagem e ao desemprego. Maffesoli (2001) pontua que os atos não produtivos e recorrentes na sociedade de consumidores podem também ser rotulados como vícios.

Para Maffesoli (2001), os ataques contra o que seria improdutivo são realizados para manter as engrenagens da sociedade de consumidores funcionando. Tudo o que recusa seguir a marcha em passo cadenciado, ou que prefere viver fora dos caminhos convencionais, assusta a sociedade por causa da imprevisibilidade, que pode perturbar as certezas e o controle já estabelecidos no cotidiano. As pessoas que realizam ações ignorando a produtividade esperada, escapando de uma concepção econômica da existência, são apresentadas como

“boêmios”. Porém, Maffesoli (2001, p. 61-62) percebe que os sujeitos boêmios deixaram de ser a exceção para se tornarem uma moeda recorrente no contexto contemporâneo:

As maneiras de ser e de pensar que poderiam ser qualificadas confusas, flutuantes, decompostas ou, simplesmente, aventureiras, são, em nossos dias, amplamente vividas por uma série considerável de marginalidades, tecendo a tornar-se o centro da sociabilidade em curso de elaboração. Nesse sentido é que a errância, em relação aos valores burgueses estabelecidos, pode ser um penhor de criatividade para aquilo que concerne à pós-modernidade.

A partir da visão de Maffesoli (2001), pode-se pensar no K-cover como um ato improdutivo economicamente, relacionado a ideia da boêmia e da vagabundagem, mas também a uma expressão da juventude de criatividade contra os preceitos estabelecidos pela sociedade. Contudo, estariam mesmo esses jovens unidos “à toa”? A deambulação pelos lugares e o uso de tempo e espaço de forma não produtiva para os olhares capitalistas realmente significam vagabundagem e improdutividade? Deve-se lembrar que, em suas táticas cotidianas, os jovens produzem coletivamente vídeos, fotografias, publicações para redes sociais, figurinos; treinam e aperfeiçoam performances coreográficas – sozinhos e em grupo – desde a movimentação simples de um passo de dança até a sincronização labial com a música e a expressão corporal e facial.

A dança *cover* deixa de ser somente um *hobby* quando percebe-se que pessoas são excluídas do grupo de dança por estarem faltando ensaios e não se esforçando o suficiente para a realização de uma boa performance. Existem grupos menos competitivos, que se encontram para aproveitar sem se preocupar com demandas, mas o cenário K-cover fortalezense é marcado pelas competições acirradas. Por isso, mesmo que não traga tanto retorno financeiro, a prática do K-cover é laboriosa, assemelhando-se tanto a uma atividade de lazer como a um trabalho, servindo como ação cotidiana extra para jovens que possuem outros trabalhos e como experiência para quem está se descobrindo no mundo artístico.

Ademais, mesmo que juventudes de diversas classes possuam o costume de se agruparem, é necessário ressaltar que a associação das práticas juvenis à vagabundagem é utilizada geralmente em contextos de jovens de baixa classe socioeconômica, que são tidos como desempregados devido ao tempo livre. De fato, como discutido no início do tópico, as formações juvenis na América Latina tiveram conexões com a falta de emprego. Tanto no Brasil como no Exterior, notam-se mudanças nos padrões da organização do trabalho que afetam a inserção da juventude no mercado. O desenvolvimento de um modelo econômico baseado na competitividade desestruturou o mercado de trabalho, que é composto por pessoas que vivenciam oportunidades diferentes em razão das discrepâncias monetárias relativas à

concentração de renda: os mais ricos podem investir de forma mais eficiente em uma formação escolar oficial bem estruturada, ocasionando uma competição desigual. Além disso, a saturação de profissionais no mercado também dificultou as possibilidades de a juventude de conseguir um emprego formal. Isso tudo acarretou o aumento da taxa de desemprego, o desassalariamento e o aumento de trabalhos precários, principalmente dentre os jovens de camadas mais pobres da sociedade. Ou seja, o que resta a esses jovens, na maioria dos casos, são ocupações não assalariadas ou sem registro formal, pois as portas de ingresso aos melhores empregos estão praticamente bloqueadas. (DAYRELL, 2001; MARINHO; DIÓGENES; SILVA, 2019).

Dayrell (2001) pontua que, para gerações anteriores, mesmo que remota, existia a perspectiva de mobilidade social por meio dos estudos e/ou do trabalho. Todavia, considerando que há jovens que continuam desempregados mesmo com uma formação escolar bem estruturada, o autor comenta que a esperança nos estudos e no trabalho vem se esvaindo. A partir de tal cenário, Marinho, Diógenes e Silva (2019) evidenciam a juventude “nem-nem-nem”, também apresentada como geração N, que engloba os jovens que nem estudam, nem trabalham e nem demonstram interesse em retomar a escola ou buscar um emprego formal. Isso não significa que essa juventude não faz nada, até porque eles precisam se manter vivos na sociedade de consumidores: eles envolvem-se em empregos precários ou realizam serviços autônomos, também conhecidos como “tramos” ou “corres”, que encontram-se em uma zona invisibilizada da economia. Sobre a estigmatização da juventude que está nessa situação, Marinho, Diógenes e Silva (2019, p. 82) acrescentam:

Classificar um jovem como “nem, nem” ou “nem, nem, nem” pode remeter a uma forma precipitada, voltada apenas para dados “frios”, de percepção da sua condição juvenil. Eles não estão, na maioria das vezes, trabalhando, estudando ou procurando por uma questão de ordem exclusivamente pessoal, mas sim por fatores externos que envolvem a precariedade, especialmente, das políticas públicas de educação, trabalho e moradia que lhes são impostas por uma sociedade desigual como a brasileira.

Ao trazer essa discussão para a cena K-pop Cover fortalezense, percebe-se algumas conexões. Dentro dos grupos de dança, existem jovens com formações escolares bem estruturadas, inclusive com formações acadêmicas, mas com dificuldades de inserção no mercado. Além de usarem sua expertise para produzir conteúdos e materiais (fotografias, vídeos, publicações, figurinos, etc.) com maior qualidade para os seus grupos de dança, os jovens buscam sustento financeiro em serviços autônomos ou dependem da família enquanto procuram por oportunidades de trabalho. Alguns encontram na dança uma forma de sustento por meio do ensino. No caso de quem busca ganhar dinheiro através da dança, a experiência no K-cover torna-se um bom portfólio, pois diversas performances estão disponíveis nas redes sociais

digitais para mostrar os dançarinos em ação. Ademais, existem sujeitos que não possuem formações escolares e/ou profissionais bem estruturadas, mas que aprendem diversas técnicas para a dança e para a produção de conteúdo digital durante a vivência cotidiana com os grupos de K-pop Cover.

Por causa da baixa remuneração financeira na cena K-cover, que normalmente tem seu lucro investido no próprio grupo de dança, a juventude busca empregos ou sustento financeiro por meio de outras formas no cotidiano. Alguns desses jovens gostariam de poder trabalhar exclusivamente com dança, música e teatro, mas tal desejo é posto de lado, sendo saciado através das atividades dos grupos de dança *cover*, devido ao medo de não conseguir estabilidade econômica no meio artístico.

Ainda que os jovens não lucrem financeiramente no K-cover, esta cena global pode gerar lucros para um outro polo: o das empresas que produzem o K-pop. Por causa da visibilidade oferecida pelos grupos de dança, considerando que algumas pessoas conheceram o K-pop através das competições *cover*, pode-se inferir que as grandes empresas cooptam as táticas cotidianas dos grupos de dança, lucrando em cima disso? Qual seria a remuneração para os fãs? Maior investimento nos *idols* e nas produções? Apesar de não ganharem uma remuneração merecida das empresas, os grupos de dança parecem não se incomodar com isso. Sob esse ponto de vista, os jovens dançarinos agem como um *fandom*, o qual faz tudo por causa da paixão pelo ídolo e pelo que ele produz. Seria o movimento K-cover algo tão “romântico” assim? Seriam os consumidores vítimas de seus próprios desejos e paixões? Esses são alguns questionamentos que podem surgir ao refletir sobre a movimentação orgânica dos fãs.

Outro ponto importante a ser ressaltado acerca dos fãs de K-pop foi apresentado por Gil Hwa Jung durante sua palestra no Encontro de Estudos Coreanos na Universidade de São Paulo em 2021. Ele afirmou que o público brasileiro do K-pop, em sua maioria, é feminino, jovem e encontra-se nas camadas socioeconômicas mais baixas da população. Tal ponto é perceptível no cenário fortalezense, pois o K-pop Cover local vem sendo amparado por políticas públicas para a juventude, as quais prestam auxílio e oferecem oportunidades aos jovens da periferia.

Como exemplo de políticas públicas, tem-se a Rede CUCA, uma rede de proteção social e oportunidades mantida pela Prefeitura de Fortaleza e que conta com cinco sedes construídas em bairros periféricos da cidade. A Rede CUCA dispõe de áreas e salas com equipamentos de qualidade para os jovens – no caso do K-pop, existem as salas climatizadas de dança com espelhos. Além disso, a Rede oferta cursos profissionalizantes e atividades cotidianas extracurriculares com intuito não só de entreter os jovens, mas também de abrir as

portas do mercado de trabalho para os menos favorecidos, que se encontram desamparados e desempregados por causa do mercado de trabalho competitivo e desigual. A partir da Rede CUCA, em especial a sede Mondubim, a cena K-cover local conseguiu se desenvolver mais ainda.

#### **4.4 Rede CUCA e as políticas públicas para a juventude em Fortaleza**

A cena K-cover fortalezense, como já apresentado neste capítulo, está bem dividida entre praças e locais públicos da cidade. Porém, a partir da construção dos espaços da Rede CUCA, a maioria dos grupos de dança *cover* da região encontrou um grande lugar comum: a sede CUCA Mondubim. Nessa dinâmica, todas as semanas, principalmente aos sábados, dezenas de grupos K-cover se reúnem para ensaiar coreografias.

A Rede CUCA é produto das políticas públicas voltadas para a juventude. Existem iniciativas do governo brasileiro nesta área desde a década de 1930. Contudo, a intensificação de ações para a juventude se deu por volta do final dos anos 1990. Inicialmente, as políticas públicas viam os jovens como “risco” ou “problema”. Dessa forma, o intuito das ações governamentais era de resgatar a juventude problemática, geralmente de baixa classe socioeconômica, para que a criminalidade e a evasão escolar diminuíssem. Nesses termos, havia uma visão unidirecional, segundo a qual os gestores (pessoas adultas) definiam as políticas públicas sem estabelecerem um diálogo com os jovens. A situação mudou no final dos anos 1990 e início dos anos 2000, quando foram desenvolvidos diferentes mecanismos institucionais (coordenadorias e secretarias) voltados para o segmento juvenil. A partir disso, o diálogo com a juventude tornou-se possível, o que modificou a visão do jovem como “risco” para o jovem como protagonista do desenvolvimento. (FREITAS, 2017).

Sobre essa mudança nas políticas públicas, Torres (2020, p. 18-19) comenta:

Com a percepção desses indivíduos sob a ótica de construtores de seu entorno, é possível se estabelecer um diálogo com esses grupos em benefício tanto deles quanto das comunidades em que vivem. Essa realidade vem gradualmente sendo modificada com as políticas públicas implementadas nos últimos anos, trazendo as questões da juventude para o centro do debate.

Saindo do cenário nacional geral e focando em Fortaleza, é importante pontuar a criação do Conselho Municipal de Juventude (CMJ) em 2007. Vinculado à Prefeitura, o Conselho é composto por 10 membros do Poder Público municipal e 20 representantes da sociedade civil. Além disso, também em 2007 foi criada a Coordenadoria Especial de Políticas Públicas de Juventude, a qual se responsabiliza pela criação, pelo desenvolvimento e pela

coordenação de políticas públicas para os jovens como forma de garantir direitos e construir a cidadania. A faixa etária dos jovens que são beneficiados pelas ações governamentais é a mesma descrita no Estatuto da Juventude: de 15 a 29 anos. Essa faixa ainda pode ser subdividida nos seguintes grupos: jovem-adolescente (de 15 a 17 anos), jovem-jovem (de 18 a 24 anos), jovem-adulto (de 25 a 29 anos). (FREITAS, 2017; TORRES, 2020).

Dentre algumas iniciativas que buscam incentivar a participação dos jovens e proporcionar formação cultural em Fortaleza, Torres (2020) destaca o Centro Cultural Bom Jardim (2022) - localizado no bairro Grande Bom Jardim -, o qual, por meio de sua programação, busca estimular a criação artística dos jovens e difundir ações e produções culturais, democratizando e descentralizando o acesso à cultura. Outro exemplo é o Cineclube Ser Ver Luz (2022) - localizado no bairro Serviluz -, que alcança a população por meio da organização de mostras audiovisuais e da oferta de minicursos.

No contexto de formação cultural e profissional de jovens nas regiões periféricas de Fortaleza, a Rede CUCA tem grande destaque. Torres (2020) comenta que a primeira sede, localizada no bairro Barra do Ceará, foi inaugurada em 2009. Atualmente, existem cinco (GI CE, 2022) Centros Urbanos de Cultura, Arte, Ciência e Esporte (CUCAs) na capital, geridos pelo Instituto CUCA e mantidos pela Prefeitura de Fortaleza por meio da Coordenadoria Especial de Políticas Públicas de Juventude. Os nomes de cada sede advém do bairro onde estão localizadas: CUCA Barra (presente na Barra do Ceará), CUCA Mondubim (no bairro Mondubim), CUCA Jangurussu (no bairro Jangurussu), CUCA José Walter (no bairro José Walter) e CUCA Pici (no bairro Pici). Atendendo cerca de 100 mil jovens por ano, os Centros do CUCA, como descrito no site da Prefeitura Municipal de Fortaleza (2022), oferecem:

[...] cursos, práticas esportivas, difusão cultural, formações e produções na área de comunicação e atividades que fortalecem o protagonismo juvenil e realizam a promoção e garantia de direitos humanos. Além disso, a Rede Cuca também visa trazer para a periferia de Fortaleza possibilidades e alternativas de fruição cultural por meio da realização de eventos estratégicos, festivais, mostras, exposições e programação permanente de shows, espetáculos e cinema.

Ademais, Torres (2020) pontua que os CUCAs possuem centros de saúde, contando com uma equipe que acompanha o público que os frequenta. Os médicos e enfermeiros do lugar orientam os jovens, distribuem camisinhas e realizam testes preventivos. O ambiente dos CUCAs também é buscado e utilizado para a socialização entre as juventudes da região. Sobre a estrutura e a programação dos Centros, Sousa (2019, p. 51-52) descreve:

Na estrutura dos Cucas, é possível encontrar piscina semiolímpica, pista de skate, anfiteatro, ginásio poliesportivo, salas de multimídias, sala de dança, artes plásticas, laboratório de fotografia, biblioteca, espaço para exposições artísticas, além de uma

sala de cinema e um teatro. Nos Cucas há uma programação diversa de cursos de audiovisual, fotografia, dança, teatro, informática, música, inglês, libras; aulas de modalidades esportivas: Natação, basquete, judô, futsal, vôlei, treinamento funcional, jiu-jitsu, badminton, handebol, capoeira. No teatro e no cinema, acontece também uma programação cultural mensal, contemplando as diversas artes, entre elas: filmes, documentários, circo, peças teatrais, espetáculos de música e dança. Os Cucas também disponibilizam espaços de ensaios e ou reuniões para grupos das comunidades mais próximas, desde que solicitados e acordados com antecedência.

O projeto que originou os CUCAs foi elaborado e teve sua implementação iniciada durante a gestão da prefeitura de Luizianne Lins (de 2005 a 2012). Sobre a Rede CUCA, em uma entrevista presente em Alves (2013, p. 70), a ex-prefeita comentou:

Numa definição inicial, em um documento, eu falo que o CUCA era uma “atração fatal” para juventude, fatal no sentido que era irresistível, o jovem que não gostasse da música, ele gostava do cinema, se não gostasse do cinema ele podia pensar no teatro, se não gostasse do teatro podia gostar do laboratório de televisão, se não gostasse do laboratório de televisão, gostava de esporte, se não gostasse de esporte, tinha o laboratório de informática, eu sempre dizia durante as minhas falas.

Acerca da estrutura administrativa dos CUCAs, Torres (2020) comenta que ela é dividida em diretorias, as quais são direcionadas por contratos de gestão anualmente renovados. Ao fim de cada contrato, toda a estrutura é revista e alterada, buscando melhorar o funcionamento das sedes de acordo com as necessidades apontadas pelos jovens que utilizam os ambientes e pela própria equipe de funcionários.

E qual seria a relação entre o K-pop e a Rede CUCA? Em busca por um lugar adequado para ensaios, os grupos de dança *cover* encontraram nos CUCAs o seu maior refúgio. As reuniões em praças ou outros espaços públicos ainda existem, mas diminuíram. Isso aconteceu porque a estrutura dos CUCAs possui áreas cobertas, o que viabiliza ensaios em dias chuvosos e em períodos em que a incidência solar está forte. Nos ensaios em praças, era provável acontecer uma das duas coisas com os jovens: ficarem molhados pela chuva ou “queimados” pelo sol. Além disso, considerando que são levadas caixas de som para os encontros e que os pertences não permanecem em observação constante (porque os jovens estão ocupados ensaiando), a questão da insegurança nos ensaios em praças é ressaltada.

Nesse contexto, os CUCAs são tidos como a melhor possibilidade para a juventude K-popper. Apesar de todas as sedes serem utilizadas para a prática K-cover, a do Mondubim<sup>31</sup>, que foi a segunda a ser inaugurada pela Prefeitura, possui a maior demanda. Espontaneamente, dezenas de grupos começaram a ensaiar simultaneamente pelos corredores e áreas abertas do lugar. (TORRES, 2020).

---

<sup>31</sup> Torres (2020) comenta que apesar de ter sido entregue em 2012, o CUCA Mondubim só entrou efetivamente em atividade em 2014.

A movimentação espontânea dos jovens mostra que o CUCA é procurado e utilizado para além das atividades e da programação prevista pela ação governamental. Ao perceber o uso frequente e espontâneo dos corredores e de outros espaços pelos jovens e o desejo de utilizar as salas que a estrutura do CUCA dispõe, foi criado o programa Comunidade em Pauta. Este programa, através de reuniões mensais, organiza uma agenda com a população interessada para distribuir dias e horários para o uso das salas do CUCA para a realização de ensaios, treinos esportivos, eventos, reuniões e execução de projetos. No caso do K-cover, a sala de Artes Cênicas (também conhecida como a sala dos espelhos) é almejada por vários grupos, que a utilizam de acordo com os dias e horários estabelecidos durante a reunião do programa Comunidade em Pauta. Quando não estão utilizando a sala dos espelhos, os grupos encontram-se ensaiando nos corredores<sup>32</sup>.

Outra política pública da Prefeitura que abrange a juventude dos grupos de dança *cover* fortalezenses é o Programa Bolsa Jovem. Essa ação foi criada em 2019 com o intuito de garantir aos jovens da cidade que se encontram em situação de vulnerabilidade condições para o desenvolvimento de suas habilidades individuais, objetivando reduzir desigualdades e promover a inclusão juvenil. Atualmente, são distribuídas três mil bolsas com vigência anual, no valor de trezentos reais cada, para jovens (entre as idades de 15 a 29 anos) que não possuam vínculo empregatício e que possuam renda per capita de até 1 salário-mínimo (por pessoa da família). Em contrapartida, os jovens beneficiados com o auxílio devem mandar relatórios mensais das atividades que estão realizando, as quais podem ser das seguintes áreas: Arte e Cultura; Cidadania e Participação Social; Ciência, Educação e Tecnologia; Comunicação; Comunidades e Povos Tradicionais; Meio Ambiente e Sustentabilidade; Práticas Recreativas e Lazer; Saúde e Bem Estar; Economia Criativa e Empreendedorismo. Algumas das integrantes do Primadonna estão ou já foram vinculadas a esse programa<sup>33</sup>.

Tendo em vista as informações apresentadas no tópico, percebe-se o esforço das políticas públicas no impulsionamento das práticas juvenis na capital cearense, inclusive as da cena K-cover. Com a possibilidade do benefício financeiro e a disposição de melhores ambientes para realizar ensaios, a juventude encontra-se numa situação melhor que a do início dos grupos de dança. Mesmo que todo esforço e tempo gastos no desenvolvimento das

---

<sup>32</sup> Além das informações sobre o Comunidade em Pauta retiradas da experiência em campo, também existem dados no grupo do programa no Facebook. Disponível em: <https://www.facebook.com/groups/1486707444880789/>. Acesso em: 24 maio 2022.

<sup>33</sup> Dados do Bolsa Jovem foram retirados do site da prefeitura. Disponível em: <https://portaldajuventude.fortaleza.ce.gov.br/bolsajovem/>. Acesso em: 24 maio 2022.

performances não resultem em dinheiro o suficiente para o sustento exigido pela sociedade capitalista, as ações da Rede CUCA e o investimento do Bolsa Jovem são um incentivo importante, ainda mais quando se reflete sobre os maiores beneficiados por essas políticas, que são jovens da periferia em baixas condições socioeconômicas.

#### **4.5 K-pop Cover é imitação? A produção de performances coreográficas**

Durante esta dissertação, o termo “performance” foi citado diversas vezes, mas ainda não foi aprofundado. Com isso em mente, neste tópico, trata-se da apresentação do conceito do termo enquanto destacam-se as especificidades da performance na cena K-pop Cover.

No dicionário Michaelis (2022), a primeira definição de performance apresenta a relação do termo com o desempenho na realização de algo, o que torna, por exemplo, uma “boa performance” na dança similar a um “bom desempenho”. Para definir de maneira mais profunda, Schechner (2003, p. 25) começa pontuando que performance de maneira mais estrita se refere a eventos delimitados, “marcados por contexto, convenção, uso e tradição”, porém, “qualquer evento, ação ou comportamento pode ser examinado ‘como se fosse’ performance”. Nesse contexto, tratar o objeto ou o produto “como se fosse” performance significa investigar e compreender o que tal coisa faz e como ela interage e se relaciona com outros objetos e seres, indo além da concepção do termo como desempenho. Dessa forma, o autor conclui que qualquer coisa é – e pode ser estudada como – performance.

Como exemplo, discutir sobre a performance de um fã de K-pop é discutir sobre quem ele é, o que ele faz, como é o cotidiano dele, com quem e como ele interage na sociedade. Percebendo a amplitude do conceito, aprofundam-se, nesta pesquisa, as discussões sobre as performances coreográficas no K-cover de Fortaleza.

Dentro do senso comum, a performance está associada a apresentar uma ação. Mesmo que se caminhe cotidianamente sem refletir sobre a maneira específica de cada caminhar, tal ação se torna uma performance quando ela é demonstrada. Ou seja, uma coisa é caminhar para ir ao trabalho, outra coisa é mostrar como se caminha para ir ao trabalho. Seguindo essa ideia, Schechner (2003, p. 39) diz que “performar é agir, exercer um comportamento e mostrar-se”. Essa noção do conceito relaciona-se ao *performer* das artes, aquele que atua em um show ou espetáculo, que é o caso dos jovens do K-cover quando estão apresentando as coreografias.

Contudo, a ideia de Schechner (2003) é aprofundar o conceito. Para o autor, toda performance é feita de comportamentos duplamente exercidos, também chamados de comportamentos restaurados, que são ações que as pessoas treinam para desempenhar, tendo que repeti-las e ensaiá-las. Sobre os comportamentos restaurados, Schechner (2003, p. 34) define:

[...] o comportamento restaurado é - eu me comportando como se fosse outra pessoa, ou eu me comportando como me mandaram ou eu me comportando como aprendi. Mesmo quando me sinto ser eu mesmo, completamente, e agindo de modo livre e independente, apenas um pouco mais de investigação revelará que as unidades de comportamento vividas por mim não foram inventadas por mim.

A partir disso, os comportamentos restaurados podem ser relacionados com a ideia comum da performance – no teatro e na música –, mas também podem ser relacionados a qualquer ação ou comportamento cotidiano. Por exemplo, crianças e adolescentes aprendem com adultos sobre a vida em sociedade e são treinados para isso, de acordo com cada cultura, com o intuito de terem uma boa performance na vida adulta. Nessa dinâmica, mesmo que não esteja demonstrando seu comportamento (performance como demonstrar uma ação) para alguém, um ser humano se comporta a partir da maneira como aprendeu com outros.

Considerando os comportamentos restaurados como base para uma performance, Schechner (2003, p. 27) afirma que toda ação humana é performance, pois não existe ação “que possa ser classificada como um comportamento exercido uma única vez”. Mesmo que alguém não aceite o que aprendeu com outros para o convívio em sociedade e decida agir de forma rebelde, o autor ressalta que a ação de ir contra ainda segue um comportamento anterior.

Por isso, uma vez que todos os comportamentos são duplamente exercidos, o autor percebe as pessoas que são creditadas pela criação de algo como “sintetizadores, recombinaidores, compiladores ou editores de ações já praticadas anteriormente [...] Todo comportamento é comportamento restaurado – todo comportamento consiste em recombinações de pedaços de comportamento previamente exercidos” (SCHECHNER, 2003, p. 34). Em outras palavras e utilizando a frase do comunicador e apresentador brasileiro Chacrinha, “nada se cria, tudo se copia”. Até uma performance improvisada não seria completamente original, pois Schechner (2013) também aponta que improvisar consiste no uso de materiais já conhecidos. Quão mais cheia de referências a pessoa for, mais diversas podem ser as improvisações.

Apesar da frase de Chacrinha ter sido proferida inicialmente no contexto da televisão, ela combina com a ideia dos comportamentos duplamente exercidos. Claro, nem tudo é copiado literalmente, mas para a criação de novos objetos são utilizadas referências e

inspirações em outros já existentes. No caso do K-pop (tanto na música, como na dança), por exemplo, houve inspiração no pop e no hip-hop estadunidense, o que resultou em uma nova cultura. Posteriormente, as produções sul-coreanas começaram a utilizar a si mesmas como referência para novos produtos. Quando observada a releitura do K-pop no solo fortalezense, são percebidas especificidades únicas. Afinal, como já discutido no decorrer da pesquisa, as culturas são híbridas e cada contexto é único.

Haja vista a breve definição do conceito de performance, é possível estudar diversos aspectos das ações e dos comportamentos dos fãs que praticam a dança *cover*. Nesta pesquisa, aprofunda-se o estudo na performance das danças coreografadas. Quando iniciado o desenvolvimento da dissertação, antes mesmo de estar em campo, a dualidade entre cópia e referência ou inspiração, no contexto do K-cover, era vista da seguinte forma: o K-pop é uma produção híbrida (possui referências e inspirações em produções anteriores), mas a prática K-cover objetiva copiar ou imitar o que é feito na Coreia do Sul pelos *idols*. Contudo, esse pensamento inicial foi modificado a partir da experiência com os grupos de dança.

Para competir em eventos ou festivais, os jovens do K-cover realizam os passos de dança dos *idols* de forma mais forte e energética, pois o intuito é impressionar os jurados e a audiência. Em apresentações de grupos femininos no K-pop, ao comparar a performance original com o *cover* do Primadonna, é perceptível como as *idols* costumam dançar de maneira mais leve, o que valoriza o canto e as expressões faciais – em outras palavras, as *idols* fazem menos caretas enquanto dançam porque não estão colocando força nos passos.

Seria priorizar a beleza nos palcos a grande intenção das *idols*? Os passos realizados de maneira mais forte seriam mais masculinos? Essas foram questões que surgiram ao serem percebidas as diferenças entre performances originais e *covers*. A líder do Primadonna, Gabriela, comentou que quase sempre as coreografias masculinas vencem competições, pois elas são mais fortes e chocantes. Ela informou que, utilizando sua memória como base, somente uma vez um grupo feminino, dançando coreografia feminina, chegou a ganhar o primeiro lugar no pódio competitivo do evento Sana: o grupo Yeppeun Girls, em 2013. Para vencer utilizando danças de grupos femininos, ou pelo menos conseguir entrar no pódio, além de ter que escolher coreografias complexas, os passos devem ser realizados com mais força do que o original.

A partir de tais comentários, é possível questionar: se é uma competição de dança *cover*, o vencedor não deveria ser o mais fiel ao original? No cenário fortalezense, a resposta é ‘não’. Isso acontece porque o painel de jurados nos eventos é formado principalmente por pessoas da dança, que muitas vezes não são fãs do K-pop. A busca pela fidelidade ao original é comum somente na avaliação do figurino. Por isso, as performances coreográficas do K-cover

fortalezense em competições são avaliadas pela coreografia em si, como algo que os jurados nunca viram necessariamente. Ou seja, a dança *cover* é percebida como original nos palcos competitivos.

Fora das competições, com o intuito de apresentar para um público despreziosamente, os jovens podem dançar de forma mais leve, pois o foco encontra-se na sincronização labial, no carisma e no contato com o público. No caso de performances para vídeos, o esforço na dança se torna necessário porque, de acordo com as integrantes do Primadonna, os passos da coreografia em uma tela de vídeo ficam menos ressaltados quando comparados às performances presenciais. Por isso, para que a energia no vídeo fique próxima da energia presencial, ela precisa de mais força.

Ademais, os jovens também fazem releituras dos passos de dança. Por exemplo, não é incomum ver alguma *idol* executar um passo de uma forma diferente de outra dançarina do grupo. É o mesmo passo, mas com uma maneira um pouco diferente de ser executado. Nesse caso, a tática do Primadonna é observar a *idol* que possui mais habilidade na dança ou comparar a realização do mesmo passo com cada *idol*. Depois dessa análise, as jovens fortalezenses padronizam o passo de dança a partir do que elas considerarem melhor. Como resultado, a sincronia é fortalecida.

Com isso, o K-cover se mostra não exatamente idêntico ao original, mas sim como uma releitura do K-pop, que pode ser modificada de forma sutil dependendo da ocasião da apresentação. Schechner (2003) aponta que, apesar das performances serem feitas de comportamentos restaurados, cada uma é diferente das demais. Mesmo que todo comportamento seja duplamente exercido, os pedaços de comportamento podem ser recombinações e reestruturados em variações que o autor considera infinitas. Além disso, nenhum evento pode copiar outro de forma exata. Sobre isso, Schechner (2003, p. 28) explica:

[...] nenhum evento pode copiar, exatamente, um outro. Não apenas o comportamento em si mesmo - nuances de humor, inflexão vocal, linguagem corporal e etc, mas também o contexto e a ocasião propriamente ditos, tornam cada instância diferente [...] Mesmo que uma obra de arte performática, quando filmada ou digitalizada, permaneça a mesma a cada exibição, o contexto de cada recepção diferencia as várias instâncias. Em outras palavras, a particularidade de um dado evento está não apenas em sua materialidade, mas em sua interatividade.

Levando essa reflexão para o K-cover, além da ocasião (competição, vídeo, performance despreziosa) modificar a intenção e a realização dos passos da coreografia, não é possível repetir de forma exata em ocasiões similares as nuances e as especificidades de uma performance; cada uma é única. Até mesmo as apresentações gravadas possuem nuances, mesmo que repitam (a cada exibição) um mesmo momento captado por câmeras. Os contextos

de recepção mudam a percepção. Isso pode ser notado também quando algo novo surge a cada vez que uma performance em vídeo é vista, seja um erro em um passo ou na sincronia, seja um momento específico bem executado. Ainda, essa recepção se torna diferente caso o mesmo vídeo seja visto hoje e anos depois, o que pode proporcionar uma reflexão sobre como as habilidades de dança do grupo mudaram positiva ou negativamente.

Outro ponto relevante acerca da conceitualização de performance é que ela pode ser compreendida como um processo. Ao falar desse tema, Schechner (2013) se atém ao âmbito de performances como processo em apresentações artísticas, utilizando o conceito de forma específica. Considerando que o foco desta pesquisa encontra-se na produção das performances coreográficas do K-pop Cover, que são apresentações artísticas, o conceito do autor se encaixa na discussão.

Entender a performance como um processo no cenário K-cover é perceber que dançar em grupo em um palco competitivo requer a existência de várias atividades anteriores e posteriores. Dessa forma, de acordo com Schechner (2013), a performance é um processo que pode ser dividido em três grandes fases: proto-performance, performance e *aftermath*<sup>34</sup> (que significa “consequências”, em tradução literal). O autor ressalta que essa sequência de fases não foi criada para ser seguida de maneira exata e literal no desenvolvimento de performances, mas sim para compreender a maneira como elas são produzidas e quais seriam os seus efeitos a longo prazo.

#### **4.5.1 Proto-performance**

A primeira fase da performance como processo é chamada de proto-performance (ou “proto-p”) e pode ser subdividida em três seções: *training* (treinos), *workshop* (oficinas) e *rehearsal* (ensaios). (SCHECHNER, 2013).

Na etapa de treino, habilidades específicas são aprendidas. Por exemplo, caso alguém precise fazer passos como espacates ou piruetas, tais habilidades serão desenvolvidas nessa etapa. Ademais, para que as futuras performances sejam realizadas sem exaurir os sujeitos, treinar também se refere a melhorar ou manter a resistência corporal.

Além da aquisição de novas habilidades e do trabalho da resistência, a etapa do treino no cenário K-cover se refere ao aprendizado dos passos de uma coreografia. Similar a

---

<sup>34</sup> Aqui, o termo não foi utilizado em português porque o texto de Schechner (2013) está em inglês. Para manter a ideia do autor, optamos por apresentar as palavras tais quais foram utilizadas originalmente, mas com o acréscimo de uma tradução nossa em sequência.

um ator que aprende os seus diálogos em um roteiro antes de ensaiar em grupo para uma peça teatral, os jovens dançarinos fortalezenses buscam aprender os passos de dança individualmente para que possam ensaiá-los com o grupo. As performances dos *idols* publicadas nas redes sociais digitais, principalmente no YouTube, são utilizadas como base para o aprendizado dos passos.

Dessa forma, depois que escolhem a música que vão apresentar e o figurino que irão vestir, cada integrante de um grupo *cover* treina a coreografia por si só com o intuito de aprender os passos, pelo menos de forma superficial. Nessa dinâmica, é interessante ressaltar que, mesmo que outras etapas iniciem, o treino permanece em atividade.

A etapa seguinte é *workshop*, traduzida literalmente como oficina, que busca proporcionar atividades que compartilhem diferentes habilidades, técnicas, ideias e abordagens para as pessoas que estão desenvolvendo a performance. A intenção do *workshop* é expandir as experiências e o conhecimento dos sujeitos, ajudando-os a reconhecer, aprofundar e desenvolver suas próprias possibilidades além dos limites ordinários. Para tanto, é comum que sejam convidadas pessoas de fora do grupo – com diferentes experiências. Em resumo, enquanto o treino é um processo longo, repetitivo e lento, o *workshop* é relativamente breve, intenso e transformador. (SCHECHNER, 2013).

Durante a vivência com o Primadonna, não foi percebida nenhuma atividade similar ao *workshop*. Porém, como dito por Schechner (2013), nem todas as etapas existem rigorosamente na produção das performances. Por isso, após iniciarem os treinos, o K-cover costuma se dirigir imediatamente para a fase seguinte: os ensaios.

Na etapa dos ensaios, são desenvolvidas as bases praticadas nos treinos. Por meio de um processo que pode ser tedioso e repetitivo no início, os ensaios constroem as performances lentamente. Com o passar do tempo, a confusão e os problemas são reduzidos e o “produto finalizado” começa a surgir e fazer sentido. (SCHECHNER, 2013).

Na cena K-pop Cover, depois que cada integrante do grupo aprende os passos por si só, os ensaios iniciam. Durante um ensaio, é perceptível que a produtividade cai caso algumas pessoas não tenham aprendido o necessário, o que torna o desenvolvimento de uma performance mais lento. Porém, no cenário onde todos sabem o que devem fazer em cada parte, os ensaios servem para praticar a movimentação em grupo, perceber os problemas na execução dos passos, padronizar movimentos, melhorar a sincronia e, por fim, internalizar a coreografia. Depois que todas as movimentações em grupo estão organizadas minimamente, os jovens exercitam a expressão facial, a sincronização labial e o carisma, o que pode fortalecer o contato deles com o público.

Na fase dos ensaios, o uso da sala com espelhos se torna imprescindível para a correção e a evolução da performance, principalmente quando não há a presença de alguém de fora da coreografia para gravar as atividades do ensaio. Sem a sala com espelhos do CUCA e sem alguém de fora disponível para gravar, algumas integrantes do Primadonna – normalmente as mais experientes – saem de seus lugares na performance para observar por fora e avaliar o que pode ser melhorado.

Enquanto os ensaios acontecem, questões acerca do figurino são solucionadas: sondagem da disponibilidade de costureiras para a confecção das vestes; escolha e compra de tecidos; compra de acessórios e de outras peças de roupa; medição dos corpos e experimentação dos figurinos; ajustes; entre outros. Ademais, ideias para a maquiagem são organizadas e selecionadas. Para os jovens interessados em desenvolver não só o *cover* da coreografia, mas também do *idol*, nessa etapa serão procuradas e adquiridas lentes de contato, perucas ou tintas para cabelo adequadas.

Em média, os treinos duram uma semana até que os ensaios iniciem, os quais podem durar semanas ou meses a depender da dificuldade da coreografia, da quantidade de integrantes na performance e do tipo de apresentação (competição, vídeo, despretensiosa). Como exemplo, acompanhou-se em campo o desenvolvimento da performance *cover* da faixa Paint The Town do grupo feminino LOONA. Desde que a pandemia do coronavírus teve início, esta foi a primeira coreografia para competição que o Primadonna trabalhou, a qual teve quase seis meses de treinos e ensaios. Em contrapartida, acompanhou-se também o desenvolvimento da performance *cover* para vídeo do YouTube da faixa MORE do grupo KDA. Esta teve por volta de um mês de treinos e ensaios até a gravação.

#### **4.5.2 Performance**

Depois da preparação, o momento da performance em si chega. Utilizando Schechner (2013) como base, pode-se dividir essa fase em três menores: *warm-up* (aquecimento), *public performance* (performance pública) e *cooldown* (desaquecimento).

O aquecimento é o momento em que os *performers* preparam seus corpos e concentram suas mentes antes de pisar no palco. Ao refletir sobre a abrangência dessa etapa, percebe-se que os jovens do K-cover estão se aquecendo para a apresentação desde o momento em que começam a se maquiar e a vestir o figurino. Além de alongar e aquecer os corpos para a coreografia que será apresentada, os jovens costumam performar algumas vezes o que foi preparado para checar se está tudo correto, como se fosse um breve ensaio.

Para Schechner (2013), a etapa de aquecimento é como se fosse uma transição que faz com que os *performers* saltem do mundo cotidiano para o mundo da performance. Nessa etapa, a concentração aumenta e o corpo e a mente passam por um processo que os deixa diferentes do que normalmente são. Para se manterem no mundo da performance e não perderem a concentração e o foco no presente, os *performers* buscam não fazer coisas como contar histórias do cotidiano ou piadas. Tudo isso é feito com o objetivo de proporcionar apresentações com máxima eficiência, com o melhor que os sujeitos podem oferecer depois de todos os treinos e ensaios.

Quando se pisa nos palcos ou quando a câmera começa a gravar, a performance em si inicia. No caso de apresentações *off-line* do K-cover, principalmente em competições, não existe a possibilidade de começar tudo de novo. Por isso, com quedas, erros de passo ou problemas com o figurino, a coreografia deve continuar até o final estabelecido.

Porém, nas performances para o YouTube, usualmente a coreografia é dividida em partes e é dançada mais de uma vez. Por isso, os erros podem ser excluídos por meio de uma nova gravação. Nesse caso, enquanto a câmera estiver gravando, a performance acontece. Ao final, com o material gravado passando pelo processo de edição, o vídeo a ser publicado apresenta a coreografia ao espectador sem erros, como se tudo tivesse acontecido em uma só gravação.

Se o aquecimento prepara as pessoas para o salto no mundo da performance, o desaquecimento é a etapa que traz os *performers* de volta para o cotidiano. Para tanto, Schechner (2013) pontua que os *performers* fazem coisas como: pensar e conversar sobre a performance que acabou de ser realizada, despir-se do figurino, tirar a maquiagem, tomar banho, vestir roupas cotidianas, entre outros. Os aplausos advindos do final de uma apresentação já iniciam esse processo.

#### **4.5.3 Aftermath**

Também entendida como “consequências”, em tradução literal, a etapa final *aftermath* apresentada por Schechner (2013) refere-se aos efeitos da performance em si, podendo durar meses, anos ou até mesmo séculos. Em resumo, o autor acrescenta que as durações das consequências são indefinidas.

As consequências podem ser encontradas nos momentos de discussão crítica sobre os pontos positivos e negativos de uma performance, nas evidências físicas e arquivos relativos à apresentação e nas memórias. A maioria das consequências são relativamente curtas ou se

mantêm nas memórias pessoais. A curto prazo, notícias em mídias e a fala dos espectadores sobre uma performance são tipos de consequências. A longo prazo, as consequências incluem: documentação pessoal (fotos, vídeos, anotações), impacto e influência em outras performances e produções acadêmicas escritas sobre a apresentação. (SCHECHNER, 2013).

No caso do K-cover, o processo de uma mesma performance pode se repetir. Por exemplo, para acalmar os nervos e entregar um melhor desempenho em uma performance, os grupos de dança às vezes apresentam o que estão desenvolvendo em eventos despretensiosos em shoppings ou em praças durante o processo de preparação. A experiência de ter apresentado a coreografia em outros momentos pode dar mais confiança na performance em um palco competitivo, pois eventuais erros e problemas são percebidos e sanados por meio dessas apresentações.

Ainda, depois de participar de uma competição, a mesma coreografia pode ser incrementada para outra. O Primadonna já chegou a apresentar um mesmo projeto em vários eventos por um ano. Nessa dinâmica, as etapas do processo da performance parecem se repetir, o que tende a deixar uma performance cada vez melhor. Para que tal melhoria aconteça, a fase das consequências, que possui a crítica do que foi apresentado, é imprescindível.

## 5 METODOLOGIA

Para compreender com mais profundidade o consumo do K-pop e a prática K-cover em Fortaleza, além da aplicação de entrevistas com os jovens K-poppers, acreditou-se que a convivência com essas pessoas poderia trazer mais resultados. Com isso em mente, nesta dissertação, optou-se por adotar o método etnográfico, o qual se apoia na observação participante e em entrevistas em profundidade. Para especificar a aplicação metodológica, foi selecionado o grupo *cover* Primadonna, composto atualmente por doze meninas.

Neste capítulo, encontram-se as explicações acerca da metodologia adotada para a experiência em campo, ressaltando vantagens e desvantagens.

### 5.1 O mundo interconectado e a etnografia

A Internet está se tornando um fenômeno de massa frequente em diversos aspectos da vida humana: nos estudos, no trabalho, no lazer, no consumo material e imaterial, nas relações sociais, nos pronunciamentos de empresas e governos, entre outros. Além de conectar informações de diversas localidades do globo terrestre, a Internet conecta pessoas, mesmo que estas se encontrem geograficamente distantes umas das outras, o que impactou “com força o tecido social, tornando os modos de comunicação mais complexos” (RECUERO, 2016, p. 118).

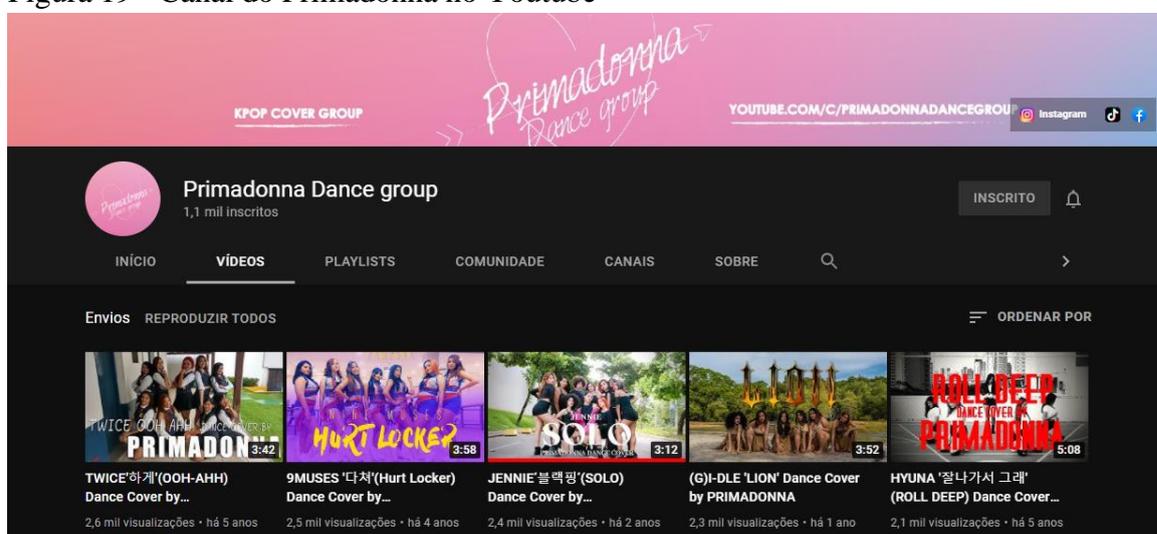
Por meio da Internet, sem sair de casa (e sem sair do *smartphone* ou do computador), é possível fazer coisas como: comprar mantimentos para casa, pagar boletos, comprar roupas, conversar com familiares e amigos, jogar uma partida de xadrez com um sul-coreano, conseguir informações sobre o mundo inteiro, publicar uma opinião própria sobre a situação política da França e, até mesmo, gerar renda para si mesmo.

Claro, nem todo trabalho pode ser realizado de forma *on-line*. Por exemplo, como se poderia construir um prédio na cidade somente pelo computador? A tecnologia ainda não avançou a tal ponto – pelo menos até o momento desta pesquisa. Porém, é fato que, em decorrência da potencialidade da Internet, surgiram novos empregos ou novas formas de realizar trabalhos já estabelecidos.

Apesar deste mundo interconectado representar a vivência de vários indivíduos ao redor do planeta, o acesso ao *on-line* é, ainda, limitado – ou simplesmente inexistente – para alguns. Por exemplo, como afirma Tokarnia (2020), um a cada quatro brasileiros (cerca de 46 milhões de pessoas) não possuem acesso à Internet, o que significa dizer que não participam dessa dinâmica.

Segundo Hine (2015), a partir do mundo *on-line*, as pessoas que possuem acesso podem adquirir um ambiente onde é possível compartilhar opiniões e produções próprias. As meninas do Primadonna, por exemplo, usufruem dessa possibilidade ao postarem os seus vídeos de coreografias no canal oficial do grupo no Youtube (Figura 19).

Figura 19 - Canal do Primadonna no Youtube



Fonte: Print do canal<sup>35</sup> feito pelo autor.

O desenvolvimento do mundo *on-line* também afetou os métodos de pesquisa. Autores como Amaral (2010), Hine (2004), Hine (2015), Como... (2020), Polivanov (2013) e Recuero (2016) realizaram pesquisas que incluíram os meios e as culturas digitais nos objetos de interesse do método etnográfico, desenvolvendo comparações, adaptações e releituras da etnografia. Para dar conta dessas atualizações, surgiram termos como netnografia, etnografia virtual, webnografia e ciberantropologia, sendo estes “ora tomados na bibliografia como sinônimos, ora como termos específicos defendidos por alguns pesquisadores” (POLIVANOV, 2013, p. 65). O uso desses novos termos, que segregam a etnografia tradicional da etnografia do mundo digital, embasa-se na dicotomia entre “real” e “virtual”, como se as vivências em rede fossem significativamente diferentes e separadas do que é “real”. Entretanto, questiona-se: será que existe de fato uma fronteira que divide a vida *on-line* da vida *off-line*?

Em sua pesquisa, Marques (2010) investigou interações e relações sociais de jovens na Praça Portugal, apresentada anteriormente, e na comunidade *on-line* “Praça Portugal”, localizada na rede social digital Orkut. A autora percebeu que práticas realizadas em encontros face-a-face na praça eram debatidas na Internet: os jovens davam continuidade no cenário *on-*

<sup>35</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/c/PRIMADONNADanceGroup/videos?view=0&sort=p&flow=grid>. Acesso em: 17 jun. 2021.

*line* às dinâmicas de socialização vivenciadas presencialmente, tais como paqueras, jogos e desafios. Além disso, relações desenvolvidas em interações pela Internet tiveram desdobramentos em encontros face-a-face. Nas palavras da autora, aconteceram “conversas entabuladas nos tópicos que tiveram desdobramentos na praça; ou rixas originadas em discussões mediadas por computador que tiveram consequências em encontros face a face” (MARQUES, 2010, p. 105).

No caso acima, percebemos uma quebra na fronteira entre os mundos *on-line* e *off-line*. Nos contextos em que a Internet foi popularizada, as pessoas passaram a estar conectadas em praticamente todos os momentos do dia. Por essa razão, Hine (2015) comenta que “estar *on-line*” tornou-se uma extensão de outras formas “corporizadas” de experienciar o mundo. Sobre isso, Polivanov (2013, p. 68) acrescenta: “os ambientes digitais, online, engendram práticas de sociabilidade, cooperação e também de conflitos e disputas entre os atores sociais tanto como os ambientes *off-line*”. Dessa forma, infere-se que não existe uma divisão entre experiências “virtuais” e “reais”, pois os dois lados estão misturados profundamente no cotidiano. Como resultado disso, pode-se afirmar que o “virtual” é parte do “real”.

Com essa reflexão, Frago, Recuero e Amaral (2011) propõem que o termo “etnografia” seja utilizado em ambos os casos, *on-line* ou *off-line*, em vez dos outros termos que segregam o método etnográfico clássico de suas aplicações em ciberculturas, tendo em vista que ambos são etnografia. O diferencial se encontra nas técnicas utilizadas para a coleta de dados. Dessa forma, Amaral (2010) comenta que essas diferenças devem ser explicitadas nas descrições das práticas da pesquisa. Por exemplo, no caso da realização de entrevistas, deve-se especificar se elas acontecerão presencialmente ou via Skype.

Para Geertz (2008), a etnografia é menos um conjunto de técnicas e de procedimentos e mais uma “descrição densa” de uma cultura específica. Por isso, o autor explica que o objetivo principal da etnografia é a interpretação cultural. O etnógrafo busca descobrir em sua pesquisa tudo o que é preciso saber para ser membro da cultura estudada. Em outras palavras, busca-se compreender “as regras explícitas e implícitas [...] para se sentirem membros e para serem, perante os membros dessa cultura, previsíveis” (WINKIN, 1998, p. 131). Para alcançar tal objetivo, Winkin (1998) cita três importantes competências que um etnógrafo deve ter: 1 – saber ver, 2 – saber estar com outros e consigo e 3 – saber retraduzir para terceiros, por meio da escrita, a experiência vivida. Em relação à última competência, Peirano (2014, p. 386) ressalta: “Este talvez seja um dos maiores desafios da etnografia – e não há receitas preestabelecidas de como fazê-lo”.

Winkin (1998) aponta que a etnografia era inicialmente usada pelos antropólogos somente para a compreensão de culturas de lugares remotos. As pessoas observadas eram percebidas como exóticas. “Ir ao campo” era sinônimo de viajar para algum lugar distante, reforçando a ideia de que a cultura é algo que existe em um espaço físico dentro de limites, o que transforma o mundo em um mosaico de diferentes e singulares culturas. Com o passar do tempo, as pessoas observadas deixaram de ser percebidas como exóticas, “mas, sim, como pessoas dignas de respeito, cuja vida social se deve tentar reconstituir” (WINKIN, 1998, p. 130).

Por volta dos anos 1930, de acordo com Winkin (1998), os antropólogos começaram a pensar que a etnografia não deveria ser realizada somente em terra estrangeira. Por isso, os próprios países dos pesquisadores poderiam ser seus próprios objetos de estudo. Dessa maneira, “ir ao campo” pode significar o mero deslocamento de atravessar uma rua. Mesmo que antes fosse ancorada num contexto colonialista, a etnografia passou a ser utilizada “em todos os lugares, em todas as circunstâncias” (WINKIN, 1998, p. 132).

Tendo em vista o crescimento de interações mediadas, a possibilidade de aplicar o método etnográfico se expandiu para além de lugares geograficamente localizados. Por isso, é conveniente pensar na etnografia como fluida, dinâmica e móvel. Consequentemente, as novas possibilidades de interação também permitem repensar se a presença física ou face-a-face seria obrigatória. Além disso, a noção da cultura como autêntica ou pura, definida no espaço físico, não condiz com a sociedade contemporânea. Cada vez mais, as culturas parecem estar conectadas entre si e conscientes umas das outras. As pessoas não precisam estar próximas fisicamente para se relacionarem ou se agruparem. Por isso, a etnografia pode se concentrar em fluxos e conexões, não somente em localidades. (HINE, 2004).

Voltando para o contexto específico dessa dissertação, inicialmente seria aplicada somente a abordagem *off-line* da etnografia para estudar o Primadonna, mas optou-se por incluir a dinâmica do *on-line* na metodologia porque, durante o desenvolvimento da pesquisa, o cotidiano foi modificado drasticamente devido ao surto pandêmico do coronavírus e às normas de distanciamento social. Apesar da pandemia, ao perceber que o K-pop conseguiu se expandir globalmente por causa do alcance da Internet e que a prática da dança *cover* depende dos vídeos dos *idols* no YouTube, concluiu-se que o mundo *on-line* está na base do *fandom* K-popper. Além disso, o Primadonna e diversos outros grupos *cover* locais não se expressam apenas no *off-line* (pela cidade de Fortaleza), mas também no *on-line* (por meio de redes sociais como WhatsApp, Instagram, TikTok e Youtube). Ou seja, os grupos possuem características híbridas (*on-line* e *off-line*). Por isso, compreende-se que o uso de uma abordagem também híbrida não

só lida com a expressividade desses jovens de forma mais completa, como se adequa ao contexto da pandemia no qual essa pesquisa está inserida.

## **5.2 O método etnográfico e a entrevista narrativa**

A etnografia pode ser tida como um “processo de interpretação que pretende, e espera-se que consiga, dar conta das estruturas significantes que estão por trás e dentro do menor gesto humano” (TRAVANCAS, 2012, p. 98). Ou seja, trata-se não somente da visualização dos gestos e das ações do grupo, mas também da interpretação destes.

Para tanto, Hine (2004) comenta que o etnógrafo, em sua forma mais característica, participa do cotidiano das pessoas que ele estuda por um período prolongado, observando o que acontece e fazendo perguntas como forma de coletar dados para esclarecer as questões da sua investigação. Travancas (2012) afirma que esse método é categorizado como empírico e qualitativo. Empírico porque os dados são obtidos a partir da experiência do pesquisador em campo. Qualitativo pois não busca coletar dados numéricos, mas sim subjetivos e narrativos a partir do contato e das conversas com os sujeitos investigados (RECUERO, 2016). Além disso, Travancas (2012) acrescenta que o “mergulho” do pesquisador no cotidiano do outro requer um preparo: antes de iniciar a etnografia propriamente dita, deve-se – caso seja possível – fazer um levantamento sobre o tema para estar “minimamente iniciado” quando for adentrar no agrupamento, já tendo em mente as dificuldades e os riscos que podem ser enfrentados.

Porém, não é possível estar totalmente preparado ou ter tudo planejado com antecedência. Hine (2004) pondera que a etnografia oferece pouca ou nenhuma prescrição para o pesquisador e que não existem fórmulas para analisar a precisão dos resultados obtidos. O método é guiado pelo objeto de pesquisa. Em outras palavras, cada caso é um caso. Basicamente, o pesquisador se joga no ambiente sem saber exatamente para onde vai ser levado, mesmo tendo realizado um levantamento anterior.

Travancas (2012) apresenta dois instrumentos de coleta de dados em campo para a etnografia: as entrevistas em profundidade e a observação participante. Para esta dissertação, foi adotado um tipo específico de entrevista em profundidade como metodologia: a entrevista narrativa.

Jovchelovitch e Bauer (2003) classificam a entrevista narrativa como não estruturada, pois não possui um esquema roteirizado de perguntas pré-estabelecidas. Conceitualmente, isso acontece porque a ideia da entrevista narrativa é baseada na crítica ao modelo pergunta-resposta, frequente na maioria das entrevistas. Nesse modelo, o entrevistador

impõe uma estrutura ao entrevistado. Dessa forma, para conseguir uma versão menos imposta e mais centrada na perspectiva do informante, a entrevista narrativa surge como uma opção.

O esquema de narração substitui o modelo pergunta-resposta tendo como pressuposto que “a perspectiva do entrevistado se revela melhor nas histórias onde o informante está usando sua própria linguagem espontânea na narração dos acontecimentos” (JOVCHELOVITCH; BAUER, 2003). Tal pressuposto tem base no estudo de narrativas, no qual a ação de contar histórias se mostra como intrínseca e universal à vida humana. De modo mais profundo, Jovchelovitch e Bauer (2003, p. 91) comentam:

Parece existir em todas as formas de vida humana uma necessidade de contar; contar histórias é uma forma elementar de comunicação humana e, independentemente do desempenho da linguagem estratificada, é uma capacidade universal. Através da narrativa, as pessoas lembram o que aconteceu, colocam a experiência em uma sequência, encontram possíveis explicações para isso, e jogam com a cadeia de acontecimentos que constroem a vida individual e social. Contar histórias implica estados intencionais que aliviam, ou ao menos tornam familiares, acontecimentos e sentimentos que confrontam a vida cotidiana normal.

Portanto, tendo em vista a relevância do ato de contar histórias, a entrevista narrativa é um método de pesquisa que tem como objetivo fomentar uma situação que encoraje e estimule o entrevistado a contar uma história a partir de suas próprias perspectivas e contextos. Para que isso seja possível, a influência do entrevistador deve ser minimizada, devendo evitar cuidadosamente a imposição de formas de linguagens não empregadas pelo entrevistado durante a entrevista. (JOVCHELOVITCH; BAUER, 2003).

A entrevista narrativa possui regras de execução que restringem o entrevistador com o intuito de fortalecer o esquema da narração. Jovchelovitch e Bauer (2003) apontam que essas regras não foram estabelecidas para serem seguidas cegamente, mas sim para servirem como guia e orientação ao entrevistador para que, durante a execução da entrevista, surja uma narração rica. Jovchelovitch e Bauer (2003, p. 96) confirmam que o “seguimento destas regras levará certamente a uma situação isenta de constrangimentos, e manterá a disposição do informante de contar uma história sobre acontecimentos importantes”.

Para começar a discutir sobre as regras de execução e as particularidades de uma entrevista narrativa, é importante frisar que o método é dividido em quatro fases: iniciação, narração central, fase de perguntas e fala conclusiva. Antes de iniciar essas fases, é necessário se preparar para a entrevista, criando familiaridade com o campo de estudo. Posteriormente, com base nos estudos iniciais, o pesquisador deve montar uma lista de perguntas exmanentes, as quais refletem os interesses e a linguagem do pesquisador, mas também podem ser feitas questões imanentes, referentes a temas e tópicos que surgem a partir da escuta da narração do

entrevistado, ou seja, questões que surgem durante a entrevista (JOVCHELOVITCH; BAUER, 2003, p. 97). Questões exmanentes e imanentes podem se sobrepor totalmente, parcialmente ou de forma nenhuma, porém, o ponto crucial durante a entrevista narrativa é buscar “traduzir questões exmanentes em questões imanentes, ancorando questões exmanentes na narração, e fazendo o uso exclusivamente da própria linguagem do entrevistado” (JOVCHELOVITCH; BAUER, 2003, p. 97). Por isso, a entrevista narrativa demanda escuta atenta.

Ademais, deve-se preparar uma questão inicial, que os autores também chamam de questão “gatilho”, para dar início à narração que tecerá o fio da entrevista. Tendo em mente a importância de tal questão, Jovchelovitch e Bauer (2003) recomendam que ela tenha relação com o cerne da pesquisa. Por isso, a questão gatilho elaborada para as entrevistas foi “Com sua própria experiência, como é o passo-a-passo de fazer uma performance *cover* de K-pop?”, pois ela se conecta com o intuito de analisar como os jovens fortalezenses produzem performances coreográficas no cenário da dança *cover*, referente ao objetivo geral da dissertação.

Haja vista que Jovchelovitch e Bauer (2003) ressaltam a importância da confiança que os entrevistados devem ter no entrevistador para que o método ocorra de forma bem-sucedida, acredita-se que os laços desenvolvidos com as integrantes do Primadonna no decorrer da experiência etnográfica facilitaram a aplicação das entrevistas. Além disso, o contato com a linguagem das entrevistadas, devido à convivência cotidiana, auxiliou no processo de escolha de palavras desde a preparação das questões exmanentes. O relato da aplicação das entrevistas com as jovens do Primadonna está presente em seções posteriores desta dissertação.

Depois das preparações para a entrevista, incluindo o desenvolvimento de questões exmanentes, começa-se a primeira fase: a Iniciação. Nesta etapa, o procedimento da entrevista narrativa é brevemente explicado ao entrevistado. Além disso, para que seja possível realizar a transcrição posterior e a subsequente análise de forma adequada, deve-se pedir ao informante a permissão para gravar a entrevista. A etapa de Iniciação finaliza com verbalização da pergunta gatilho. (JOVCHELOVITCH; BAUER, 2003).

Em seguida, começa-se a segunda fase, a Narração central, etapa na qual a narração do entrevistado surge a partir da pergunta gatilho. Depois de iniciada, a narração não deve ser interrompida até que haja uma clara indicação de finalização. Durante essa etapa, o entrevistador deve se abster de qualquer comentário verbal (a não ser que sejam do tipo “hmm”, “entendi”, “sei”, etc.), somente executando sinais que indiquem a escuta atenta, que demonstrem o interesse na narração e que encorajem o entrevistado a continuar sua fala. (JOVCHELOVITCH; BAUER, 2003).

Quando a narração chega a seu fim "natural", começa-se a terceira fase: a de perguntas ou questionamentos. Utilizando-se das questões examanentes e da escuta atenta à narração, o entrevistador busca traduzir suas questões de interesse em imanentes, com o emprego da linguagem do entrevistado. Recomenda-se que não sejam realizadas perguntas do tipo "por que?", pois elas fazem o entrevistado buscar justificativas e racionalizações, as quais devem surgir espontaneamente na narração. (JOVCHELOVITCH; BAUER, 2003).

Na fase final, a da Fala conclusiva, desliga-se o gravador. Somente as três primeiras fases são transcritas. Jovchelovitch e Bauer (2003) pontuam que é comum acontecerem conversas interessantes e informais depois que o gravador estiver desligado. Para os autores, papear de forma descontraída depois da entrevista pode trazer novas informações além das que foram fornecidas de maneira mais "formal" durante a narração. No decorrer desta etapa, caso necessário, questões do tipo "por que?" podem ser empregadas. Dessa forma, para que informações importantes que venham a surgir nesta etapa não sejam perdidas na memória, é aconselhável fazer anotações logo após o final da entrevista.

Jovchelovitch e Bauer (2003) chamam atenção para o fato de que, mesmo com a aplicação adequada da entrevista narrativa, o entrevistado pode contar uma história com distorções acerca dos acontecimentos. Nesse contexto, os autores comentam que a veracidade das histórias depende do empenho do pesquisador, o qual deve tentar apresentar as narrativas coletadas por meio das entrevistas com máxima fidelidade, mas também deve organizar informações adicionais de fontes diferentes para compor sua pesquisa.

Com isso em mente, além das informações adquiridas por meio da revisão bibliográfica e das narrativas dos entrevistados, há mais um instrumento de coleta de dados relevante em uma etnografia: a observação participante. Peruzzo (2012) aponta que a observação participante consiste na inserção e na vivência do etnógrafo no ambiente de ocorrência do fenômeno investigado. Dessa forma, é possível analisar não só comportamentos ou processos comunicativos, como também usos e interpretações que o grupo faz das formas simbólicas encontradas nos meios de comunicação.

Nesse contexto, Hine (2004) ressalta que o etnógrafo não é simplesmente um observador desapegado. Na verdade, o pesquisador se torna um participante, que compartilha preocupações e emoções dos sujeitos da pesquisa. O etnógrafo não deve apenas observar atentamente, deve também interagir com as pessoas e estar aberto para vivenciar, para experienciar e para aprender. Por isso, a autora afirma que o pesquisador vive em uma espécie de mundo intermediário, no qual ele é simultaneamente um estranho e um nativo e do qual se aproxima o suficiente para entender, mas mantém a distância necessária para explicar e

interpretar – com o olhar de “estranhamento” de alguém de fora do fenômeno estudado. Por meio dessa imersão, o etnógrafo deixa de depender apenas de relatos dos sujeitos, compartilhados por meio das entrevistas em profundidade.

No cenário da Internet, é possível “bisbilhotar” as redes sociais das pessoas e conseguir dados de forma que não seria possível em uma interação face-a-face, até porque o observador é marcado pela sua diferença no contexto *off-line*, mesmo que esteja calado. Apesar da facilidade em observar sem ser notado, ou observar sendo pouco notado, deve-se lembrar que as questões éticas não deixam de existir no contexto digital. Inclusive, Winkin (1998, p. 140) argumenta que a observação escondida nunca deve ser feita:

Tentar “esconder-se” para melhor ver. Isso não funciona. [...] Também não usem nunca um disfarce, um papel, pensando: seria melhor se eu fingisse ser um professor de natação na piscina, um sacristão na igreja... não. Negociem seus estatutos com os outros, obriguem-se a estar dentro, a jogar o jogo, a não enganar os membros “naturais” do lugar. Este é ao mesmo tempo um problema metodológico e um problema deontológico. Não se brinca com as pessoas. Ponto final.

Embora o conteúdo postado em redes sociais seja percebido comumente como público, Recuero (2016) frisa que é preciso se preocupar com a exposição dos sujeitos: a etnografia lida com pessoas, e estas não devem ter suas fotos, suas publicações e suas informações pessoais divulgadas sem consentimento. Por isso, não só é interessante e ético que os sujeitos observados saibam que seus perfis nas redes sociais estão sendo observados para uma pesquisa, como também que eles estejam de acordo com a observação realizada pelo etnógrafo.

Hine (2015) explica que a observação etnográfica na Internet não é tão simples assim: os pesquisadores devem se tornar efetivamente presentes, ao ponto de serem convidados e aceitos dentro de ambientes específicos do convívio *on-line* dos sujeitos, resultando no acesso a uma maior gama de informação e em mais formas de interação além do simples olhar para um perfil em uma página *on-line* desconectada do indivíduo.

E como seria possível entrar no convívio mais interno dos sujeitos? Recomenda-se ao etnógrafo o caminho de ser prestativo. Ao se mostrar disposto a ajudar ou a oferecer favores, organicamente, os laços de amizade são criados. Além disso, mostrar respeito, não julgar e ser um bom ouvinte são outros caminhos importantes para alcançar a confiança dos pesquisados. A melhor maneira de proceder para se integrar em uma comunidade particular é única em cada caso. Considerando que cada grupo possui seus próprios julgamentos sobre o que seria uma ação apropriada, o etnógrafo deve despender tempo para conhecer os sujeitos suficientemente. (COMO..., 2020).

Principalmente no caso de uma etnografia através da Internet, Hine (2015) ressalta que pode não ser possível manter uma separação entre a vida profissional e pessoal do pesquisador, porque os sujeitos também possuem acesso às mesmas ferramentas que o etnógrafo. Ou seja, eles também podem pesquisar a página do observador nas redes sociais. Por isso, é importante ter cuidado com a coerência da persona desenvolvida por si mesmo nas redes. Se o pesquisador se mostrar como uma pessoa em suas páginas, como outra pessoa nas interações *on-line* e outra nas *off-line*, a falta de coerência pode resultar em falta de confiança, atrapalhando o desenvolvimento da pesquisa.

Uma sensação interessante que pode surgir na etnografia *on-line* é a da constante presença no campo. Hine (2015) explicita que a possibilidade de ter contato com os sujeitos ou com o fenômeno a qualquer momento por meio das mídias sociais pode ajudar a compreender o objeto de pesquisa. Porém, essa conexão contínua gera uma grande quantidade de dados, o que pode ser exaustivo para o pesquisador no que diz respeito à organização e ao tratamento do que foi coletado.

Além disso, devido à fluidez na atualização e na modificação dos dados (que também podem ser excluídos) nos ambientes digitais, Polivanov (2013) recomenda que, sempre que possível, sejam guardados os rastros das interações e das postagens visualizadas nas redes. Isso pode ser realizado por meio da captura e da gravação da tela dos aparelhos eletrônicos utilizados para vivenciar o mundo *on-line*, como o celular e o computador.

A respeito do método etnográfico, Travancas (2012) aponta que o pesquisador não deve ser apenas um transmissor das falas ouvidas: precisa refletir, interpretar e analisar o que foi dito, observado, sentido e experienciado. O etnógrafo deve se manter atento à maneira como os sujeitos se expressam, ao tom de voz que eles usam, ao entusiasmo e às contradições encontradas nos discursos.

Apesar de tudo, Hine (2004) e Peirano (2014) reconhecem que as descrições do pesquisador são construções dele mesmo. Durante a experiência etnográfica, mesmo com os relatos dos pesquisados, constrói-se um relato com base na experiência do etnógrafo. Por isso, provavelmente, duas pessoas diferentes iriam produzir diferentes relatos etnográficos – cada um carregando o contexto da vida do próprio pesquisador.

Porém, isso não significa que a descrição etnográfica é necessariamente centrada na visão do pesquisador. Apesar de cada etnógrafo ter sua própria interpretação, o foco da pesquisa está no objeto. Por isso, Travancas (2012) recomenda ter a mente mais aberta o possível, deixando de lado ideias preconcebidas – elas são perigosas em uma etnografia.

A experiência de um mundo interconectado e saturado pela mídia pode ser caracterizada como cada vez mais individualizada, porque cada sujeito desenvolve uma realidade específica com base em diversas fontes de conexão e de influência que estão disponíveis a qualquer momento. Apesar de global, a Internet é experienciada de forma local, singular e individual, o que pode resultar em reflexões bem diversas.

Quando se menciona a palavra “experiência”, utiliza-se a percepção de Bondía (2002, p. 21) como base: “A experiência é o que nos passa, o que nos acontece, o que nos toca. Não o que se passa, não o que acontece, ou o que toca”. Apesar de poder ocorrer com várias pessoas simultaneamente (como o caso da Internet), o autor deixa claro, por meio do uso do pronome “nos”, que a experiência é um acontecimento que atravessa cada sujeito de forma singular. Dessa forma, deve-se prestar atenção ao entendimento que os próprios usuários têm sobre seus usos da Internet. Segundo Amaral (2010, p. 126), “O objeto Internet não é único, mas sim multifacetado e passível de apropriações”. Por isso, como afirma Travancas (2012), o mais importante durante a pesquisa de campo é observar e escutar: o pesquisador não determina verdades ou aponta equívocos, mas ouve e procura entender quais são “as verdades” do outro.

### **5.3 A estratégia adotada para o estudo do Primadonna**

Para organizar uma estratégia para estudar o grupo de dança Primadonna, além da reflexão acerca das discussões dos autores acadêmicos apontados no tópico anterior, foi necessário fazer um recorte do momento e do contexto em que a experiência em campo aconteceria.

Iniciou-se a entrada no campo e começou-se o mergulho etnográfico em fevereiro de 2021. A experiência com o Primadonna se estendeu até maio de 2022. Com base nesse recorte temporal, aponta-se um contexto específico que foi bem expressivo durante a pesquisa em campo: o da pandemia.

Em março de 2020, o surto pandêmico do coronavírus atingiu o Brasil, resultando na aplicação de políticas de distanciamento social para conter o avanço do contágio do vírus. Isso afetou a dinâmica dos jovens da cena K-cover de maneira profunda, os quais tiveram ensaios e encontros presenciais suspensos em alguns momentos. Além disso, todo o circuito de competições entrou em pausa.

Em resumo, considerando que a atividade dos grupos *cover* fortalezenses estava baseada em ensaios para competir em eventos, o principal motivo desses jovens se reunirem foi abalado por causa da pandemia. Por isso, o contexto do recorte temporal no qual houve o

mergulho etnográfico foi marcado pela reinvenção dos grupos e pela esperança da volta das competições presenciais – nesse período, existiram competições *on-line*, que necessitavam somente do envio de vídeos com a coreografia *cover*, mas a falta do palco e do público eram questões desanimadoras para os jovens.

O mergulho etnográfico teve sua seção final marcada pelo evento Sana Reencontro, que aconteceu em abril de 2022. Neste evento, houve a primeira competição de dança *cover* presencial com público desde o início da pandemia.

Considerando os aspectos *off-line* e *on-line* do grupo e o contexto da pandemia, a abordagem escolhida para estudar o Primadonna foi uma etnografia híbrida – presencial e na Internet. A coleta de dados desta etnografia aconteceu por meio da observação participante e da realização de entrevistas narrativas. Sobre a observação participante, esta aconteceu de duas formas:

1 – Ambiente *off-line*: acompanhamento dos ensaios presenciais, das gravações dos *covers* para o Youtube, das participações em eventos e das reuniões descontraídas. Em resumo, a convivência cotidiana com o grupo de forma presencial, que comumente acontecia pelo menos uma vez por semana.

2 – Ambiente *on-line*: acompanhamento do grupo de WhatsApp do Primadonna, onde são debatidos assuntos do cotidiano de cada integrante, mas também assuntos relativos às atividades do grupo. Quando não estão juntas presencialmente, as meninas estão interagindo no WhatsApp diariamente.

Durante o processo de coleta de dados no campo *off-line* (a observação participante em encontros presenciais), além de observados, também foram fotografados e gravados ambientes e acontecimentos. Ademais, utilizou-se o aplicativo Anotações, o qual é padrão no *smartphone* Xiaomi Redmi Note 9S<sup>36</sup>, para o desenvolvimento de um diário de campo.

Araújo *et al.* (2013) destacam o diário de campo como uma importante ferramenta para registrar o processo da pesquisa do início ao fim, proporcionando uma descrição de dados e de vivências com mais detalhes. O uso de um diário de campo se mostrou necessário para que não houvesse dependência somente da memória para descrever e para detalhar os acontecimentos cotidianos experienciados ao lado das jovens dançarinas do Primadonna. Além da descrição das vivências cotidianas, seguindo recomendações de Winkin (1998), o diário foi utilizado para anotar informações descobertas, pensamentos e frustrações pessoais, reflexões e

---

<sup>36</sup> Esse foi o aparelho celular utilizado durante a experiência etnográfica.

ideias acerca do que estava sendo observado, problemas enfrentados e sentimentos que afloraram durante o período do mergulho etnográfico.

Algumas anotações rápidas eram realizadas em campo, mas o diário era comumente aprofundado logo após a saída do campo, tendo como base em sua escrita as anotações rápidas realizadas e a memória fresca do que tinha sido vivenciado. Adotou-se essa estratégia para que não fosse perdido muito tempo escrevendo em campo, o que poderia tirar a atenção do que estava acontecendo naquele momento.

Em relação a coleta de dados no campo *on-line*, enquanto se observava as conversas no WhatsApp, ou mesmo algumas publicações nas redes sociais (Instagram, TikTok, YouTube) do Primadonna, recorria-se às ferramentas de captura e de gravação da tela do aparelho celular para armazenar movimentações do grupo no mundo *on-line*. O diário de campo também era aberto e atualizado no momento em que novas informações, pensamentos e reflexões surgiam durante o contexto do campo *on-line*. Todos esses materiais (da experiência *on-line* e *off-line*) foram organizados no *smartphone* de acordo com as datas em que foram coletados para facilitar a análise posterior.

Além da observação participante, a coleta de dados aconteceu também por meio da aplicação de entrevistas narrativas. Cotidianamente, conhecia-se e conversava-se bastante com cada uma das integrantes do Primadonna, mas a conversa seguindo as regras e os padrões de uma entrevista narrativa aconteceu somente com quatro das doze jovens do grupo. Haja vista que cada entrevista passa por um processo de transcrição, proporcionando uma grande quantidade de dados, a limitação nas aplicações se mostrou necessária. Para exemplificar de forma prática, a soma da duração das quatro entrevistas realizadas resultou em exatas duas horas, cinquenta e oito minutos e quarenta e um segundos (2 horas, 58 minutos e 41 segundos). Quase três horas no total. Por isso, apesar do desejo de entrevistar todas as integrantes, pois acreditava-se que cada uma delas poderia acrescentar um contexto específico relevante para a dissertação, optou-se por conversar com somente quatro delas para que a quantidade de dados coletados não ultrapassasse os limites com os quais seria possível lidar.

Nesse cenário, surgiu a seguinte pergunta: com base em que aspectos poder-se-ia escolher as meninas para a aplicação da entrevista? A escolha mais clara a ser realizada era entrevistar Gabriela Rodrigues, que é a líder do grupo. E exatamente assim foi feito. A segunda escolha foi Ana Carla, que é a integrante mais jovem do Primadonna. Acreditava-se que a conversa com a pessoa mais jovem do grupo poderia trazer uma vivência diferenciada para a dissertação. As duas últimas opções para a aplicação da entrevista foram apontadas por Gabriela como recomendação. A líder sugeriu Ana Paula, que comumente tem um ponto de vista que

Gabriela considera complementar ao de si mesma, e Jéssica Araújo, que é a integrante do grupo que possui mais tempo e experiência na cena K-cover. Além dessas duas, caso fosse possível, Gabriela recomendou que fossem entrevistadas Larissa Alcântara, que participou da fundação do Primadonna, e Mily Roque, que possui experiência com outros grupos de K-cover e outros estilos de dança. Porém, manteve-se a aplicação das entrevistas com somente quatro jovens.

Por meio da observação participante e das entrevistas, foi possível mergulhar no contexto do Primadonna, mas também refletir sobre o que as próprias dançarinas pensam sobre si mesmas, o que é difícil de ser feito somente por meio da observação. Isso vai de acordo com o que foi dito por Travancas (2012): o pesquisador não determina as verdades, mas ouve e busca compreender quais são “as verdades” do outro. Por isso, saber o que o Primadonna tem a dizer de si mesmo foi de suma importância.

Quase todas as entrevistas foram realizadas de forma presencial em uma sala de reuniões do CUCA Mondubim. Somente a de Ana Paula foi realizada em outro lugar, mais especificamente na residência da jovem. Todas as conversas foram gravadas pelo aplicativo padrão de gravações do *smartphone* e foram transcritas manualmente para um arquivo de texto no software Word da Microsoft Office, podendo ser acessadas na íntegra no Apêndice A. As entrevistas transcritas foram lidas e relidas para que fosse realizada uma compreensão mais profunda das conversas.

E o que fazer com todas as anotações e os dados coletados? Winkin (1998) expõe que se deve iniciar a análise e interpretação desses dados, buscando e remarcando padrões de comportamento através das releituras sucessivas do diário de campo e dos dados coletados. Como... (2020) ressalta que o mergulho no campo por um tempo prolongado gera uma sensação de normatividade com a cultura estudada. Ou seja, torna-se possível compreender os comportamentos aceitáveis e inaceitáveis do universo particular que está sendo pesquisado, o que é bem importante, pois a compreensão de tudo aquilo que for essencial para ser membro da cultura estudada, como aponta Winkin (1998), é o objetivo de uma etnografia.

A partir dessas reflexões e após a análise e a interpretação de todos os dados coletados, o processo da etnografia tem como produto o relato da experiência etnográfica vivenciada. Esse é o momento em que o etnógrafo se torna um escritor, como afirmam Winkin (1998) e Peirano (2014).

O relato da experiência etnográfica, presente nos próximos capítulos, conta com algumas citações do que as jovens falaram em dois contextos diferentes. O primeiro é o da entrevista narrativa e o segundo é o das mensagens enviadas no grupo oficial do WhatsApp do

Primadonna. Para diferenciar, tais citações aparecem no decorrer do relato seguidas pelo contexto em que foram captadas.

Haja vista que foram utilizadas falas e fotografias das jovens para compor o relatório, foi preparado um termo de autorização do uso da imagem, assinado por cada uma das doze integrantes. O modelo desse termo está presente no Apêndice B. Tendo em mente que uma das jovens era menor de idade na época do mergulho etnográfico, há uma seção no modelo que se refere aos pais da jovem, os quais assinaram o documento em nome da filha.

Com base em Bondía (2002) e considerando a experiência como um acontecimento único e transformador para cada sujeito, pode-se compreender que uma experiência etnográfica atravessa e transforma o pesquisador de forma singular e pessoal durante seu processo. Devido a essa pessoalidade e utilizando Araújo (2017) como inspiração, optou-se por escrever o relato da experiência etnográfica com o Primadonna em primeira pessoa.

As descrições e reflexões apontadas no relato a seguir são compostas pela base formada em todos os autores apresentados no decorrer desta dissertação, por experiências pessoais, pela análise e pela interpretação dos dados coletados presencialmente e *on-line* (por meio da observação participante, do diário de campo, das entrevistas, das fotografias e das filmagens realizadas, das capturas e das gravações da tela do celular), pelas frustrações e pelos problemas que surgiram em campo, pelos laços construídos durante o mergulho etnográfico, pelas narrações e pelas vivências das pessoas que com as quais se conviveu por mais de um ano.

## 6 PRIMADONNA: O INÍCIO DO RELATO DA ETNOGRAFIA

### 6.1 Prólogo

Desde criança, sou afeiçoado por animações japonesas. Durante a adolescência, reconheci-me como parte do agrupamento *otaku*, composto por pessoas que compartilham apreço pelas produções da cultura pop nipônica. No meu caso, tal apreço esteve presente nos Trabalhos de Conclusão de Curso (TCCs). Na graduação em Publicidade e Propaganda, desenvolvi uma monografia na qual abordei a relação dos aspectos *on-line* e *off-line* da tribo *otaku* fortalezense. Posteriormente, para o término do curso de Sistemas e Mídias Digitais, utilizando a monografia anterior como base, preparei um documentário intitulado “Fortaleza Otaku”, tratando da expressividade dos fãs da cultura pop japonesa na capital cearense.

Seguindo esses passos, ao pensar em um projeto para o mestrado, o tema *otaku* continuou no meu horizonte de pesquisa. Porém, tudo mudou quando vi os K-poppers dos grupos de dança *cover* iniciando um boicote ao Sana em 2018, como apresentado no capítulo 3 da dissertação. Foi instigante perceber que um grupo de fãs poderia se posicionar politicamente da forma como aconteceu. Por isso, decidi centrar minha pesquisa de mestrado nos fãs da música pop sul-coreana que participam de grupos de dança *cover*, os quais, com a união de mais de 60 grupos, conseguiram melhorias para o Sana como resultado do boicote.

Ao pensar nos pormenores do projeto de pesquisa, decidi fazer uma etnografia por considerar ser bem interessante conseguir dados e informações por meio da convivência cotidiana com pessoas relacionadas ao estudo. Além disso, o método etnográfico sempre me chamou a atenção durante as aulas de metodologia na graduação. Dessa forma, faltava somente decidir qual seria o grupo de dança adequado para a realização do mergulho etnográfico. Dentre os diversos existentes em Fortaleza, escolhi o Primadonna Dance Group.

Mas por que o Primadonna? O primeiro motivo foi por já conhecer a líder do grupo, Gabriela. Ela também cursou Publicidade e Propaganda na Unifor, inclusive fizemos algumas disciplinas juntos. Nas aulas, Gabriela se destacava por ser uma pessoa participativa e bem eloquente. Por isso, mesmo que não fôssemos tão próximos no cotidiano da faculdade, ela ficou marcada na memória.

Certo dia, passeando pelo Sana, vi Gabriela dançando no palco da competição de K-pop e, no decorrer dos anos, por segui-la nas redes sociais, deparava-me ocasionalmente com publicações dela dançando. Porém, em 2018, percebi Gabriela de uma forma diferente. Ela estava à frente do boicote, publicando informações e chamando mais grupos de dança para o

movimento por meio de postagens em grupos do Facebook relacionados ao Sana. Percebendo a influência de Gabriela e o seu envolvimento com o K-pop, ao iniciar o desenvolvimento do projeto para o mestrado em 2019, mandei uma mensagem direta para ela no Instagram e expliquei sobre a ideia da pesquisa. Resultado: ela concordou que seu grupo fizesse parte da minha pesquisa e me chamou para assistir a uma apresentação que aconteceria em uma escola. Essa seria a primeira vez que eu veria o Primadonna.

Em 6 de julho de 2019, no Colégio Afonso Andrade, aconteceu o evento Sega Fest, criado em homenagem à empresa de videogames Sega. Além de jogos, o evento contou com palestras, salas temáticas e competições de *cosplay* e de K-pop. No final da manhã, ao chegar ao evento, encontrei Gabriela e ela me apresentou para as meninas que faziam parte do Primadonna naquela época; elas já estavam vestidas com o figurino, mas estavam finalizando a maquiagem. Fiquei surpreso por conhecer outra menina do grupo: Ana Paula. Ela era amiga de longa data de uma grande amiga minha na faculdade e já tínhamos sido apresentados.

Naquele dia, conversei um pouco com as meninas sobre o K-pop e sobre a ideia do meu projeto de mestrado. Lembro de ter comentado que se fosse aprovado na seleção do Programa de Pós-Graduação em Comunicação na Universidade Federal do Ceará (PPGCOM-UFC), estaria acompanhando-as durante 2020 e 2021. Apesar de bem nervosas com a apresentação que aconteceria pouco depois da conversa, elas foram bem receptivas e apoiaram a pesquisa. Somente durante o mergulho etnográfico, descobri que a performance daquele dia se tratava de um *debut*<sup>37</sup>. Era a primeira performance pública do Primadonna com a música Piri, do grupo sul-coreano Dreamcatcher. Além disso, aquela performance era o *debut* de Ana Carla – outra integrante do Primadonna – na cena K-pop Cover. Com 14 anos de idade, aquela foi a primeira vez que ela performou publicamente no mundo do K-cover. Sobre essa experiência, Ana Carla comentou:

*[...] eu me lembro até hoje da gente subindo no palco, eu tava muito nervosa e a Gabi olhou pra mim e falou assim, “Ana Carla, faça o seu, vai dar tudo certo”. [...] a minha virada de chave, assim, pra mim mostrar o que eu era, foi na minha parte, que eu cantava, que era o meu rap, né? Inclusive, uma curiosidade, eu aprendi a coreografia do rap nos ensaios, mas na hora eu esqueci [...] e eu fiquei, “Não, cara, não, eu não vou deixar isso me abalar”, aí eu coloquei na minha cabeça assim, “Eu tô no meu quarto, eu ensaiei esse tempo todo e, tipo, eu tô no meu quarto, ninguém tá me vendo”, como se fosse um lugar de conforto pra mim, sabe? E quando eu comecei o rap, a minha cabeça pensava assim: “Entrega o que você fez, entrega o que você sabe. Você é boa nisso, entendeu?”, e eu entreguei, e todo mundo começou a gritar. [...] eu fiquei muito feliz que eu consegui entregar o que eu tava fazendo, porque até*

---

<sup>37</sup> Um termo frequentemente utilizado no vocabulário K-popper. A palavra vem da língua inglesa e é utilizada para se referir à primeira performance pública. Por exemplo, ao comentar aquele era “o *debut* de Piri”, estamos querendo dizer que era a primeira performance pública que o Primadonna iria fazer da música intitulada Piri.

*então, eu não conseguia me expressar bem no palco, eu sempre tava com a cara meio fechada, eu ainda tava tentando me acostumar com a vibração e tal, mas quando foi em Piri, naquela apresentação, que assim, eu tinha que agir de alguma forma, eu mostrei o que eu sabia e desde ali, até hoje, é desse jeito. É muito emocionante até, pra mim falar sobre isso, que ali foi a minha virada de chave, pra eu mostrar quem eu era. (Ana Carla, entrevista narrativa).*

Consegui assistir a performances de vários grupos naquele dia. O que mais me chamou atenção foi a reação do público: as pessoas gritavam histericamente e tentavam dançar partes das coreografias enquanto assistiam as apresentações. Ao final do dia, o Primadonna se classificou em quarto lugar, mas Ana Paula comentou que elas conseguiram ganhar colocações mais altas com a mesma coreografia em competições posteriores: *“A gente ganhou primeiro lugar, a gente ganhou segundo lugar, ganhamos terceiro lugar, ganhamos primeiros lugares de novo, tipo, com Piri, né? E aí, foi uma temporada muito, muito, muito boa. A gente tava com tudo, assim, tava indo muito bem mesmo”*. (Ana Paula, entrevista narrativa).

Desde o início de 2019, estava organizando o projeto de pesquisa enquanto cursava a disciplina “Comunicação e Cultura Popular” do PPGCOM-UFC como uma espécie de aluno ouvinte. Essa disciplina foi ofertada pela professora Maria Érica de Oliveira Lima, orientadora desta dissertação. Conheci-a por causa desta disciplina. Após a experiência com as aulas de “Comunicação e Cultura Popular” e o contato com o Primadonna no evento Segá Fest, o projeto de pesquisa foi finalizado. Entre julho e novembro de 2019, participei do processo seletivo para o mestrado no PPGCOM-UFC e fui aprovado para ingressar no programa.

As aulas do mestrado iniciaram em fevereiro de 2020, contudo, um mês depois, tudo mudou, pois o surto pandêmico do coronavírus chegou à Fortaleza. Por causa da situação global, ficamos sem aulas por cerca de 4 meses. Além disso, o K-cover da cidade perdeu força, pois os estabelecimentos da Rede CUCA estavam fechados para o uso público e o circuito de competições foi suspenso. Em resumo, a pandemia afetou diretamente o desenvolvimento desta dissertação.

Tendo em vista essa situação, apesar de ter planejado começar o mergulho etnográfico no fim de 2020, somente consegui entrar em campo no dia 6 de fevereiro de 2021. Além do atraso para dar início à etnografia, só foi possível acompanhar dois ensaios naquela época – o do dia 6 de fevereiro e o do dia 13 de fevereiro (na semana seguinte) – porque uma nova onda do coronavírus chegou com intensidade na cidade. Consequentemente, o uso dos espaços da Rede CUCA foram novamente suspensos por tempo indeterminado. Devido a essas idas e vindas, acrescentar na pesquisa a abordagem do aspecto *on-line* do cotidiano do Primadonna foi necessário.

Dessa forma, o relato da experiência etnográfica foi constituído pelo contato que tive com o grupo de dança tanto presencialmente como à distância, por meio de redes sociais como WhatsApp, Instagram, YouTube e TikTok. O foco das discussões que trouxe está conectado ao objetivo geral da pesquisa. Portanto, pretendi discutir, a partir da experiência com o Primadonna, sobre como os fãs da música pop sul-coreana consomem o K-pop e produzem performances coreográficas *cover*.

## 6.2 Primadonna

Além de líder, Gabriela fez parte da fundação do Primadonna. Curiosamente, ela ouviu o K-pop pela primeira vez ao se deparar com a competição de dança do Sana enquanto passeava pelo evento.

*Então, eu tava no Sana, fui pra ver os cosplays, as apresentações, e dei de cara com o campeonato de K-pop. E foi um amorzão à primeira vista porque eu olhei assim “Gente, o que é isso? Eles estão dançando sincronizados demais. Que é isso? Nunca vi isso na vida”. Então, a partir daquele momento eu passei a gostar muito e a minha primeira coisa na minha cabeça foi: Eu quero dançar com eles, ou eu quero dançar igual a eles, ou então eu quero estar num palco me apresentando. [...] Eu gostava muito de J-Pop, J-Rock, essas coisas, por conta das aberturas dos animes e tal. Então, eu tinha esse contato, não era um contato assim de diretamente com o K-pop. Nunca apareceu pra mim, juro assim pra ti. Foi um outro lado do YouTube que eu descobri na época. Então, nunca tinha visto. (Gabriela, entrevista narrativa).*

Durante essa primeira experiência com o K-pop no Sana, Gabriela estava acompanhada por amigos, os quais se animaram com a ideia de participar da competição. Esse era um cenário comum para a cena K-popper fortalezense. Gabriela informou que o K-pop nasceu e se desenvolveu na capital cearense com base nas competições. A prática de performances *cover* para o YouTube surgiu posteriormente.

Inspirada pelo cenário competitivo, Gabriela organizou um grupo com seus amigos que também estavam no Sana. Entretanto, essa experiência não foi muito positiva, pois o grupo se reunia mais para conversar e para aproveitar do que para dançar. Além disso, algumas pessoas iam para os ensaios, que na época aconteciam na casa de Gabriela, com o intuito de conversar mesmo, atrapalhando todo o processo de desenvolvimento das performances, ocasionando muitas discussões e brigas. Perpassando todo esse estresse e mandando para fora dos ensaios as pessoas que atrapalhavam, o grupo feminino Perfection foi formado, conseguindo se apresentar com sucesso no Sana, que, na época, pedia duas coreografias para a competição. Contudo, devido ao processo ter sido tortuoso, Gabriela decidiu se afastar do K-cover e o grupo acabou.

Depois de um ano, Kemi e Nadiane, que eram do grupo anterior de Gabriela, ficaram empolgadas com a possibilidade de dançar novamente e queriam criar um outro grupo. Nesse momento, Gabriela também quis voltar para o K-cover. Porém, elas precisavam encontrar mais pessoas para participarem do novo grupo. Thalyse, que também fez parte do Perfection, disse que não poderia voltar, mas recomendou dois novos participantes: Larissa e Bi<sup>38</sup>. Esses cinco começaram a ensaiar, mas Nadiane desistiu por não conseguir acompanhar os horários dos ensaios. Com isso, Gabriela, Kemi, Larissa e Bi se tornaram os fundadores de um novo grupo de K-pop Cover: o Primadonna. Sobre esse nome, Gabriela comentou:

*[...] quando a gente juntou essas meninas, aí a gente tava tentando decidir o nome do grupo. Aí foi que a Kemi que deu a ideia [...] na época tava muito em alta aquela música da Marina and Diamonds. “Primadonna girl” (cantando), né? E a gente tinha pensado em vários nomes. Aí ela falou assim “Por que vocês não colocam Primadonna? É legal, autêntico e tal. Tipo, não tem grupo com esse nome”. Aí a gente “Ah, Primadonna é um nome bonito. Então vai ser Primadonna”. (Gabriela, entrevista narrativa).*

O *debut* do Primadonna aconteceu no evento Sana K-pop 2015 em abril, mas a data oficial anualmente celebrada para o nascimento do grupo é 13 de dezembro de 2014. A primeira coreografia do Primadonna, apresentada no evento de 2015, foi do grupo Four Ladies. Gabriela falou durante a entrevista narrativa que esse grupo do qual elas fizeram *cover* no *debut* é “*flop*”<sup>39</sup>, porém, naquela época, os *covers* escolhiam o que queriam dançar sem levar em consideração a questão da música ser conhecida ou não. Hoje em dia, para que o público reaja de maneira mais forte, é padrão na cena K-cover escolher coreografias conhecidas para performar. Da formação original do Primadonna, dentre as quatro pessoas mencionadas, somente Gabriela e Larissa permanecem no grupo.

Comparando o Primadonna de antigamente ao atual, Gabriela comentou que antes o grupo não conseguia ter boas colocações em campeonatos. Ela acredita que isso acontecia porque as meninas levavam muito mais em consideração a amizade do que a dança, o que dificultava apontar os erros das integrantes durante o ensaio. O medo de que as críticas fossem levadas para o lado pessoal e de que afetassem a amizade impedia a evolução do Primadonna, pois, como disse Gabriela (entrevista narrativa): “*É muito importante a pessoa saber no que ela tá errando, saber no que ela não é tão boa, pra ela poder entender e ela saber melhorar*”.

---

<sup>38</sup> Hoje um homem transgênero, Bi passou pelo processo transição após sua saída do Primadonna em 2018.

<sup>39</sup> Essa é uma expressão comum entre os consumidores de cultura pop no geral. *Flop* é uma palavra da língua inglesa e significa “fracasso” em tradução livre. Dizer que um grupo é *flop*, ou que um grupo é flopadado, significa dizer que tal grupo é desconhecido ou ruim.

Enquanto essas mudanças no grupo não eram realizadas e a performance e a dança não eram postas à frente de tudo, as colocações em campeonatos não melhoravam. Como exemplo, Gabriela falou da performance da música *Hobgoblin*, na qual elas ficaram em décimo quinto lugar. Contudo, quando elas decidiram levar as apresentações “a sério”, muitas pessoas saíram do grupo. A sensação desse acontecimento, descrita por Gabriela, foi a de que o *Primadonna* quase se refez do zero.

Diante disso, o grupo deu a si mesmo um ultimato. Nas palavras de Gabriela (entrevista narrativa): “*ou o Primadonna dá certo agora, ou a gente faz esse grupo dar certo agora ou esse grupo não vai dar mais certo*”. A performance desse ponto de virada foi em 2018 por meio da coreografia de *Get Out* do grupo AOA. Quase quatro anos depois do *debut* do grupo. Dessa vez, as meninas começaram a conversar menos nos ensaios, a apontar os erros e os avanços umas das outras e a chegar para os ensaios com a coreografia já estudada em casa. Antes, era comum aprender a coreografia durante os ensaios, mas a prática de começar a ver os passos de dança previamente tornava o processo presencial dos ensaios mais produtivo. O resultado dessas mudanças foi positivo e o grupo, que quase acabou devido ao ultimato estabelecido, viu melhores possibilidades em seu futuro. Sobre isso:

*[...] aí foi que a gente começou assim “Puts, tiramos boas colocações”. Tipo, a gente passou no KWF, que é o K-pop World Festival. A gente tirou o segundo lugar no “Hana, Dul, Hallyu”. Então, foram coisas muito importantes pro grupo continuar. [...] Aí foi que veio o Piri. E quando veio o Piri, foi que quando a gente realmente focou assim numa forma que a gente decidiu “A gente precisa ser um grupo de K-pop no qual a gente se valorize e realmente estude as coisas que a gente tá errando pra poder a gente melhorar”. Aí foi só chute e premiação e premiação atrás de premiação. (Gabriela, entrevista narrativa).*

*E a gente foi apresentar num outro evento, lá no Maracanaiú, e a gente conseguiu o segundo lugar. A gente nunca tinha conseguido o segundo lugar. Nunca na história do Primadonna. O máximo que a gente tinha conseguido foi um terceiro lugar num evento muito flop, que tipo não tinham muitos grupos competindo [...] E eu lembro da gente voltar pra casa no metrô. Eu, a Gabi e a Larissa. E eu, assim, comecei a chorar porque eu... “Caralho, a gente ia acabar”. E aí, reacendeu a chama, assim, de tipo... “A gente é boa”. Porque já era muito tempo que a gente tava dançando. Não dava certo nunca. [...] Foi nesse momento que eu consegui enxergar planos pro nosso futuro, entendeu, depois da gente conseguir ganhar o segundo lugar com *Get Out*. (Ana Paula, entrevista narrativa).*

Para Gabriela, o problema em levar a dança mais em consideração do que a amizade é que se torna mais difícil aprofundar o relacionamento com as novas integrantes e criar um ambiente leve e agradável para todos, o que é importante porque a dança *cover* para o *Primadonna* não é um trabalho remunerado ou uma obrigação para a sobrevivência. Afinal, além da competição, as pessoas que fazem parte do K-cover estão ali porque gostam e querem.

Por essa razão, Gabriela comenta que o Primadonna busca ser receptivo e desenvolver os vínculos afetivos entre as integrantes para além dos momentos destinados aos ensaios, contudo, os projetos e os ensaios do grupo são levados a sério. É preciso lembrar que tempo e dinheiro são investidos para o desenvolvimento das coreografias e para a preparação de figurinos. Devido a todo esse investimento, resultados positivos e melhorias são esperadas. Portanto, é compreensível que o Primadonna quisesse acabar depois de quase quatro anos de investimento em competições sem resultar em avanços. Portanto, analisando a experiência do Primadonna, poderíamos dizer que um grupo de K-pop Cover bem sucedido em competições provavelmente consegue equilibrar a seriedade e o esforço como profissionais e a presença da leveza e da diversão como amadores.

Jéssica, a integrante do Primadonna com mais experiência no K-pop Cover (dança neste cenário desde 2012), acredita que quem vence os campeonatos de K-pop são pessoas que dedicam mais tempo no desenvolvimento das habilidades na dança. Ou seja, a seriedade é necessária para o desenvolvimento de performances vencedoras. Para exemplificar, ela comentou:

*[...] sempre quem ganhava eram o Dancemotion e o Kyoumei, que eram os grupos que os meninos dançavam melhor. Tipo, você vê que os meninos eram sincronizados, eles tavam com o figurino legal e... você via que eles se preocupavam realmente com isso, né? Tanto que depois muitos deles se formaram em dança, viraram professores de dança [...] lembro que na época o pessoal vivia falando “É muito injusto porque os meninos dançam, a gente é totalmente amador, e eles já são profissionais e tal”. Mas não, eles eram tão amadores quanto a gente, só porque eles estudavam um pouquinho mais. (Jéssica, entrevista narrativa).*

O simples ato de imitar o grupo sul-coreano não basta, porque a competição de K-pop não é sobre o melhor *cover* (no sentido de quem dançou de forma mais fiel ao original): é sobre a melhor execução de uma coreografia; é uma competição de dança. “‘Ah, mas é *cover*, não é uma competição de dança’. É uma competição de dança! Quando você vai lá, você compara os vídeos de quem ganhou, pode prestar atenção” (Ana Paula, entrevista narrativa). Isso se torna mais evidente ao pensarmos na bancada de jurados da competição, pois a coreografia é avaliada por professores de dança, que muitas vezes estão vendo aquela dança pela primeira vez, ou seja, sem ter tido contato prévio com o original.

Nesse contexto, para melhorar a execução de passos e a qualidade da performance coreográfica, algumas meninas do Primadonna relatam terem feito aulas de dança. Como exemplo, Ana Paula (entrevista narrativa) comentou:

*[...] eu comecei a perceber que eu precisava melhorar a minha técnica, e eu comecei a fazer aula. Aí, me inscrevi pra uns cursos de danças urbanas no CUCA, e aí comecei a fazer aula também de Femme Dance [...] é importante fazer aula de dança,*

*entendeu? Porque, com o tempo de aula de dança, você vai tomando mais consciência do seu corpo e é muito difícil fazer isso sozinha.*

Contudo, para Ana Paula, essas aulas de dança não a tornaram uma dançarina profissional. Sobre a diferença entre um profissional e um amador, ela ponderou:

*Eu acho que o dançarino profissional, ele dedica mais tempo à dança, ao estudo também de técnicas, de conceitos porque dança não é só os movimentos, entendeu? [...] Sabe, tipo, eu acho que um grupo profissional, ele trabalha pra além de montar performance, aprender com o processo, entendeu? A gente aprende, mas a gente não tem embasamento teórico em relação à dança. [...] Então, eu acho que o que diferencia o nosso grupo, que eu considero amador, apesar de ter muita experiência, a gente tá há anos aí já, mas o que diferencia isso é o estudo da técnica de dança, entendeu? (Ana Paula, entrevista narrativa).*

Mesmo com todo o esforço despendido, a experiência adquirida e as aulas de dança cursadas pelas meninas, o Primadonna é um grupo amador. Com base na conversa com Ana Paula, acredito que o diferencial para se tornar um grupo profissional está, de fato, no estudo teórico e histórico da dança. De todo modo, é perceptível que a experiência com o K-pop Cover pode fazer surgir, em alguns dos jovens, o interesse de seguir carreira profissionalmente com a dança. Isso foi exemplificado por meio do relato de Jéssica sobre os integrantes dos grupos Kyoumei e Dancemotion.

A formação atual do Primadonna, a qual acompanhei desde fevereiro de 2021 até maio de 2022, segue a mesma mentalidade desenvolvida durante a construção das performances de Get Out e de Piri. Em outras palavras, o Primadonna continua levando o K-pop Cover a sério. Ressalto que algumas integrantes se afastaram – ou foram afastadas – por faltarem muito ou por não demonstrarem dedicação para a realização dos projetos do grupo.

Durante o tempo em que estive em campo, por diversos motivos, nem todos relacionados à falta de comprometimento, a quantidade de integrantes do Primadonna passou por variações. Diminuiu de quinze meninas para onze. Aumentou para doze. Diminuiu para onze, de novo. Aumentou para doze, de novo. Contudo, os maiores e mais relevantes projetos durante esse período, tendo como exemplo a primeira competição de dança presencial realizada no evento Sana Reencontro 2022 (considerando o período de suspensão por conta da pandemia), foram executados por uma estável formação de doze pessoas, as quais são as personagens principais deste relato etnográfico.

Além de Gabriela (29 anos), Larissa (26 anos) está no grupo desde sua fundação no final de 2014. Fora as duas, Ana Paula (28 anos) e Milena (25 anos) são as integrantes mais antigas do Primadonna. O grupo também conta com Jéssica (30 anos) em sua formação atual, que é provavelmente a integrante com mais experiência, pois está na cena *cover* do K-pop desde

2012 e foi líder do grupo feminino Yeppeun Girls, que conseguiu ganhar o primeiro lugar na competição do Sana em 2013. A integrante Aline (26 anos) foi líder de outro grupo – o One Day – antes de entrar no Primadonna. Nascidas depois dos anos 2000, as mais jovens do Primadonna são Jujuba (21 anos), as gêmeas Clarissa (20 anos) e Ana Lari (20 anos), e a *maknae*<sup>40</sup> Ana Carla (18 anos). Clarissa e Ana Lari também fazem parte de outro grupo, o Dandelion. Durante a experiência em campo, mais duas meninas entraram na formação: Mily (23 anos), que também faz parte do grupo Sennomi, e Alyne (25 anos).

Antes de escrever este relato sobre a experiência com o Primadonna, dúvidas sobre a melhor forma de organizar e de escrever tudo surgiram. A solução adotada para sanar essas questões veio após ouvir certa fala das meninas durante um ensaio em março de 2022. No diário de campo, anotei a seguinte frase proferida por Mily: “*Quando a gente muda de espaço, a gente costuma fechar as formações*”. De forma mais específica, enquanto as meninas ensaiavam a coreografia de “Paint the Town” do grupo LOONA, Mily falou aquilo para ressaltar que a mudança do ambiente de ensaio normalmente modificava a maneira que elas executavam a coreografia. A partir disso, pude perceber a relação direta do lugar com a performance. Por isso, depois de debater sobre durante uma orientação com Maria Érica, decidimos dividir o relato etnográfico em tópicos que se referem aos lugares onde os ensaios aconteceram, como: CUCA Mondubim, Galpão (nome utilizado pelas meninas para o Instituto Vô Mundim), Michelle (referente a academia de dança Michelle Fontenelle), entre outros.

Como produto, o relato a seguir está ordenado com base nos lugares dos ensaios e na ordem cronológica dos acontecimentos.

### 6.3 CUCA Mondubim e a Pandemia

A pandemia atrasou minha entrada em campo. Antes de ingressar no PPGCOM-UFC, coloquei no cronograma da pesquisa que a estadia com o Primadonna seria por volta de julho de 2020 até julho de 2021. Sabendo que o Sana acontece comumente duas vezes ao ano, em janeiro e em julho, ponderei que uma experiência de julho até julho com um grupo de K-pop Cover englobaria o desenvolvimento de coreografias para os dois eventos anuais do Sana.

Contudo, o cronograma estabelecido tomou rumos inesperados. Devido ao surto de coronavírus, as aulas na universidade permaneceram em pausa por quase cinco meses, de março

---

<sup>40</sup> O termo *maknae* (막내), que significa caçula, é utilizado no contexto do K-pop para se referir ao integrante mais novo do grupo.

até quase agosto. A sensação foi como se um semestre inteiro tivesse sido perdido. No final de julho de 2020, estávamos reiniciando o primeiro semestre no mestrado, o que, no cronograma estabelecido por mim, seria o período previsto para a entrada em campo. Além da situação acadêmica, a cena *cover* também se encontrava em pausa. Os ensaios presenciais não estavam acontecendo e o circuito de competições foi suspenso. Em resumo, o início da etnografia não parecia nada propício.

Com a situação da pandemia suavizando por volta do final de 2020 e do começo de 2021, os estabelecimentos da Rede CUCA voltaram a ficar abertos para o público geral e os ensaios dos jovens K-poppers também retornaram à ativa. Aparentemente, tudo estava melhorando. Por isso, perguntei para Gabriela pelo Instagram se eu poderia começar a acompanhar os ensaios do Primadonna. Rapidamente, ela me respondeu, confirmando que eu poderia ir sempre que quisesse. Agora, era a hora de iniciar a experiência etnográfica.

Os ensaios do Primadonna acontecem aos sábados, principalmente no CUCA do bairro Mondubim, estendendo-se das 8 horas da manhã até o meio-dia. Ao buscar a localização exata dessa sede do CUCA, notei que ela se encontrava próxima à via Perimetral da cidade, a qual percorre o perímetro de Fortaleza. O mesmo pode ser dito para todas as outras sedes. Na via Perimetral, passam ônibus das mais diversas regiões da cidade. Ou seja, chegar aos CUCAs via transporte público é fácil. A sede do Mondubim ainda tem outro aspecto positivo em sua localização: está bem próxima a uma estação de metrô, cujos trilhos se estendem até Maracanaú, cidade vizinha de Fortaleza. Isso facilita a ida de Alyne para os ensaios, por exemplo, pois ela mora nessa cidade. A minha ida semanal para o CUCA acontecia principalmente através do metrô, mas ocasionalmente eu ia de ônibus também.

### **6.3.1 Sala com espelhos**

Fui para o ensaio pela primeira vez no dia 6 de fevereiro de 2021. Ao chegar ao CUCA Mondubim pouco antes das 8 horas, percebi que o ambiente estava bem vazio. A sede é grande. Logo na entrada, que é marcada pelo estacionamento, é possível ver ao redor: a pista de skate, a arquibancada, a piscina, algumas quadras e a entrada para o espaço coberto do CUCA, onde encontram-se o teatro, a biblioteca, a sala com espelhos, as coordenadorias, os banheiros e várias outras salas para usos diversos como reuniões e aulas em geral.

O começo do ensaio do Primadonna aconteceu na sala com espelhos, que não foi difícil de encontrar porque Gabriela havia me explicado o caminho em nossa conversa anterior.

A sala fica logo após o estacionamento e é bem grande, sendo rodeada por espelhos em suas paredes e por janelas baixas de vidro. Com essas especificidades, foi bem fácil encontrá-la.

Por ainda não conhecer as meninas, preferi esperar fora da sala até que Gabriela chegasse. Depois de alguns minutos, quando ela chegou, entramos juntos na sala. Lá, antes de iniciar o ensaio e enquanto ela terminava de tomar um copo de café, conversei um pouco sobre as minhas intenções com a pesquisa e sobre como a pandemia afetou o K-pop Cover.

Na mesma conversa, Gabriela me contou que existem dois principais tipos de coreografias na cena *cover*: para competição e para vídeo. Durante o contexto de avanço do coronavírus, o Primadonna começou a se dedicar mais no desenvolvimento de coreografias para vídeos, pois as competições estavam suspensas. No máximo, existiam competições *on-line*, que envolvem gravar a coreografia para uma avaliação remota. Ou seja, até nesses casos, o vídeo aparecia como uma ferramenta necessária. Gabriela comentou que normalmente ela se responsabilizava pelas edições dos vídeos, mas que atualmente o namorado de Aline, Ivar, tornou-se uma espécie de produtor do grupo. Tendo sua experiência em audiovisual como base, Ivar esteve gravando e editando as performances do Primadonna para vídeo.

Enquanto estávamos conversando, várias integrantes foram entrando na sala e fazendo alongamentos, aquecendo-se para o esforço físico do ensaio que estava para iniciar. Logo após a conversa, Gabriela me apresentou para as meninas e falou sobre minha pesquisa. Em seguida, reiterei sobre meu intuito de acompanhar o grupo por um ano e acrescentei que estava animado com essa experiência. As meninas ouviram tudo e foram bem receptivas. Apesar de estar nervoso e um pouco tímido naquela situação, pois aquele era um ambiente totalmente novo para mim, senti-me bem acolhido.

A primeira coisa que notei no grupo de forma geral era a sua diversidade. Além das idades diferentes, como apontei anteriormente, elas tinham alturas bem diferentes, tipos de corpos diferentes, cabelos lisos, cabelos ondulados, cabelos cacheados, algumas com cabelos coloridos em tonalidades fortes como rosa e ruivo, diferentes tons de pele. Uma variação visual nesse nível não é comum em um grupo sul-coreano.

Logo após a breve apresentação, o ensaio começou. Mantive-me observando sentado no chão, que era revestido por madeira, juntamente de Ivar, namorado de Aline, e Larissa, namorada de Milena. As mochilas de todos ficaram espalhadas pelo chão da sala e as garrafas de água que cada um trouxe eram postas nos batentes da sala, próximos às janelas de vidro, tendo em vista que colocá-las no chão era inadequado porque poderiam deteriorar a madeira caso molhassem. Em virtude de a sala com espelhos ser um ambiente fechado e com ar-condicionado, o uso de máscaras para se proteger do coronavírus era obrigatório.

A primeira atividade do Primadonna naquele ensaio foi trabalhar a coreografia da canção *Scream* do grupo *Dreamcatcher*. Mesmo que não tivesse confirmação de que o Sana aconteceria presencialmente, o grupo estava desenvolvendo a coreografia dessa música para a possível competição que aconteceria em cinco meses, no habitual Sana do mês de julho.

Aquele parecia não ser o primeiro ensaio de *Scream* porque elas dançaram algumas partes de forma mais rápida, mas provavelmente era um dos primeiros. Deduzi isso porque algumas meninas estavam com dúvidas bem iniciais como sobre quem exatamente elas eram na performance. Para conseguir compreender bem os passos e saber o exato lugar onde devem estar, as integrantes recorriam a vídeos da coreografia em seus celulares. Contudo, esses vídeos possuem um aspecto bem específico: eles estão espelhados em comparação à performance original. É o que o Primadonna e a cena K-popper em geral chamam de vídeo em “*mirror*”<sup>41</sup>.

Durante o campo, ouvi algumas vezes frases como “O vídeo tá *mirror*?” ou “Procura o vídeo *mirror* no YouTube”, mas por que exatamente o vídeo tem que estar dessa forma? Para compreender, pensemos em um exemplo visual. Quando estamos de frente para uma pessoa e ela levanta a mão esquerda, no nosso ponto de vista o sentido da mão levantada é o direito e vice-versa. Por isso, é comum falarmos cotidianamente coisas que soam confusas como “É a minha esquerda, não a sua” ou “A minha esquerda, a sua direita”.

Considerando que é comum espelhar os movimentos quando tentamos imitar alguém que está de frente para nós, se os K-poppers fossem aprender os passos dos seus *idols* assistindo a uma performance original não *mirror*, eles aprenderiam todos os movimentos de forma contrária ou espelhada. Dessa forma, colocar o vídeo em *mirror* – espelhar o vídeo – e aprender os passos a partir disso faz com que os passos sejam mimetizados no sentido correto. Gabriela (entrevista narrativa) comentou sobre isso: “*como é que você começa a aprender aquela performance? Você pega o vídeo original da coreografia e você coloca no “mirror”. O que é o mirror? Você espelha o vídeo. Quando você espelha o vídeo, você vai aprender os passos da maneira correta para poder passar pro público*”.

As coreografias geralmente podem ser encontradas no YouTube já na forma espelhada; quando não, os próprios jovens chegam a editar os vídeos dos *idols* para a forma *mirror* ou até mesmo gravar a si mesmos e espelhar. Depois, esses vídeos são compartilhados com os outros com o intuito de facilitar o aprendizado da coreografia, que é realizado em um

---

<sup>41</sup> Em tradução literal, a palavra da língua inglesa *mirror* é traduzida para português como espelho. Um “*mirrored video*” pode ser traduzido como “vídeo espelhado”.

processo repetitivo e exaustivo de ver e rever o vídeo várias vezes enquanto se tenta imitar o que está sendo assistido.

No primeiro dia que fui para o CUCA, as meninas ainda estavam aprendendo os passos de dança, o que acontecia da seguinte forma: todas estudavam um pouco da coreografia em casa, mas Gabriela aprendia os passos de forma minuciosa para que pudesse ensiná-los devagar e com cuidado para o grupo. Essa é uma das formas pelas quais os grupos *cover* desenvolvem coreografias. Sobre isso:

*a um nível de grupo, geralmente, às vezes, existe uma pessoa que ela tem mais desenvoltura ou coisa do tipo, ela tem mais perspicácia de notar os detalhes de uma coreografia e ela vai pegar todos aqueles passos e aqueles detalhes. E quando tiver em grupo, ela vai passar a coreografia pro grupo. E isso, de certa forma, no processo da produção de uma performance, é bom por quê? Porque você vai conseguir fazer com que as pessoas tenham um padrão, entendeu? Tipo, não vai ficar aquela coisa “Ah, mas eu peguei de uma forma” aí a outra “Não, mas eu peguei doutra forma”. Não. Se você, Iago, tá me passando uma coreografia, eu vou aprender do exato modo como você tá me passando, entendeu? (Gabriela, entrevista narrativa).*

Com uma só pessoa se responsabilizando por ensinar os passos durante o ensaio, os problemas e as diferenças na execução da coreografia são percebidos já na etapa de aprendizado. Quando cada um aprende por si só em casa, os problemas e as diferenças acabam sendo percebidas e sanadas somente depois. A demora para resolver esses problemas pode dificultar a correção, pois as pessoas podem enraizar uma execução errada de passos em suas memórias.

Aprender uma coreografia sozinho proporciona diferentes percepções de cada indivíduo para a execução dos mesmos passos de dança, o que conseqüentemente faz com que cada um dance a mesma coreografia de uma forma um pouquinho diferente. Tais diferenças podem ser bem pequenas e específicas, alguém leigo não perceberia. Porém, a redução dessas minúcias deixa a performance em grupo mais padronizada, proporcionando uma maior sensação de sincronia. Nesse contexto, para chegar a uma uniformidade no aprendizado do grupo, a estratégia de ter alguém para ensinar a todos surge como uma boa opção.

No contexto do Primadonna, Gabriela costuma estar à frente para ensinar uma coreografia e para comandar os ensaios. Durante a experiência em campo, percebi que Larissa e Ana Paula são as integrantes que tomam as rédeas da liderança na ausência de Gabriela. Jéssica (entrevista narrativa) comentou sobre isso: “*no Primadonna eu vejo que é muito assim: a Gabi é a cabeça, a Ana Paula e a Larissa elas são os ombros. Né? Então, tipo assim, a Gabi tá sempre ali na frente e as outras meninas tão só no apoio*”. Jéssica, que foi líder do grupo Yeppeun Girls, acrescentou sobre como funcionava o desenvolvimento de coreografias em seu antigo grupo:

*Todo mundo se ajudava. Tipo, pegar a coreografia. Uma pegava um pedaço, outra pegava outro pedaço, outra pegava outro pedaço, e a gente pegava... Na realidade, a gente até pegava a coreografia nos ensaios, o que atrasava bastante, né? Porque quando a gente pega em casa e chega no ensaio só pra repassar, acaba agilizando. Mas do jeito que a gente fazia, apesar de atrasar mais, a gente ficava mais padronizada. (Jéssica, entrevista narrativa).*

Podemos perceber, a partir dessa fala, que cada grupo tem sua especificidade. Uma pessoa com experiência e perspicácia o suficiente pode aprender uma coreografia para ensinar para o grupo todo, mas também é possível que cada integrante ensine uma parte da performance completa ou que o ensino fique dividido entre algumas pessoas. Essa possibilidade reduz a responsabilidade concentrada nas mãos de um só sujeito. Contudo, com base no que Jéssica expôs, um ponto negativo da estratégia de aprender passo durante os ensaios fica claro: essa abordagem demanda muito tempo, principalmente para um grupo com muitas pessoas como o Primadonna, que tinha quinze meninas na época.

Por isso, enquanto as meninas aprendiam os passos de *Scream* do Dreamcatcher, Gabriela reprendia quem não havia visto o vídeo da performance anteriormente pois a falta de contato com a coreografia tornava esse processo, que já era demorado, mais lento ainda. Ou seja, era esperado que as integrantes já tivessem pelo menos visto um pouco dos passos sozinhas para que aquilo não fosse algo totalmente novo.

Em alguns momentos do ensaio, Larissa também chegou a ensinar alguns passos para o grupo, pois percebia que Gabriela estava ensinando algo de forma um pouco errada ou incerta. As duas chegaram a discutir um pouco sobre quem estava certa, mas tudo isso era resolvido com uma checada no vídeo original em *mirror* no celular.

A primeira etapa do ensino de passos naquele dia foi realizada sem música. Os passos foram inicialmente mostrados por Gabriela enquanto ela mesma cantava os trechos da canção. Somente depois dessa etapa, a música foi colocada. Nesse momento, outra estratégia para facilitar o ensino surgiu: a execução da música em velocidade lenta. Conectando seus celulares via Bluetooth nas caixas de som que traziam de casa e utilizando-se de ferramentas próprias dos aplicativos de execução de som e vídeo nos celulares, as meninas conseguem tocar as canções em diversos tipos de velocidades.

Através da funcionalidade de executar os arquivos audiovisuais de forma lenta, os passos da coreografia puderam ser realizados sem pressa naquele ensaio, facilitando a fixação na memória. Depois, Gabriela começou a aumentar a velocidade da execução até que chegasse ao ritmo original da música. Contudo, cada vez que a velocidade era aumentada, era notável como as dançarinas ficavam ansiosas e espantadas com como a música em seu tempo natural

era muito rápida, provavelmente porque já estavam se acostumando um pouco com a velocidade lenta.

Depois de praticar mais algumas vezes a sequência da coreografia no tempo normal da música, o horário que elas podiam se manter na sala com espelhos acabou. Eram 9 horas e 40 minutos da manhã. Por isso, o grupo que havia reservado o horário seguinte entrou logo na sala e o Primadonna teve que sair rapidamente para não atrapalhar.

Há diversos grupos que são beneficiados pelas oportunidades que a Rede CUCA oferece. Por meio das reuniões mensais do Comunidade em Pauta, que já comentamos, as pessoas reservam horários para o uso das salas que a sede possui. Como há muitos grupos de dança de K-pop que utilizam o CUCA Mondubim para ensaios semanais, é comum acontecer uma disputa pelo uso da sala em horários específicos durante essas reuniões. Por isso, normalmente lá acontecem também negociações, oportunidade na qual dois grupos podem decidir se vão dividir ou não a sala com espelhos no mesmo horário.

Durante o cenário pandêmico, o compartilhamento da sala entre mais de um grupo não foi possível para o Primadonna, pois o CUCA criou a norma de que no máximo 15 pessoas poderiam ficar dentro da sala com espelhos simultaneamente, sendo que o Primadonna sozinho já conta com 15 pessoas. No primeiro ensaio que fui, todas as integrantes não tinham comparecido, mas, no segundo, todas foram. Por isso, tanto eu como outros observadores do ensaio como Ivar e Larissa – namorada da Milena –, tivemos que sair da sala por recomendação dos funcionários da sede.

O horário das 8 horas até as 9 horas e 40 minutos, que o Primadonna reserva mensalmente para todos os sábados, não é disputado por ser cedo demais para a comunidade em geral. Apesar de as meninas terem que acordar cedo no final de semana para aproveitar a sala com espelhos, a reserva é facilitada porque ninguém além delas quer esse horário.

### ***6.3.2 Área aberta***

Ao ver como o ensaio acontece após às 9 horas e 40 minutos, a importância da sala com espelhos ficou clara para mim. Quando entrei no CUCA Mondubim pouco antes das 8 horas, notei que o ambiente estava bem vazio. Contudo, naquele momento, existiam vários grupos de dança ensaiando simultaneamente. Estava bem lotado. Os ensaios tomavam espaço nos corredores, em áreas abertas, no térreo, no andar superior. Em resumo: pelo CUCA inteiro. Pelo menos, por ser bem aberto e ter muitas entradas e saídas para o ar, o lugar era bem ventilado.

Qualquer ponto da sede que estivesse próximo a uma parede com tomada para conectar a caixa de som e que fosse protegido da irradiação solar era um potencial ambiente de ensaio.

Além da lotação, fiquei surpreso com o barulho. Havia diferentes músicas tocando ao mesmo tempo, pois cada grupo ensaiava uma coreografia diferente. Caótico é o melhor adjetivo para descrever o CUCA aos sábados pela manhã, pelo menos naquela minha primeira experiência.

Rapidamente, o Primadonna buscou algum lugar ali que coubesse o grupo inteiro e onde fosse possível ligar a caixa de som para que o ensaio tivesse sua continuidade. No caso das meninas, a caixa de som era recarregável, então a tomada só seria necessária caso o equipamento ficasse sem carga. O espaço um pouco vazio na frente da entrada do teatro foi o escolhido. Para marcar que elas escolheram aquela área, todas as mochilas do grupo foram postas no chão do ambiente. Vizinhos ao Primadonna naquele dia, tinham cerca de outros quatro grupos.

Os problemas relativos às tomadas para muitas pessoas simultaneamente foram sanados por extensões de tomadas que estavam lá. Devido a amizade que alguns grupos possuem, é comum que os jovens levem e compartilhem suas extensões, as quais fazem com que uma mesma tomada possa ser utilizada por vários aparelhos eletrônicos ao mesmo tempo.

Figura 20 - Ensaios no CUCA Mondubim



Fonte: Elaborada pelo autor.

Em comparação a como as coisas estavam acontecendo na sala com espelhos (Figura 20, seção superior), o primeiro problema que percebi no ensaio “ao ar livre” (Figura 20, seção inferior) foi: a formação das quinze meninas na coreografia de *Scream* não cabia ali. Com o intuito de resolver esse problema, o grupo teve que se dividir em dois, fragmentando a

execução da coreografia. Levando essa questão em consideração, assim como o barulho das diversas músicas se misturando, o foco do Primadonna como um todo diminuiu muito. O ensaio perdeu muito de sua produtividade.

Ademais, por causa da grande mistura de músicas do K-pop tocando naquele ambiente, algumas das meninas do Primadonna começavam a dançar partes das coreografias dos grupos vizinhos de vez em quando. Isso é um indicativo claro de quão dispersante é o ensaio na área aberta, mas também me fez perceber que os K-poppers conhecem várias coreografias – ou, pelo menos, partes de coreografias de músicas e grupos diferentes.

De fato, o curto tempo na sala com espelhos deve ser bem aproveitado e os atrasos, evitados. Também por esse motivo, Gabriela repreender as integrantes que não tinham estudado a coreografia em casa, o que atrapalhava um pouco a produtividade do ensaio, pareceu-me ser uma ação bem adequada diante daquela situação.

De qualquer forma, o ensaio teve que continuar. Apesar do ambiente parecer caótico para mim, o Primadonna estava acostumado com aquele barulho e aquela lotação. Elas não pareciam nem um pouco incomodadas com o ambiente. Porém, é inegável que o foco foi reduzido.

Para continuar a assistir ao ensaio, sentei-me no chão, próximo aos pertences do grupo. Diferentemente da sala, o solo da área aberta do CUCA é de concreto, o qual, em comparação ao piso de madeira, parece machucar mais os joelhos durante a execução de passos de dança que levam os corpos ao chão. Para praticar coreografias que envolvem pôr os joelhos no solo, muitas das meninas estavam usando joelheiras, as quais reduzem lesões e impactos na região do corpo.

Enquanto as meninas continuavam a ensaiar a coreografia de *Scream* na área aberta, percebi que as quinze integrantes possuíam papéis diferentes naquela performance. Sete delas representavam cada uma das sete *idols* do grupo Dreamcatcher. As oito meninas restantes estavam na posição de *backdancers* (em tradução literal, dançarinos de fundo), cotidianamente chamados de *backs* pelos jovens da *cena cover*. A performance original da coreografia de *Scream*<sup>42</sup> possui essa exata formação: sete *idols* e oito *backs*.

A presença de *backs* na coreografia ficou clara para mim quando ouvi elas falarem coisas como “Meu *back* é o loiro”, “Eu sou o homem ali”, “O teu é o desesperado”. Ou seja, além de cada menina ser uma *idol* específica, as meninas restantes também eram *backs*

---

<sup>42</sup> A coreografia original pode ser visualizada no canal oficial do Dreamcatcher no YouTube. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=mGeOehe3jIU>. Acesso em: 7 de jul. 2022.

específicos. Algumas pareciam ter dúvidas de quem exatamente elas eram, mas o Primadonna conseguiu, no geral, apontar no ensaio rapidamente quem cada uma era naquela performance, sanando as dúvidas por meio da observação do vídeo original em *mirror* baixado em seus celulares.

A seleção de quem vai ser cada personagem da performance acontece anteriormente por meio das redes sociais, específica e principalmente no grupo privado do Primadonna no WhatsApp. Isso é feito com antecedência e fora dos horários de ensaio para que a escolha não tome o tempo que deveria ser destinado para dançar.

Além de possuir maior visibilidade e destaque, a posição de *idol* requer o aprendizado da letra da música, pois os *covers* sincronizam seus lábios (ação cotidianamente chamada de *lip sync*, que é a palavra em inglês para sincronia labial) com a canção para parecer que estão cantando a faixa. Ademais, dentre os *idols*, existem ainda os que possuem mais destaque do que os outros, mantendo-se no centro da coreografia por mais tempo. Por causa dessa desproporção de destaques, é comum que algumas pessoas disputem por papéis em uma performance.

A abordagem que o Primadonna usa para tratar dessa questão é saber quem cada uma quer ser na performance e quem cada uma não quer ser de jeito nenhum. Depois de ter esses dados, Gabriela prepara uma lista designando o papel de cada uma, tendo por base as preferências apontadas. Caso alguém discorde dessa lista, essa pessoa deve compartilhar suas opiniões com o grupo. Assim, a lista vai passando por ajustes e atualizações até que possa agradar a todas dentro das possibilidades.

O desejo por querer ser aquela *idol* específica ou ter aquele grande momento no centro pode proporcionar conflitos na seleção de quem cada um vai ser. O mais lógico a ser feito é colocar as melhores dançarinas em papéis centrais. Porém, não é tão simples assim. Na Coreia do Sul, os *backs* não importam tanto porque o foco está totalmente voltado para os *idols*, mas, no Brasil, todos importam. Gabriela ressaltou durante o ensaio que, em competições, os jurados olham para todos. Alguns desses jurados inclusive avaliam a apresentação com base nas pessoas que não estão no centro. Ou seja, alguns gostam de avaliar enquanto observam os dançarinos de fundo.

Além disso, a mesa de jurados não é necessariamente composta por fãs do K-pop. Como já comentei, os avaliadores muitas vezes estão vendo aquela performance pela primeira vez na competição, não possuindo a referência da coreografia original sul-coreana. Por isso, é bem possível que os jurados não saibam quem está executando o papel de *idol* ou o de *back*.

Portanto, Gabriela deixou claro naquele dia que os *backs* devem performar “fazendo coração”. Ou seja, eles devem mostrar expressividade e carisma na apresentação assim como as pessoas que estão na posição de *idols*. Para a performance ser bem avaliada de acordo com os padrões brasileiros, Gabriela falou que quer que não seja possível distinguir no palco quem é *idol* ou *back*. O Primadonna todo deve manter sua energia alta.

Interessantemente, naquele dia, as *backs* não precisaram aumentar suas energias para ficar no nível das *idols*. Na realidade, estas estavam sendo ofuscadas pelas dançarinas de fundo. Por causa disso, Gabriela deu um ultimato para as meninas que representavam as *idols*: elas deveriam aumentar a força nos passos e a expressividade, senão os papéis estabelecidos seriam trocados. Afinal, mesmo que a energia do grupo deva se igualar, as *idols* possuem um trabalho a mais para a apresentação, pois elas performam como se estivessem cantando a música. Por isso, as *backs* com boa energia só precisariam desenvolver a *lip sync*, enquanto as *idols* com baixa energia precisariam melhorar tanto a energia como também a *lip sync*.

Como na área aberta não tinham os espelhos da sala, as meninas encontraram dificuldades para conseguir ver o grupo todo dançando. Considerando que não cabiam todas as integrantes performando simultaneamente naquela área, a avaliação de como estava a performance era realizada por quem estava fora da formação no momento.

Quando estava próximo às 11 horas da manhã, elas decidiram parar de praticar a coreografia de *Scream* e iniciar a parte final daquele dia: o ensaio das performances para o YouTube. A prática de *Scream* era pensada em um possível campeonato que aconteceria em cinco meses, já as coreografias para vídeo, que se tornaram mais frequentes devido ao cenário de pandemia, tinham previsão de serem gravadas na semana seguinte.

Enquanto no contexto de campeonato os jovens da cena K-cover costumam ensaiar por meses, na etapa de preparação para a gravação de *covers* para vídeo eles demoram em média duas semanas. A busca por entregar mais performances com alta velocidade é característica da cena atual. Ao refletir sobre o assunto, Jéssica (entrevista, narrativa) ainda fica abismada: “*a gente antigamente ensaiava 6 meses uma coreografia pra dançar num evento. Os grupos ensaiam 2 fins de semana pra gravar um vídeo. E, tipo, caraca, a gente passava 6 meses...*”.

Tendo em vista que as coreografias escolhidas para as performances direcionadas ao YouTube são de canções que foram recém-lançadas, quanto mais demorar para preparar o

vídeo, mais a música escolhida fica fora de moda, e a ideia é aproveitar o *hype*<sup>43</sup>, toda a animação envolta em torno daquela faixa por ser nova, o que pode ser relacionado ao conceito do “motor da moda” de Sennett (2006). Enquanto são recém-lançadas, as músicas estão na moda, mas logo serão descartadas por outras mais novas ainda. Demorar muito para fazer um *cover* para o YouTube resulta normalmente em menos visualizações para o vídeo, pois a música constantemente vai perdendo o *hype* e saindo de moda. Claro, há pessoas na cena *cover* que prepararam vídeos com coreografias que gostam, sem se importarem com o *hype* ou a moda, mas a ideia padrão é ganhar mais visualizações com o que for mais atualizado no cenário musical.

Naquele dia, o Primadonna estava ensaiando para dois projetos de vídeo ao mesmo tempo: o da faixa SO BAD do grupo STAYC e o de Black Mamba do grupo aespa. A formação da performance de SO BAD conta com seis meninas, e a de Black Mamba, com quatro. Com isso, dez das quinze integrantes estavam presentes nas coreografias dessa etapa final do ensaio. Para ensaiar, as dez dançarinas se dividiram nos dois grupos já estabelecidos e se organizaram separadamente pela área aberta do CUCA. As meninas que não estavam em nenhuma das duas formações, com exceção de Gabriela, foram embora ou ficaram passeando pelo CUCA.

Apesar de não ser parte de nenhum dos dois projetos, Gabriela se manteve no ensaio para observar como estava a situação de cada formação e para dar dicas de melhorias nas performances. Ouvi as meninas conversando sobre apresentar a coreografia para Gabriela antes de gravarem, o que deixou claro para mim o quão importante a opinião da líder é para a realização dos projetos do Primadonna.

Haja vista que os vídeos demandam velocidade em sua produção, para não perder o *hype* das músicas, a estratégia de desenvolvimento da coreografia neste caso foi diferente da que observei no ensaio de *Scream*. Em vez de ter alguém ensinando, que é uma estratégia que demanda mais tempo, cada uma das meninas tiveram que aprender os passos sozinhas previamente; isso foi feito para acelerar o processo. Dessa forma, o ensaio presencial de SO BAD e de Black Mamba tiveram foco na “limpeza” dos passos. Sobre essa estratégia e o significado de “limpeza” em coreografias, Gabriela (entrevista narrativa) explica:

*[...] a gente tenta pegar o grosso da coreografia e chegar no ensaio e começar a limpar os detalhes. Como assim “limpar”, Gabi? Começar a padronizar cada*

---

<sup>43</sup> Essa é mais uma gíria utilizada entre os fãs de cultura pop. O *hype*, palavra que vem da língua inglesa, está relacionado à ansiedade, à animação e ao alvoroço direcionado a algo que ainda vai ser lançado ou que foi recém-lançado. Por exemplo, dizer que as pessoas estão “hypadas” na música nova do BTS, é o mesmo que dizer que as pessoas estão muito animadas com o lançamento da faixa e basicamente só falam sobre ela.

*coisinha, cada detalhe, cada altura da mão, cada dedinho, cada cabeça, cada passo. E dessa forma a gente vai criando uma padronização aos poucos.*

Em resumo: enquanto a estratégia de ensinar durante os ensaios é lenta, mas torna a coreografia padronizada naturalmente, a estratégia de aprender em casa sozinho é rápida, mas é “suja”. O processo de limpeza dos passos surge nesse caso para padronizar as diferentes interpretações que cada pessoa pode fazer da execução de uma coreografia. No contexto específico dos vídeos para o YouTube, a etapa da limpeza costuma ser feita de forma rápida e, às vezes, até mesmo superficial, para que tudo seja finalizado rapidamente.

Por terem aprendido os passos em casa, as meninas iniciaram o ensaio dançando a música. A preocupação naquele dia estava voltada para a padronização dos movimentos e para o ajuste das posições onde cada uma deveria estar.

Ao meio-dia, estava me sentindo bem cansado e imagino que elas estivessem mais cansadas ainda, até porque estavam dançando durante toda a manhã. Mesmo que algumas das integrantes ainda estivessem ali presentes, decidi ir para casa. Estava com muita fome. A única lanchonete próxima localizava-se fora do CUCA e vendia somente sanduíches feitos na hora, porém, como queria almoçar em casa, despedi-me do Primadonna e peguei o metrô de volta.

### **6.3.3 O Ensaio seguinte**

O sábado da semana seguinte foi em um dia de Carnaval, mas isso não parou o Primadonna. A formação toda apareceu naquele dia.

Dessa vez, decidi entrar na sala com espelhos antes de Gabriela chegar. Cumprimentei quem já estava na sala e me sentei no chão, no mesmo lugar onde fiquei na semana anterior. Enquanto alongavam os corpos, as meninas estavam conversando sobre *Webtoons* – quadrinhos sul-coreanos disponibilizados na Internet – que foram utilizados como base para a criação de alguns K-dramas que elas gostam.

A conversa me fez refletir sobre como o consumo do K-pop não era a única relação que o Primadonna tinha com a cultura sul-coreana. Na realidade, como vimos anteriormente nesta dissertação, de acordo com Jun (2017), a ideia da *Hallyu* em sua fase atual é o desenvolvimento da *K-Ubiquity*, que basicamente trata da inserção de diversos elementos da cultura sul-coreana no dia a dia das sociedades. Esse esforço do país asiático ficou claro ao ouvir na conversa das meninas a diversidade de K-dramas que estão disponíveis no catálogo brasileiro da Netflix.

Por já apreciarem o K-pop, talvez as jovens tivessem mais facilidade em buscar e conhecer outros conteúdos advindos da Coreia do Sul. Porém, é importante ressaltar que o acesso às produções sul-coreanas tem abrangido cada vez mais pessoas, o que pode ser percebido pela vitória do filme sul-coreano *Parasita*, que venceu quatro prêmios relevantes na cerimônia do Oscar, e pela visibilidade da série sul-coreana *Round 6*, que se tornou a primeira série a ter uma temporada com mais de um bilhão de horas visualizadas pela Netflix em pouco menos de um mês<sup>44</sup>.

Poucos minutos depois, Gabriela chegou. Ela comentou comigo que não deveria ter dançado na semana anterior porque, mesmo tendo avisado ao Primadonna que não dançaria no ensaio já que sua hérnia de disco estava muito ruim, dançou e realizou movimentos com muita força, o que acabou piorando as suas dores. Gabriela me disse o seguinte: "*Mentiras que todo K-popper conta: 'não vou dançar'*"<sup>45</sup>. Essa fala dela deixou claro para mim que é comum que os jovens dançarinos ultrapassem os seus limites nos ensaios por causa da paixão pela dança. Devido à piora em suas dores depois desse ensaio que comentou, ela decidiu que evitaria dançar ou somente dançaria de forma mais leve a partir de então. Felizmente, ela avisou que havia iniciado recentemente um tratamento para sanar essas dores.

Assim como na semana passada, o grupo começou com a prática de *Scream*. Neste dia, fiz somente duas anotações sobre esta seção do ensaio. A primeira foi quando Gabriela estava organizando o Primadonna para fazer o posicionamento da Figura 21, o qual ela nomeou de "Erguei as mãos e daí glória a Deus", inspirando-se na letra da música *Erguei as Mãos* do Padre Marcelo Rossi – é uma referência bem específica; provavelmente, Gabriela a escolheu para facilitar o aprendizado do grupo.

---

<sup>44</sup> Informações sobre *Round 6* retiradas do site Metrôpoles. Disponível em: <https://www.metropoles.com/entretenimento/televisao/round-6-tem-segunda-temporada-anunciada-pela-netflix>. Acesso em: 8 jul. 2022.

<sup>45</sup> Gabriela comentou isso durante a nossa conversa. Achei bem interessante e anotei em meu diário de campo.

Figura 21 - A pose “Erguei as mãos e dai glória a Deus”



Fonte: Elaborada pelo autor.

Como explicado em capítulos anteriores, o contexto sócio-histórico de cada sujeito é único. A conexão do posicionamento em uma dança de K-pop com a letra de Padre Marcelo Rossi seria difícil de acontecer em contextos exteriores aos dos brasileiros. Da mesma forma, os jovens do K-pop Cover de outros países devem possuir relações bem específicas entre suas culturas locais e a coreografia sul-coreana.

A segunda anotação que fiz, que também tem relação com a especificidade do contexto de cada sujeito, aconteceu quando algumas das meninas brincaram sobre terem ouvido a *idol* Yooheon do grupo Dreamcatcher falar a palavra “Bolsonaro” em um verso da música *Scream*. Na realidade, na versão romanizada da letra, a *idol* fala “beos-eonaji moshae”<sup>46</sup>. As jovens escutaram algo como “Bolsonaro moshae”, relacionando a pronúncia de palavras coreanas com palavras do contexto brasileiro. Obviamente, a cantora não falou sobre o Bolsonaro, mas, para o ouvido delas, a pronúncia é similar, por isso brincaram com a letra. Em resumo, cada contexto específico pode trazer conexões e releituras também específicas.

Ao terminar o horário na sala com espelhos e sair para a área aberta, percebi que o ambiente estava bem vazio em comparação à semana passada, bastante compreensível, afinal de contas, aquele era um sábado de carnaval. Isso foi positivo para o Primadonna porque, diferentemente da semana anterior, a formação completa de *Scream* coube sem problemas na

---

<sup>46</sup> O verso da música *Scream* em coreano é o seguinte: “벗어나지 못해”. A versão romanizada desse verso, de acordo com o Google tradutor, é: “beos-eonaji moshae”, que pode ser traduzido para o português como “não pode sair”. Disponível em: <https://translate.google.com.br/?hl=pt-BR&sl=ko&tl=pt&text=벗어나지%20못해&op=translate>. Acesso em: 8 jul. 2022.

área aberta, entretanto, devido à falta de espelhos, Gabriela manteve-se fora da coreografia para poder observar e corrigir passos e posicionamentos. Quando todos os ajustes foram realizados, ofereci-me para gravar o ensaio para que assim todas as quinze pudessem dançar.

Durante a observação nesses dois dias de ensaio, fotografei e gravei alguns momentos para compor a coleta de dados da pesquisa; porém, ao perceber a necessidade das gravações nos ensaios para que o Primadonna pudesse fazer uma autoavaliação sem que alguém precisasse ficar de fora da formação para observar, comecei a gravar as performances para elas também. Sempre quando necessário, as meninas começaram a pedir para eu gravar – muitas vezes, usando os celulares delas mesmas. Posteriormente, elas analisavam a situação da coreografia através desses vídeos. Além disso, decidi compartilhar com elas todas as fotos e vídeos que captei para mim pois esses dados poderiam servir de alguma ajuda para o grupo.

Na parte final do ensaio, destinada para os *covers* direcionados ao YouTube, Gabriela aprovou que ambos os vídeos fossem gravados. A gravação de SO BAD foi marcada para o dia seguinte, domingo de Carnaval. Fiquei muito interessado em participar da gravação, inclusive me ofereci para ajudar. Gabriela disse que mandaria uma mensagem para mim, confirmando o horário e o lugar, pois o grupo ainda não tinha decidido todos os pormenores, mas iriam fazer isso tudo pelo WhatsApp ainda naquele dia. Contudo, ela esqueceu de me avisar, o que é compreensível, pois, por estar na liderança do grupo, Gabriela lida com uma grande quantidade de informações diariamente.

Nesses primeiros momentos, por ser um pouco introvertido quando estou em ambientes novos, não tive a possibilidade de conversar melhor com as meninas além da Gabriela ou da Ana Paula – que já conhecia por causa de uma amiga em comum. Também, percebendo o notável foco que elas investiam durante os ensaios, optei por me manter observando de forma discreta e silenciosa para não atrapalhá-las.

Ainda por causa da timidez e do medo de incomodar, não quis ficar mandando mensagem para Gabriela para perguntar sobre a gravação de SO BAD. Além disso, eu não estava ainda no grupo de WhatsApp do Primadonna, onde muitas informações sobre os afazeres delas são compartilhadas, nem quis pedir para entrar no grupo porque tive receio de soar invasivo. Percebo que as coisas fluíram naturalmente nessa experiência. Com a convivência e o desenvolvimento dos laços afetivos com as integrantes, fui me sentindo mais à vontade para perguntar ou pedir coisas. Eventualmente, participei de uma gravação e entrei no grupo de WhatsApp, mas esses são assuntos dos tópicos seguintes.

## 6.4 Distanciamento Social

Depois de ter ido para o CUCA por dois sábados consecutivos (apresentados no tópico anterior), minha experiência em campo presencialmente com o Primadonna entrou em suspensão porque o país foi afetado por uma nova onda do coronavírus. Considerando a gravidade da situação, a Rede CUCA fechou suas portas por tempo indeterminado. Eventualmente, as sedes foram reabertas para se tornarem postos de vacinação, mas só voltaram a funcionar para o uso público cotidiano por volta do mês de agosto. Foi uma pausa de cerca de 6 meses.

Haja vista o cenário pandêmico, a esperada competição presencial do Sana em julho não aconteceu. Conseqüentemente, o projeto da coreografia de *Scream* foi cancelado. Ademais, por não ter sido possível ensaiar em grupo de forma adequada naquele momento, as coreografias para o YouTube foram suspensas. O vídeo de *SO BAD* foi gravado com sucesso no dia 14 de fevereiro, antes do surto da nova onda do coronavírus, mas a coreografia de *Black Mamba*, que ainda seria gravada, teve de ser cancelada, pois não era possível reunir o grupo para gravações enquanto a situação do avanço da pandemia estava piorando.

Posteriormente, por meio de uma divulgação no Instagram oficial do Primadonna, Gabriela informou para os seguidores que, logo após o fechamento da Rede CUCA para o uso da população, o grupo chegou a ensaiar mais duas vezes em um lugar ao qual ela se referiu como “galpão”, localizado nos arredores do bairro Pici, próximo à casa dela. Esse galpão trata-se do Instituto Vô Mundim, uma instituição pública da cidade que oferece seu espaço para a população da periferia.

Nesse lugar, as meninas conseguiram se reunir de forma privada, pois ninguém o utilizava aos sábados pela manhã. Por questões de segurança, esses ensaios no galpão contaram com formações pequenas. Ou seja, as quinze meninas não iam para lá simultaneamente. Em média, seis integrantes compareciam às reuniões. Por me sentir inseguro nessa situação e levando em consideração a escolha delas por diminuir a quantidade de pessoas no ensaio como medida de segurança, decidi permanecer em casa.

Contudo, devido ao aumento nos casos do coronavírus, as jovens começaram a se sentir muito inseguras em se deslocarem para ensaiar, por isso decidiram adotar a abordagem totalmente *on-line* para o funcionamento do Primadonna. Durante esse período, minha observação se manteve em torno do que era publicado nas redes sociais do grupo. Considerando que não seria possível preparar vídeos de performance para o YouTube, os canais mais utilizados pelo Primadonna foram o TikTok e, principalmente, o Instagram.

### 6.4.1 Sucesso no TikTok

Esse período iniciou com a publicação do vídeo de SO BAD no YouTube, gravado na Praça Mauá no bairro Pan Americano. Para divulgar a performance, foram preparados vários materiais para o Instagram e o TikTok, porém, um vídeo em específico alcançou um engajamento<sup>47</sup> que o grupo nunca teve antes.

Enquanto estavam gravando SO BAD na praça, um carro passou próximo com um alto falante tocando uma música de funk do MC Magrinho em alto volume. Claro que o vídeo final da performance que foi publicada no YouTube não mostra isso, pois a faixa de som captada durante a gravação da coreografia é trocada pelo som limpo e oficial da música de K-pop.

Contudo, o Primadonna decidiu publicar no Instagram e no TikTok um vídeo<sup>48</sup> mostrando como é o som captado durante a gravação, ressaltando a parte que o carro passa tocando funk, para que os seguidores vissem os bastidores daquela performance. Devido ao som do carro estar super alto, ele dominou todo o áudio do vídeo, fazendo parecer que as meninas estão dançando a coreografia de SO BAD na música do MC Magrinho.

O resultado disso foi: sucesso no TikTok. Em menos de um dia desde sua publicação, o vídeo das meninas dançando ao som de MC Magrinho conseguiu mais de 400 mil visualizações e mais de 100 mil curtidas. O canal do Primadonna, que antes tinha 517 seguidores, ficou com quase 6 mil no total. De acordo com dados mais atualizados, pouco mais de um ano depois, o mesmo vídeo encontra-se com quase um milhão de visualizações e mais de 200 mil curtidas e o canal do Primadonna está com mais de 21 mil seguidores<sup>49</sup>.

Apesar desse sucesso, Gabriela comentou publicamente através do Instagram do Primadonna que aquilo tudo era temporário, ressaltando que o foco que o grupo tem no contexto *on-line* é voltado para os seguidores fiéis, os quais reagem às publicações cotidianamente, afinal, nem todos que engajaram no sucesso do TikTok estavam interessados em K-pop, pois havia pessoas que comentaram no vídeo sobre como a performance ficou melhor ao som do funk.

---

<sup>47</sup> No contexto de redes sociais, a palavra “engajamento” é utilizada para se referir às reações, às curtidas, aos comentários, aos compartilhamentos, às visualizações que os conteúdos publicados recebem.

<sup>48</sup> Esse vídeo está disponível em: <https://www.tiktok.com/@primadonnadancegroup/video/6934356293109042437>. Acesso em: 10 jul. 2022.

<sup>49</sup> O vídeo foi postado no dia 28 de fevereiro de 2021. Os primeiros dados numéricos do engajamento do vídeo são do dia 1 de março de 2021. Os dados atualizados foram coletados no dia 10 de julho de 2022.

#### 6.4.2 *Take Over e performances solo*

Haja vista o foco do Primadonna no cenário *on-line* devido ao período de distanciamento social em que o país se encontrava, Gabriela recorreu à ferramenta de “caixa de perguntas” do Instagram para que os seguidores pudessem dar sugestões de conteúdo a serem publicados nas redes sociais. A partir da interação das pessoas, o grupo foi formulando ideias do que realizar. Durante a experiência em campo, percebi que Gabriela utiliza muito as ferramentas para interação com os seguidores no Instagram.

Com base nas recomendações do público, e inspiradas no grupo de dança Unio Project, o Primadonna iniciou um projeto chamado *Take Over*<sup>50</sup>, que consistiu em cada integrante tomar posse do Instagram do grupo por um dia. Por meio da ferramenta *Stories*<sup>51</sup>, a integrante do dia deveria interagir com os seguidores e mostrar um pouco de sua própria rotina. Tudo isso foi feito também no intuito de o público conhecer mais sobre cada menina além de Gabriela, que é quem predominantemente está no gerenciamento das redes sociais do Primadonna. No final do dia, cada *Take Over* finalizou com a integrante se arrumando para performar em casa uma coreografia solo, a qual seria publicada no Instagram<sup>52</sup>.

Explicando os pormenores desse projeto: o *Take Over* aconteceu semanalmente; nele, durante um dia inteiro, somente uma vez por semana, uma integrante diferente do Primadonna tomava posse do Instagram do grupo; o projeto se estendeu por doze semanas no total, desde o começo de março até o final de maio de 2021, totalizando a participação de doze integrantes.

Normalmente, os projetos do Primadonna são voltados para coreografias grupais, porém, por causa do distanciamento social, esse período teve a performance solo como foco. Sobre o desenvolvimento de coreografias sem um grupo, Gabriela (entrevista narrativa) comentou:

*[...] se você não tem um grupo ou outra coisa, como é que você começa a aprender aquela performance? Você pega o vídeo original da coreografia e você coloca no “mirror”. [...] Então, você vai aprender passo por passo, e geralmente você aprende*

<sup>50</sup> A expressão da língua inglesa significa “assumir o controle” em tradução livre para o português.

<sup>51</sup> O Stories é uma ferramenta do Instagram que publica fotos e vídeos por apenas 24 horas, significando que os usuários podem postar de forma fácil e rápida para os seguidores, sem se preocupar em sobrecarregá-los com muito conteúdo. Nesta ferramenta, é possível fazer publicar fotos, vídeos e outros conteúdos com o intuito, principalmente, de compartilhar a rotina e divulgar algo interessante para seguidores, fãs, amigos ou conhecidos. Disponível em: <https://netpixel.tech/stories-como-funciona-e-qual-sua-importancia-nas-redes-sociais/>. Acesso em: 10 jul. 2022.

<sup>52</sup> Todas as coreografias solos estão disponíveis no Instagram na aba de “Vídeos”. Disponível em: <https://www.instagram.com/itsprimadonnagirl/channel/>. Acesso em: 10 jul. 2022.

*isso só. Eu, quando comecei, era assim. Não tinha espelho, eu não me gravava, era muito essa coisa assim de eu olhar pra televisão, de eu olhar para o vídeo no meu celular [...] e tentar reproduzir o passo da mesma forma. [...] E, dessa forma, vou pegando pouco a pouco aquela coreografia.*

Adentrando no assunto do aprendizado de coreografias em casa e sem o grupo, Ana Paula (entrevista narrativa) explicou um pouco do seu processo individual:

*[...] eu começo um estudo mesmo de primeiro visualizar muito. Eu assisto muito a coreografia. Eu ensaio sentada. [...] Ai às vezes, no intervalo do trabalho, eu boto o vídeo e fico só vendo. Ai eu fico tipo... fazendo os passos na frente do computador, sentada mesmo, até eu internalizar a música porque, pra eu conseguir fazer os passos no tempo, eu preciso entender a música, né? E me acostumar com a sonoridade e tudo. Enfim. E aí... beleza. Vou assistindo, vou pegando.*

As performances solo durante o distanciamento social não se mantiveram somente no universo do K-pop. Na realidade, somente uma das doze coreografias foi de uma música do pop sul-coreano. As outras onze foram de músicas do pop ocidental, englobando melodias cantadas em inglês e em espanhol. Por isso, podemos dizer que o projeto *Take Over* trouxe um lado diferente do Primadonna. Além dos *covers* de dança, foi adicionado no Instagram um *cover* musical<sup>53</sup> da canção “Gone” da *idol* Rosé – integrante do BLACKPINK. O *cover* foi cantado por Ana Paula, que, além de dançarina e licenciada em Ciências Sociais pela Universidade Estadual do Ceará (UECE), é cantora.

*Meu pai é músico, meu irmão é músico, e aí eu tenho essa veia, ligação com a música, desde muito cedo. [...] Cantei por muito tempo e tive uma banda e tals [...] meu interesse pela dança tá muito ligado à performance como um todo porque eu amo performar, independente de ser numa sala de aula como professora ou cantando num barzinho, como eu já cantei, ou num palco do Sana, entendeu? (Ana Paula, entrevista narrativa).*

Algumas das integrantes não quiseram participar do *Take Over*, a exemplo de Jéssica, por não gostarem de performar para vídeo. Ademais, Gabriela também não participou, pois contraiu coronavírus logo no início da nova onda da pandemia, teve uma piora em sua hérnia de disco e passou por uma infecção urinária. Isso acabou afetando a disposição corporal dela. Ainda assim, em conversa logo após a volta dos ensaios presenciais, ela comentou comigo que chegou a preparar e aprender a sua coreografia solo, mas não conseguiu gravá-la.

De acordo com Gabriela, o período de distanciamento social foi bem desanimador para o grupo inteiro. Falando em nome de todas as integrantes, afirmou que, durante esse momento de piora da pandemia, as danças solo foram como um respiro de ar fresco, um ânimo, para que a vontade de dançar não se perdesse e para que o Primadonna continuasse ativo.

---

<sup>53</sup> Esse *cover* está disponível em: <https://www.instagram.com/tv/CNNhHLuH5Tq/>. Acesso em: 10 jul. 2022.

Fora o *Take Over*, outros tipos de conteúdo começaram a ser produzidos para o Instagram e o TikTok nesse período, como vídeos de reação às novas músicas de K-pop, indicações musicais e vídeos engraçados relacionados ao cotidiano de fãs.

Posteriormente, mesmo com os ensaios presenciais voltando, os conteúdos para as redes sociais não pararam. Quase sempre que se reúne, o Primadonna produz materiais para o Instagram e o TikTok. Por exemplo, o grupo compartilha momentos engraçados dos ensaios, prévias de como está a situação de alguma coreografia, felicitações de aniversário para as integrantes, conquistas, vídeos seguindo tendências e desafios que estão em alta na Internet, entre outros. Um dos vídeos que mais se destacou durante a experiência em campo foi de quando elas decidiram participar de uma tendência do TikTok, dançando a coreografia da música “Cool For The Summer” de Demi Lovato. Apesar de ser uma tendência do TikTok, o vídeo se destacou no Instagram, alcançando mais de 60 mil visualizações na rede social<sup>54</sup>.

## 6.5 Galpão

A pausa nos ensaios presenciais se manteve desde o final de fevereiro até o início de julho de 2021. Foram pouco mais de 4 meses com o Primadonna realizando atividades à distância, com cada integrante em sua respectiva casa.

A situação mudou quando vi, por meio de uma postagem no Instagram do grupo, que os ensaios presenciais estavam retornando. Ao me deparar com essa informação pelas redes sociais, percebendo que a onda do coronavírus tinha reduzido consideravelmente e que as pessoas estavam se vacinando, perguntei para Gabriela pelo WhatsApp se eu poderia ir para os ensaios. Ela assentiu e me avisou que a Rede CUCA ainda estava cedendo suas sedes para a vacinação da população, por isso, o Primadonna estava se reunindo no lugar que elas chamam de galpão.

Como comentei no tópico anterior, o galpão é um apelido que elas deram para o Instituto Vô Mundim, localizado em uma região periférica nos arredores do bairro Pici. Este espaço comunitário, mantido por um vereador da cidade, oferece gratuitamente para a população dos bairros próximos esportes como jiu jitsu, capoeira e balé. Também são oferecidas atividades físicas para idosos e alimentos para pessoas mais necessitadas. Além disso, os moradores da região podem reservar o lugar, com muita antecedência, para a realização de festas ou eventos em geral.

---

<sup>54</sup> Esse vídeo está disponível em: <https://www.instagram.com/reel/CbVTKfpuPKG/>. Acesso em: 10 jul. 2022.

Gabriela me disse que conversou com o vereador e pediu para utilizar o ambiente para ensaios do Primadonna aos sábados pela manhã. Como resultado da conversa, ela foi autorizada a utilizar o Instituto Vô Mundim recorrentemente no horário citado por não chocar com nenhuma outra atividade já agendada. Ou seja, o galpão era utilizado somente pelo Primadonna durante os ensaios, diferindo do CUCA Mondubim, onde existiam simultaneamente dezenas de grupos de dança no ambiente.

### ***6.5.1 O Primeiro dia e a produção de Rollin'***

A primeira vez que fui para o galpão foi no dia 24 de julho de 2021. Não existia estação de metrô próxima. Para chegar lá via transporte público, o ideal seria ir de ônibus. No meu caso, por ser relativamente perto de minha casa, fui de carro. Cheguei às 8 horas, mas ninguém estava lá ainda. Por isso, fiquei esperando na entrada do lugar, que ainda estava trancado. Gabriela chegou por volta de 30 minutos depois. Ela foi a pé, pois morava somente a alguns quarteirões de distância dali. Ela estava carregando uma caixa de som, uma mochila e as chaves para que pudéssemos entrar.

Ao me deparar com o interior do galpão, a primeira anotação que fiz para descrevê-lo foi: grande. Acredito que o espaço é quatro vezes maior que a sala com espelhos do CUCA Mondubim, porém, não há espelhos, o que dificulta a avaliação da situação das coreografias que estão sendo ensaiadas. Ademais, passos de dança que envolvem ir ao chão seriam difíceis de serem executados ali, considerando que o solo do galpão é revestido por um concreto mais grosseiro do que o da área aberta do CUCA, podendo machucar os corpos das meninas.

Em relação ao som, o ambiente era bem silencioso em comparação ao CUCA, afinal, está localizado em uma zona predominantemente residencial e, além disso, o Instituto Vô Mundim estava vazio naquele horário. O ponto mais barulhento nas proximidades era um barzinho, que ficava logo à frente, ainda assim, por ser um sábado pela manhã, lá estava silencioso. Essa característica mais calma dos arredores naquele horário era um ponto positivo para que os ensaios tivessem foco.

Em compensação, a circulação de ar estava comprometida. O galpão é retangular, sendo todo coberto na parte superior e possuindo paredes e construções que protegem e fecham três das quatro faces do retângulo. Em resumo, somente uma parede não cobre a área, por não ter sido construída até o teto, como podemos ver na Figura 22. Talvez, essa escolha arquitetônica tenha sido feita para que o ambiente ficasse ventilado, contudo, devido à unilateralidade na passagem do ar, não existindo uma saída, a área comumente se tornava pouco

arejada e quente. Ademais, em dias ensolarados, dependendo do horário, o sol incidia em certos pontos, esquentando o concreto do solo, e, em dias de chuva, o lugar ficava um pouco molhado.

Logo após entrarmos no galpão, eu e Gabriela nos sentamos em umas cadeiras de plástico que estavam lá. Conversamos sobre K-pop, Sana e pandemia enquanto esperávamos a chegada das outras meninas, o que só aconteceu por volta de 45 minutos depois. Com a chegada delas, enquanto faziam o aquecimento para começar a ensaiar, conversamos sobre assuntos como: o documentário da Anitta na Netflix, o novo álbum da Luísa Sonza, a vida do Whindersson Nunes e a situação política da época.

Oito integrantes estavam presentes no ensaio. Logo após o aquecimento, elas se dividiram em dois grupos, com quatro pessoas cada, para praticar diferentes coreografias direcionadas ao YouTube. A produção de vídeos era o foco na época em que elas estavam ensaiando no galpão, pois ainda não havia previsão para a volta do cenário competitivo.

Figura 22 - O Galpão



Fonte: Elaborada pelo autor.

Considerando a quantidade total de integrantes do Primadonna naquele período – 15 meninas –, era possível dividir o grupo em formações menores para que a produção de conteúdo para o canal no YouTube fosse maior. Ademais, a área do galpão era grande o suficiente para comportar os ensaios de diferentes coreografias simultaneamente.

Naquele dia, a formação com Gabriela, Larissa, Ana Paula e Milena estava realizando o primeiro ensaio de “Next Level” do grupo aespa para o YouTube. As gêmeas Clarissa e Ana Lari, Aline e outra integrante<sup>55</sup>, que chamarei aqui como Ké, estavam na outra

---

<sup>55</sup> Decidi não colocar o nome dessa integrante por ela ter saído do Primadonna durante minha estadia com o grupo. Inclusive, ela não chegou a assinar o termo de autorização do uso de imagem.

formação, a qual dançaria “Rollin” do grupo Brave Girls. Apesar de estar em uma das formações, Gabriela transitou de um grupo para o outro naquele dia com o intuito de ver como estava o andamento das coreografias. Acredito que aquele era o segundo ensaio de “Rollin”, tendo em vista que Gabriela reclamou sobre a performance ainda estar com questões bem iniciais a serem resolvidas.

Nesse contexto, o aprendizado dos passos deveria, preferencialmente, ser realizado em casa. O horário dos ensaios servia principalmente para a limpeza dos passos e para os ajustes das posições onde cada integrante deveria estar durante a execução da performance, conforme menção anterior.

Sabendo que algumas meninas possuem dificuldades em aprender os passos sozinhas, Gabriela, com base no que anotei no diário de campo, comentou naquele dia: “*Se você não consegue pegar a coreografia em casa, deve ouvir a música bem muito para pelo menos se acostumar com a batida e o ritmo*”. Por isso, quando percebeu que algumas meninas não só desconheciam os passos de dança como também desconheciam diversos momentos da música, a jovem líder “deu uma bronca” no grupo.

Durante o ensaio, notei também que a redução da disposição corporal parecia ser algo comum entre as integrantes, pois elas relataram sentir cansaço e dores musculares com muita facilidade, o que não era tão comum anteriormente. O corpo estava se acostumando novamente com os movimentos fortes das coreografias.

Uma outra observação que anotei no diário de campo, que achei bem interessante, teve relação com a coreografia de “Rollin”. Essa é uma dança que se utiliza de cadeiras. Para ensaiar adequadamente, as meninas pegaram as cadeiras que já estavam no galpão, típicas cadeiras de barzinho brasileiro, provavelmente advindas do bar logo à frente, com logotipos de cervejas e de refrigerantes impressos nelas. Ver uma coreografia de K-pop ser apresentada em cadeiras da Skol ou da Kaiser é um retrato da inserção da *Hallyu* no contexto brasileiro.

Durante o ensaio, o professor de Jiu Jitsu no Instituto Vô Mundim chegou para conversar com Gabriela. Ele perguntou a ela sobre a possibilidade do Primadonna dividir o lugar com a turma de Jiu Jitsu nos sábados seguintes, o que aconteceria por cerca de um mês. Ela consentiu, pois a área era grande o suficiente para todos. Além disso, o barulho advindo da aula de Jiu Jitsu não seria maior do que o das dezenas de grupos ensaiando ao mesmo tempo no CUCA Mondubim.

Naquele dia, o ensaio dividido entre as duas formações, a de “Next Level” e a de “Rollin”, continuou até meio-dia. Os ensaios seguintes no galpão contaram com a presença da turma de Jiu Jitsu, como podemos ver na Figura 23.

No sábado seguinte, no dia 31 de julho de 2021, somente a formação de “Next Level” foi para o galpão. As integrantes de “Rollin’” – Aline, Ana Lari, Clarissa e Ké – dançaram na casa de uma delas, na zona leste de Fortaleza, pois todas elas moravam perto de lá. Enquanto isso, as meninas da formação de “Next Level” – Gabriela, Larissa, Ana Paula e Milena – moravam próximas ao galpão. Aparentemente, o CUCA é o lugar mais central para todas, tornando-o ideal para os ensaios.

Distantes do galpão, as meninas de “Rollin’” finalizaram os preparativos da coreografia naquele dia e mandaram vídeos do ensaio para Gabriela, a qual aprovou que o grupo gravasse a performance. No sábado seguinte, no 7 de agosto, elas fizeram a gravação na Praça das Flores com auxílio do Ivar. Posteriormente, depois do processo de edição, o vídeo foi publicado no canal do YouTube<sup>56</sup>, tendo divulgações realizadas no Instagram e no TikTok do grupo.

Figura 23 - Primadonna e turma de Jiu Jitsu no galpão



Fonte: Elaborada pelo próprio autor.

### 6.5.2 Os ensaios de “More”

No dia 7 de agosto, apesar de ter ensaiado fortemente a coreografia “Next Level” do grupo aespá por duas semanas (nos dias 24 e 31 de julho), deixando-a praticamente pronta para a gravação, a formação jogou esse projeto de lado para iniciar um novo para o YouTube. Isso aconteceu porque um amigo delas de longa data estava vindo de São Paulo e, para aproveitar a viagem, elas queriam dançar algo junto a ele.

<sup>56</sup> O vídeo está disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=cILEpzf1we4>. Acesso em: 14 jul. 2022.

Esse amigo era o Bi, o qual fez parte da fundação do Primadonna ao lado de Gabriela e Larissa. Fora do grupo desde 2018, em virtude de ter se mudado para São Paulo, Bi havia transicionado recentemente para o gênero masculino.

Por meio do grupo do WhatsApp, o Primadonna decidiu performar com Bi a música “FIRST” do grupo EVERGLOW, cuja formação conta com seis pessoas, as quais seriam: Gabriela, Larissa, Ana Paula, Milena, Bi e Ké. Por estar distante, ele aprenderia os passos em São Paulo enquanto as meninas ensaiariam semanalmente sem ele. Com a chegada de Bi, a formação faria um ensaio completo no dia 21 de agosto para que então pudessem gravar o vídeo. Haja vista que a decisão de dançar “FIRST” foi feita em cima da hora, nenhuma delas pôde se preparar em casa. Por isso, naquele dia, o ensaio foi mais individualizado, com cada uma aprendendo os passos pelos seus celulares.

Contudo, uma reviravolta aconteceu. Após terem passado quase metade do ensaio praticando os passos de “FIRST” e terem conseguido aprender muita coisa naquele mesmo dia, elas decidiram mudar a música porque Ké não pôde comparecer ao ensaio. Ela havia acordado gripada. Apesar de não saberem se era coronavírus ou não, por questões de segurança, o grupo preferiu que ela não comparecesse. Além disso, considerando que o tempo de isolamento para quem estava com coronavírus na época era de quinze dias (tomando dois finais de semana), Ké não poderia participar de dois ensaios. Por isso, a mudança de uma coreografia de seis pessoas para uma com cinco se tornou necessária.

Com isso, Gabriela, Larissa, Ana Paula e Milena precisaram escolher uma nova música naquele mesmo ensaio para que já iniciassem o aprendizado dos passos. Depois de debaterem sobre diversos grupos com cinco integrantes que tivessem lançado música recentemente (para que o *hype* do lançamento pudesse ser aproveitado), o Primadonna decidiu performar a música “More” de KDA, que é um grupo virtual de K-pop criado pelo jogo eletrônico League of Legends. Apesar de a faixa ter sido lançada há quase um ano, o que significa que o *hype* do lançamento seria perdido, as meninas firmaram a escolha por gostarem muito da coreografia e por esperarem alcançar o público do jogo.

O ensaio acabou sendo um pouco mais longo devido a essas mudanças, mas elas ficaram felizes com o resultado por preferirem a música “More” e sua coreografia em comparação à “FIRST”. Nas palavras delas, “More” mistura movimentos sensuais com passos de dança fortes, o que torna a coreografia adequada até mesmo para o cenário competitivo. Ademais, a performance se alinhou mais ainda à condição do Primadonna por ser dançada por somente quatro pessoas em quase 70% da coreografia. A quinta integrante entra somente no

momento final da música, dançando bem menos que as outras, o que encaixou perfeitamente com a questão de Bi não poder estar presente na maioria dos ensaios por estar em São Paulo.

Pessoalmente, devo acrescentar que naquele dia me impressionei com as meninas. Elas aprenderam passos desafiadores de “FIRST” durante o ensaio com seus celulares, escolheram outra música e rapidamente aprenderam o refrão de “More”, praticando de forma individual e depois em grupo. Impressionado com a velocidade de aprendizado, cheguei a perguntá-las se conseguiam guardar na memória várias coreografias antigas. Como resposta, as quatro meninas afirmaram que costumam se esquecer das danças com o tempo, pois cotidianamente estudam diversas performances, mas que o processo de reaprender é mais fácil que o de aprender pela primeira vez.

A partir do meu contato com o Primadonna, percebi que as jovens dançarinas, com a experiência adquirida no decorrer dos anos, ganham bagagem de conteúdo o suficiente para criticar a execução de passos de dança ou até mesmo para criticar uma coreografia como um todo. Para exemplificar, ouvi várias vezes durante os ensaios elas falarem sobre uma *idol* dançar mal ou ter errado um passo. Também é comum ouvir as jovens comentando coisas como “A tua faz assim, a minha é assim” ou “A tua é a única que faz diferente”, o que escancara as diferenças entre as *idols* na execução de passos. Por isso, com o intuito de padronizar a performance da melhor forma possível, o Primadonna costuma olhar para a maneira de dançar da *idol* tida como a melhor dançarina do grupo<sup>57</sup>.

Além disso, percebendo que há *idols* que dançam os passos sem muita força ou sem esboçar diversas expressões faciais, o desenvolvimento das coreografias por grupos de dança *cover* como o Primadonna possuem a intenção de elevar a performance, principalmente em cenários competitivos, nos quais os jurados analisam a coreografia sem ter como base a execução original, afinal, conforme comentei, as competições de K-pop são mais sobre dança do que sobre *cover*.

Apesar do foco na música pop sul-coreana, penso que o Primadonna está unido principalmente pela paixão pela dança. Esse foi um pensamento que surgiu durante os ensaios seguintes no galpão com a formação de “More”, composta por Gabriela, Larissa, Ana Paula e Milena. Muitas vezes, nos intervalos, as meninas conversavam sobre coreografias de músicas de artistas do pop brasileiro (como Anitta, Pabllo Vittar, Glória Groove e Luísa Sonza), discutindo sobre os coreógrafos nacionais que as desenvolveram.

---

<sup>57</sup> Normalmente, em grupos de K-pop, cada *idol* tem uma função em que se destaca. Por exemplo, um é cantor, outro é rapper, outro é dançarino, outro é *visual* (referindo-se ao mais bonito ou estilo), entre outros.

Além disso, durante os intervalos do ensaio, as jovens chegaram a dançar passos de muitas músicas do brega funk e do funk carioca criados por artistas brasileiros. Larissa e Ana Paula afirmaram que seguem muitos coreógrafos nas redes sociais. Além delas, o caso de Milena foi o que mais comprovou para mim que a dança é o objetivo principal do Primadonna: ela comentou que não costuma acompanhar os lançamentos musicais sul-coreanos por não ser muito fã do K-pop, mas afirmou que gosta muito de dançar, sendo este o motivo por ter entrado no grupo. Ainda, ela comentou que acaba gostando de algumas músicas pop sul-coreanas por causa do processo de desenvolvimento das performances.

A paixão pela dança também pode ser observada por meio da busca das meninas por aulas de dança, inclusive por algumas ministradas pelos coreógrafos que elas gostam. Larissa comentou no grupo do WhatsApp<sup>58</sup> do Primadonna sobre sua experiência e o aprendizado em algumas dessas aulas:

*[...] tive uma crise de querer chorar e ir embora quando vi que tava errando tudo e não tava acompanhando o ritmo enquanto tinha uma ruma de gente super foda e dançando tudo num instante. Depois de eu ficar me sentindo mal nas 3 primeiras aulas, de resto eu caguei e me soltei. Porque se eu for bitolar nisso, nunca mais eu danço. E dançar não é só saber coreografia, é se permitir experimentar o corpo. (Larissa, grupo do WhatsApp)<sup>59</sup>.*

A possibilidade de ter participado de aulas com pessoas experientes, indo além do contato com a dança advindo do K-pop Cover, ampliou o conhecimento de Larissa. Ela não só aprendeu a não se importar com o que os outros pensam como passou por um processo de construção de confiança na sua própria maneira de dançar. Isso foi essencial para que ela pudesse “se soltar” e melhorar seu desempenho nas coreografias. Ademais, Larissa mencionou ter feito aulas de “Femme Style”, um estilo de dança que foca na feminilidade, o que também possibilitou aprofundar seu conhecimento na área. Complementando Larissa, Gabriela afirmou o seguinte no grupo de WhatsApp: “[...] acho que inclusive foi no workshop do rikimaru, que ele falou que o importante mesmo é dançar sem focar necessariamente no passo. Se não pegou, continua, improvisa e segue. Aí eu comecei a perceber [...] que todos os dançarinos fazem isso” (Gabriela, grupo do WhatsApp).

---

<sup>58</sup> Eu só entrei no grupo no começo de novembro de 2021. Considerando que a experiência no galpão aconteceu entre julho e setembro, compartilho aqui conversas posteriores, mas que combinam com a discussão.

<sup>59</sup> Para facilitar a compreensão geral das mensagens *on-line* apresentadas nesta dissertação, os termos abreviados no cotidiano da Internet (como “pq” ou “vc”, que significam “porque” e “você”, respectivamente) foram modificados para suas formas não abreviadas. Além dos ajustes nas palavras, nenhuma modificação foi realizada. Não aconteceram alterações em relação ao sentido.

Voltando para o desenvolvimento da performance de “More”, depois do primeiro ensaio em que a música foi decidida e começou a ser ensaiada no mesmo dia, os momentos seguintes contaram com a metodologia do aprendizado dos passos em casa e a da padronização da execução no presencial, juntamente dos ajustes dos posicionamentos.

Haja vista que a formação dessa coreografia contou com algumas das integrantes mais antigas e experientes do Primadonna, a imagem de Gabriela como a líder que guia o ensaio me pareceu ter diminuído. Larissa, que também fez parte da fundação do grupo, possui opiniões fortes e, por vezes, abordagens diferentes em relação às de Gabriela. Era comum acontecer de uma delas falar que certo passo deveria ser executado de certa forma e a outra negar, apresentando uma forma diferente de execução.

As duas fortes personalidades de liderança (Gabriela e Larissa), cada qual convicta de suas abordagens específicas, chocavam-se. Por isso, às vezes, até que um consenso fosse alcançado, a discussão entre elas se estendia. Durante uma das discussões, ao ver que eu estava observando e digitando em meu celular (estava anotando em meu diário de campo), Larissa brincou comigo comentando algo como “Iago, não esquece de escrever ‘elas discutiam constantemente’”. Ri do comentário dela porque, de fato, naquele momento estava pensando exatamente no processo delas de entrar em um consenso para que o ensaio continuasse.

Tal consenso era comumente alcançado quando Ana Paula entrava em cena. Mediando a discussão e ouvindo os dois lados, ela normalmente formava uma opinião que convencia todas. Com o passar do tempo em campo, percebi que, além da liderança de Gabriela, o Primadonna era, de fato, orientado pela tríade: Gabriela/Larissa/Ana Paula. Além disso, essas discussões, mesmo que atrasassem um pouco o ensaio, eram produtivas para a melhora da performance.

Como informação extra, elas costumavam se xingar durante as discussões, o que à primeira vista parece ser uma briga de verdade – uma briga bem séria. Porém, ao ver que minutos depois tudo voltava ao normal, conclui que o jeito que elas discutiam não era sério. Na verdade, elas tinham uma relação de amizade e de companheirismo tão sincera e íntima que conseguiam dizer abertamente o que pensavam enquanto seguiam uma lógica de convivência própria; e ninguém ficava magoado durante isso. Posteriormente, com a convivência, as discussões entre elas durante os ensaios me deixavam com vontade de rir. Algumas das outras integrantes também riam nesses momentos. Talvez, aquilo fosse um sinal de que as coisas estavam andando bem.

Eu compareci aos ensaios dos dias 7 e 14 de agosto, mas não pude comparecer ao do dia 21, no qual Bi participou, pois eu estava doente. Depois dos três ensaios, o grupo estava finalmente pronto para a gravação, sobre a qual falo no tópico 6.6 da dissertação.

### **6.5.3 *Girls Planet***

Durante o período no galpão, Gabriela decidiu fazer um evento em nome do Primadonna, no qual, em um mesmo dia, teriam aulas para ensinar coreografias de K-pop para o público e apresentações de dança sem teor competitivo, tudo gratuito. A maioria das integrantes foi pega de surpresa com essa ideia do evento. Quem sabia mais de tudo e estava à frente na organização era a Gabriela.

Desde o dia 14 de agosto, Gabriela reservou o Instituto Vô Mundim para realizar o evento no dia 26 de setembro, um domingo. Considerando que a reserva tinha sido feita com mais de um mês de antecedência, havia tempo o suficiente para as integrantes se organizarem para participarem da produção do evento, caso pudessem. Além do Primadonna, para ensinar coreografias para o público, outros K-poppers de fora do grupo também entraram na equipe de produção.

Fora o interesse que Gabriela possuía na área de produção de eventos, a criação desse evento foi fomentada pelo Bolsa Jovem, uma política pública para a juventude que mencionamos em capítulos anteriores. Em retorno pela bolsa oferecida, espera-se que os jovens bolsistas realizem atividades e entreguem relatórios sobre o que foi desenvolvido. Nesse contexto, considerando que Gabriela é uma das bolsistas, o evento do Primadonna se encaixa como um exemplo desse retorno.

Tendo o evento em mente, as meninas decidiram preparar uma coreografia para apresentar ao público no dia. Por não ter cunho competitivo nem intuito de ser gravada para o YouTube, a coreografia pensada para o evento tinha uma lógica diferente: seria performada pelo entretenimento e pela diversão. Por isso, o Primadonna escolheu uma canção que estava em alta na época para que o público cantasse junto. A música era “O.O.O (Over & Over & Over)” do reality show *Girls Planet 999*, o qual coloca vários trainees para competirem com o intuito de formar um novo grupo de K-pop no final. Considerando que o Primadonna falava muito sobre essa série na época, deduzo que ela era um sucesso entre os K-poppers.

Durante os ensaios do dia 4 setembro até o do dia 25 de setembro (um dia antes do evento), o Primadonna se reuniu no galpão para ensaiar essa coreografia e para resolver assuntos

relacionados à produção do evento. Nesse período, a turma de Jiu Jitsu não utilizou o ambiente no mesmo horário que as meninas, ou seja, o galpão era somente delas.

A formação para a música do Girls Planet 999 contou com 5 pessoas: Gabriela, Ana Carla, Ana Lari, Clarissa e Ké. A metodologia dos ensaios foi similar à de “Scream”, com a líder ensinando os passos para o grupo, o que facilitou o processo de padronização. Além dos dias de ensaios, as jovens deviam praticar a coreografia em casa com o intuito de fixar na memória tudo o que foi aprendido.

Enquanto “More” foi constituída por integrantes mais experientes e mais velhas, essa nova coreografia foi composta basicamente pela seção de meninas do Primadonna que nasceu depois dos anos 2000. A única exceção era Gabriela, que durante esses ensaios pareceu ser uma mãe para o grupo. Digo isso não somente por ela ter ensinado, guiado e orientado o grupo inteiro, mas também por ter cuidado de cada uma das meninas.

Como exemplo, em um dos ensaios, o banheiro do galpão estava coberto de vômito e com muito fedor. Algumas das meninas ficaram com vontade de usar o banheiro, mas tiveram medo de entrar lá por causa da sujeira. Ademais, o grupo inteiro basicamente estava se sentindo muito desconfortável com a sujeira do lugar porque o homem que cuida de lá estava adoecido. Ele acabou vomitando pelo ambiente e não tinha energia para limpar. Para sanar esse desconforto, Gabriela procurou por materiais de limpeza no galpão e, rapidamente, sem reclamar nenhuma vez, arrumou tudo.

Com menos discussões sobre a melhor abordagem para a execução dos passos, o que era comum nos ensaios com Larissa e Ana Paula, e com mais momentos de Gabriela ensinando e orientando, a coreografia do Girls Planet 999 foi tomando forma até o dia do evento.

## **6.6 Estacionamento e a gravação de More**

A gravação da performance de “More” aconteceu em dois dias. Apesar de Bi ter ensaiado com as meninas no dia 21, ele ainda precisava aprimorar alguns passos da dança. Por isso, com o intuito de não perder tempo, as meninas marcaram de gravar primeiro (no dia 28 de agosto) toda a parte da coreografia em que Bi não aparecia, que era quase 70% da música. Posteriormente (no dia 11 de setembro), a seção final da performance, os outros 30%, seriam gravados.

Além disso, tinha aparecido um edital da Rede CUCA para uma competição no formato *on-line* intitulada “Concurso K-pop”, o qual faria parte do projeto “Mês Geek”, que objetiva levar cultura pop e nerd para os jovens da periferia fortalezense. Com a intenção de

participar dessa competição, que pedia que a performance fosse gravada em um vídeo de até um minuto e meio, o Primadonna decidiu que o vídeo competitivo também seria captado no dia 28 de agosto.

Na visão das meninas, considerando a sonoridade da música e o estilo da coreografia, o lugar escolhido para a gravação deveria ter uma estética “urbana”. Depois de refletirem acerca das possibilidades de ambientes, as jovens optaram pelo estacionamento do prédio onde uma ex-integrante do Primadonna estava morando, localizado na área leste da cidade, longe da casa de todas as meninas que estavam na formação de “More” – e longe da minha também. Porém, além de ter alguém conhecido morando lá, o lugar era bonito e tinha segurança, sendo ideal para a realização da gravação. Sem a necessidade de investir dinheiro em figurino, o Primadonna montou um visual que combinou peças de roupas que as meninas já possuíam, utilizando as cores pretas e brancas como base.

A gravação aconteceu em um sábado pela manhã. Um dia antes, Gabriela me avisou que deveríamos chegar no prédio às 8 horas. Felizmente, naquele dia, o carro da minha família estava disponível, então eu poderia ir dirigindo. Para chegar pontualmente, levando em consideração que o trânsito seria leve por ser em um dia de final de semana, decidi sair de casa às 7 horas e 15 minutos. Antes de entrar no carro, avisei para Gabriela que já estava pronto. Ela me respondeu que ia pedir um Uber e me explicou que as quatro meninas iriam no mesmo carro por meio da funcionalidade “adicionar paradas” do aplicativo, na qual o motorista pararia na casa de cada uma delas e depois iria para o destino. Depois disso, saí de casa.

Após uns 15 minutos dirigindo, recebi uma mensagem de Gabriela comentando que o Uber estava muito caro e que, por isso, elas iriam esperar o preço ficar mais barato para poderem sair. Na mesma hora, considerando que a gravação atrasaria muito, pensei que poderia resolver isso levando todo mundo. Avisei à Gabriela sobre a minha ideia e fiz um retorno em direção à casa dela, a qual sabia mais ou menos onde ficava. No caminho, ela me mandou o endereço exato e disse que elas ajudariam com a gasolina. Respondi que não aceitaria porque eu, de fato, queria ajudá-las. Contudo, ainda assim, Gabriela insistiu.

Primeiro, fui para a casa de Gabriela e a deixei no comando da música no carro. Ela colocou uma *playlist* de K-pop no Spotify com músicas novas e antigas. Depois, com ela me guiando, fomos para as residências das outras. Larissa foi a segunda a subir, Ana Paula foi a terceira e Milena foi a última. Todas moravam perto, mas o mais engraçado foi saber que Milena morava super próxima da minha casa. Se soubesse disso antes, com certeza teria oferecido uma carona. Em seguida, com *hits* do K-pop ao fundo e conversas sobre o que estava acontecendo

no *reality show* Girls Planet 999, fomos para o local da gravação. Chegamos por volta das 9 horas.

Logo após a chegada, as quatro jovens repassaram rapidamente na área de espera do prédio algumas partes da coreografia nas quais estavam com mais dificuldade. Elas aproveitaram para fazer isso naquela hora porque Ivar, que gravaria a performance, ainda não havia chegado. Após alguns minutos, com a chegada de todo mundo, o grupo inteiro entrou no elevador e foi para a casa da amiga que morava lá, onde foi possível ajustar o figurino, retocar a maquiagem e guardar os pertences. Enquanto as meninas se arrumavam, fiquei conversando com o Ivar e a dona da casa. Depois que todos os preparativos foram finalizados, entramos no elevador e descemos para o estacionamento.

Ao chegarmos lá, tivemos que procurar o ambiente adequado para a gravação. Apesar de o estacionamento ser grande, o que dava várias opções de espaços para gravar, era um pouco escuro. Por isso, com o intuito de captar iluminação natural para melhorar a qualidade da imagem, o ambiente escolhido – o mais iluminado – foi o que ficava próximo da entrada e saída de carros. Ou seja, era bem provável que carros ficassem transitando por aquela exata área, o que atrapalharia bastante, mas pelo menos a iluminação estava ótima e o cenário era bonito.

Haja vista que a caixa de som estava descarregada e que não existiam tomadas próximas, a música para guiar a performance teve que ser tocada pelo celular. Coloquei a saída de áudio do meu celular encostada em meu braço, o que pôde aumentar um pouco a potência do som. Dessa forma, com Ivar gravando através do celular da Gabriela e eu controlando a música com o meu celular, a performance iniciou.

Diferentemente de apresentações em competições presenciais, a performance para vídeos pode ser gravada várias vezes para corrigir erros ou para melhorar a execução dos passos. Contudo, no caso de “More”, uma nova variável entrou em questão: os carros. Naquele dia, diversas vezes, as meninas tiveram que parar a dança e sair da pista pois algum carro estava se aproximando, o que frequentemente as impedia de dançar a coreografia completa.

Percebendo essa situação, Ivar comentou que ele conseguiria editar o vídeo da performance com cortes, mesmo porque um corte já deveria ser realizado para inserir o final da coreografia com o Bi, parte que seria gravada somente em outro dia. Por esse motivo, não seria um problema adicionar outros cortes no decorrer do vídeo, mas só ficariam bonitos se fossem em momentos específicos. Dessa forma, o grupo dividiu a coreografia em diversas seções menores, assim não seria necessário dançar tudo de uma única vez.

Ainda assim, mesmo com as seções divididas, aconteceu de carros chegarem várias vezes, impedindo mais de uma vez a gravação. Vi-me rezando para que um carro só aparecesse

quando aquela seção tivesse sido terminada. Penso que a gravação seria praticamente impossível de acontecer se fosse em um estacionamento de *shopping*, posto que a movimentação seria bem maior.

Enquanto via o desenvolver da gravação, concluí que dançar naquela situação não era nada legal. De fato, deve ser difícil se concentrar enquanto a qualquer momento tudo precise ser parado e reiniciado. Por causa dessa dinâmica, as meninas acabaram dançando a coreografia várias vezes e, para piorar, nas palavras delas, aquela dança é cansativa. Em razão disso, nesse contexto, Gabriela começou a se sentir muito cansada e teve uma crise de ansiedade durante o final da gravação. Essa crise não demorou muito porque as outras meninas ofereceram suporte, trazendo-a de volta. Como espectador, senti que o companheirismo foi como um sopro de ar fresco para Gabriela porque ela pareceu ter dançado com muito mais energia.

Aos poucos e com muita paciência sendo requerida, a gravação foi finalizada. Depois, o Primadonna teve que performar os primeiros noventa segundos da música para o vídeo da competição da Rede CUCA, cujo edital solicitava que não houvesse cortes. Felizmente, elas conseguiram gravar sem muitas dificuldades, usando todo o resto de energia que tinham. Por fim, elas tiveram na hora a ideia de preparar um vídeo de divulgação, o qual foi gravado rapidamente. As atividades terminaram pouco depois do meio-dia.

Após essa manhã super cansativa, o grupo todo subiu para a casa da amiga que mora no prédio, agradeceu a disponibilidade do espaço, despediu-se, pegou os pertences e foi embora. Ivar foi dirigindo sozinho. Eu e as meninas voltamos juntos, pois combinei de deixá-las em casa.

Mesmo que tenham se esforçado tanto naquele dia, elas ainda tiveram energia o suficiente para deixar a volta para casa super divertida. Seguimos o caminho cantando bem alto, como se estivéssemos em um karaokê, várias músicas nostálgicas do pop internacional que foram sucesso no decorrer dos anos 2000. Senti-me bem mais próximo delas.

Duas semanas depois, no dia 11 de setembro, aconteceu a segunda parte da gravação, também em um sábado pela manhã. Dessa vez, combinamos desde o começo que eu iria dirigindo. Além disso, elas se organizaram para se maquiar em casa. Tudo isso foi feito para que não perdêssemos muito tempo. Ao chegarmos lá por volta das 8 horas e meia, Aline já tinha chegado com Ivar. Bi também já estava lá, mas ele ainda não tinha se arrumado para a performance, o que fez o processo atrasar um pouco mais.

Além do vídeo gravado anteriormente como material de divulgação, o Primadonna decidiu fotografar cada menina individualmente e em grupo. Por isso, para ganhar tempo,

algumas meninas foram descendo para o estacionamento do prédio para que pudessem tirar essas fotos.

Figura 24 - O quinteto performando “More” no estacionamento



Fonte: Print realizado a partir do vídeo no YouTube<sup>60</sup>.

Depois de Bi ter chegado ao estacionamento e de todas as fotos terem sido tiradas, o grupo finalmente estava pronto para a gravação da seção final da coreografia (Figura 24). Nesse dia, as coisas funcionaram da mesma forma: Ivar gravando, eu tocando a música usando meu celular, a performance sendo parada quando os carros chegavam. Inclusive, a incidência solar no estacionamento estava similar; caso estivesse diferente, seria mais difícil fazer parecer que o vídeo foi gravado no mesmo dia. A única diferença estava na presença de Bi, que dançou com as meninas, e de Aline, que ficou “nos bastidores” comigo. Em resumo, mesmo com a demora para finalizar por causa dos carros, a gravação aconteceu dentro do tempo previsto. Antes do meio-dia, já tínhamos terminado tudo.

Dessa vez, voltei sozinho para casa. O grupo continuou no prédio até o final da tarde para aproveitar a companhia de Bi, que logo voltaria para São Paulo. Eles me chamaram para passar mais tempo por lá, mas precisei voltar para casa.

Três semanas depois, no dia 1º de outubro, o vídeo foi publicado no YouTube. A publicação foi precedida pelo anúncio por meio de uma prévia<sup>61</sup> no Instagram e no TikTok. A edição do vídeo ficou muito boa, pois os cortes estavam fluidos, sendo praticamente imperceptíveis. Por isso, não dava para saber que a dança precisou ser parada muitas vezes por causa dos carros e a edição dificultou a percepção de que a gravação aconteceu em dois dias.

<sup>60</sup> O vídeo está disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=qh\\_i11xG9pc](https://www.youtube.com/watch?v=qh_i11xG9pc). Acesso em: 21 jul. 2022.

<sup>61</sup> A prévia está disponível em: <https://www.instagram.com/reel/CUa4hzHFJX7/>. Acesso em: 21 jul. 2022.

Seguindo a reflexão de Schechner (2013) acerca do processo de desenvolvimento de uma performance, as apresentações para o YouTube demonstram uma especificidade. A etapa da proto-performance de “More” pode ser facilmente delimitada até o momento em que a câmera vai começar a gravar. A etapa seguinte, a da performance em si, pode ser percebida como a gravação, que é o momento em que elas dançam. Por fim, o vídeo final poderia ser visto como consequência (o *aftermath*), onde o público não só assiste, mas também pode curtir e comentar por meio das ferramentas do YouTube, agindo também como um *feedback* para o Primadonna.

Contudo, considerando que o público possui acesso à apresentação somente após a publicação e que a performance durante a gravação é feita com diversos cortes, é possível visualizar também o vídeo finalizado como a performance em si, não só como uma consequência ou um material que serve para recordação. Cada repetição do vídeo é uma nova performance. Estranhamente, o vídeo acaba sendo performance e consequência ao mesmo tempo, enquanto que a gravação do vídeo pode ser vista como parte da proto-performance pois, mesmo que os jovens estejam dançando a coreografia naquele momento, tudo aquilo é feito com o intuito de entregar um produto: um vídeo para o público. Com isso, penso que não seja possível delimitar rigidamente as etapas do desenvolvimento de uma performance, principalmente em contextos de produção de conteúdo para redes sociais.

O resultado da competição da Rede CUCA saiu no mesmo dia em que o vídeo foi publicado. A performance de “More” ganhou o segundo lugar, o que serviu como promoção<sup>62</sup> para o lançamento do vídeo no YouTube e premiou o Primadonna com R\$ 200 (duzentos reais).

## 6.7 O evento no Galpão

No dia 26 de setembro, aconteceu o evento “*Workshop K-pop*”, preparado pelo Primadonna e por alguns amigos das integrantes. Essa foi a primeira vez que as meninas fizeram um evento carregando o nome do grupo. A ideia principal era oferecer *workshops* (basicamente, aulas para ensinar as coreografias) de K-pop para o público. Porém, elas tiveram a ideia de adicionar apresentações de dança na programação do evento sem o intuito competitivo.

Para a divulgação, Gabriela chegou a preparar uma identidade visual para o evento, expressa nas várias publicações postadas no Instagram oficial do Primadonna. Durante o final

---

<sup>62</sup> O vídeo enviado para a competição da Rede CUCA e o anúncio que o Primadonna fez sobre ter ganhado o segundo lugar estão disponíveis em: <https://www.instagram.com/tv/CUgHfXQA8xU/>. Acesso em: 21 jul. 2022.

do mês de agosto e o mês de setembro, foram publicadas informações sobre programação, convidados, inscrições para participar, normas do evento, etc.

Haja vista a situação da pandemia, para que o evento acontecesse de acordo com as recomendações do governo do estado, algumas regras tiveram de ser traçadas e compartilhadas com o público. Primeiro, o lugar para o evento deveria ser um espaço aberto, o que combinou com a escolha do galpão. Segundo, o uso de máscara deveria ser obrigatório; as únicas ocasiões nas quais a máscara poderia ser guardada eram no momento de consumir água e alimentos e no momento em que a pessoa fosse performar uma coreografia para o público. Terceiro, uma quantidade limite baixa de pessoas no evento teve que ser definida: quarenta pessoas, sendo vinte delas participantes do *workshop* e as outras vinte ou estavam na produção do evento ou estavam vendendo produtos como alimentos, roupas e acessórios nas lojas, as quais foram selecionadas anteriormente pelo Primadonna para que pudessem participar do evento. As lojas que estavam trabalhando lá foram selecionadas anteriormente pelas meninas.

Sobre a programação do evento: estava marcado para às 9 horas e meia da manhã, horário em que seria iniciado o credenciamento dos participantes. As atividades começariam às 10 horas. Estavam marcados para acontecer dois *workshops* pela manhã e dois pela tarde; cada um tinha previsão de durar uma hora. No turno da tarde, também aconteceriam as apresentações de dança, as quais poderiam ser individuais, em dupla ou em trio. Os jovens que gostariam de dançar no evento deveriam preencher um formulário antes. Por fim, para o encerramento, o Primadonna iria apresentar a coreografia do Girls Planet 999, a qual ensaiaram no decorrer do mês.

### **6.7.1 A noite anterior**

Para limpar o galpão, montar o palco, organizar as mesas e as cadeiras, preparar o *freezer* para os alimentos que seriam vendidos, limpar o banheiro e jogar toda a sujeira no lixo, fui com o Primadonna para o Instituto Vê Mundim no dia 25 de setembro à noite (um dia antes do evento). Havia muita coisa a ser feita, mas facilmente resolvemos tudo por causa do trabalho em equipe. Ainda, aproveitando que estavam ali, as meninas ensaiaram um pouco a performance do Girls Planet 999, que finalmente seria apresentada no dia posterior.

Ademais, elas tiveram a ideia de apresentar “More” também no evento, entretanto, precisavam de alguém que ficasse no lugar de Bi, pois ele já tinha voltado para São Paulo. Ana Lari se prontificou para o papel. Surpreendentemente, naquela mesma noite, ela aprendeu todos os passos com Gabriela ensinando-a. Mesmo que fossem poucos passos em comparação à

coreografia completa, pois a parte de Bi acontecia somente no final da música, tais movimentos eram complicados – pelo menos para mim, como observador. Por isso, fiquei muito impressionado com a velocidade da aprendizagem de Ana Lari.

Ficamos pelo galpão das 6 horas da tarde até pouco depois das 9 horas da noite.

### **6.7.2 O evento**

Marcamos de chegar ao galpão às 7 horas da manhã. Mais cedo do que os horários normais de ensaio, pois ainda deveríamos colar posters nas paredes, preparar os crachás da equipe de produção e resolver eventuais problemas.

O Primadonna, que antes tinha quinze integrantes, reduziu sua formação para onze pessoas. Desde junho, algumas meninas foram saindo do grupo. Além disso, duas das integrantes atuais, Aline e Jéssica, não poderiam comparecer naquele dia. Com somente nove meninas presentes<sup>63</sup>, a equipe de produção ficou menor do que o esperado. Por isso, convidei meu namorado, Yuri, para ajudar na produção do evento.

Eu, Yuri e Milena, que morava perto de mim, fomos juntos ao galpão e chegamos lá por volta das 7 horas e meia – um pouco atrasados, porém, isso não foi um problema, pois conseguimos ajustar tudo até a chegada dos participantes e o evento seguiu com atrasos mínimos.

Quase todos os *workshops* foram ministrados por pessoas de fora do Primadonna. As meninas se ocuparam mais no credenciamento, na limpeza e na sonoplastia. Algumas também realizaram a apresentação do evento, guiando a sequência de atividades ofertadas e proferindo avisos usando o microfone. Ocupei-me principalmente no credenciamento e nos momentos que precisavam que coisas pesadas fossem carregadas. Gabriela foi a única integrante do grupo que ministrou um *workshop*. A coreografia que ela ensinou foi “FIRST” do EVERGLOW, escolhida por meio de uma enquete que ela realizou no Instagram do Primadonna.

Devo admitir que, enquanto assistia aos *workshops* (Figura 25), fiquei com vontade de aprender as coreografias junto ao público. Algumas das meninas do Primadonna chegaram a participar de algumas aulas no dia. Por isso, percebo que não seria problema nenhum ter alguém da equipe de produção participando das atividades ao lado do público. Entretanto, por ter ficado com vergonha de dançar, permaneci apenas assistindo mesmo.

---

<sup>63</sup> As nove eram Gabriela, Ana Carla, Ana Lari, Ana Paula, Clarissa, Jujuba, Ké, Larissa e Milena.

No intervalo para o almoço, aconteceu uma coisa bem interessante. As meninas colocaram um vídeo do YouTube na caixa de som do evento. Esse vídeo tocava o refrão de uma música muito conhecida no K-pop e depois mudava para o refrão de outra canção, fazendo isso por mais de trinta minutos, o que significa dizer que vários refrões eram tocados. Interessantemente, muitos dos K-poppers presentes no evento dançaram os passos de cada uma das faixas. Quando mudava de uma música um pouco mais “*flop*” para uma música bem conhecida, eles gritavam de euforia e dançavam com mais animação ainda.

Figura 25 - Um dos workshops no evento



Fonte: Elaborada pelo autor.

Essa prática dos fãs é chamada de *random play dance*, mas é cotidianamente abreviada para *random play* ou somente *random*. Como o termo em inglês sugere, em tradução livre, é uma dança de músicas tocadas aleatoriamente. No YouTube, para que cada K-popper possa experimentar a dança aleatória, existem vários vídeos de *random play* publicados por fãs e frequentemente são adicionados novos para acompanhar os lançamentos musicais mais recentes. Tem vídeos só de coreografia feminina, outros só de coreografia masculina e outros que abrangem tanto os femininos como os masculinos. São muitas opções.

Ao ver *random play* em um lugar cheio de K-poppers, o mais chocante para um leigo, que não conhece nenhuma coreografia, é perceber que aquelas pessoas conhecem praticamente todas as danças – e são muitas danças. Isso me faz pensar que os fãs não aprendem os passos somente com o intuito de performar em competições ou em vídeos, é notório que eles aprendem porque gostam. Claro, tudo isso depende do tempo livre de cada um.

Levando em consideração minha experiência com o Primadonna, algumas das meninas também se divertiam em momentos livres dos ensaios dançando músicas que não eram do K-pop. Por isso, reitero que, além da paixão pelas músicas pop sul-coreanas, muitos dos jovens da cena K-popper amam coreografias no geral.

Sobre a prática do *random play*, Jéssica comentou que ela não era muito comum anteriormente. As pessoas costumavam aprender coreografias inteiras, não somente os refrões. Além disso, ela expôs que tem muita gente que ensaia utilizando o áudio do *random play*:

*E eu fico passada que tem gente que ensaia o random. Tipo, não pega uma coreografia inteira, pega o áudio do random, das músicas, né, aleatórias, e ensaia aquela parte. Quando tem evento, que vai pro evento, que vai tocar o random play, sabe todas as coreografias. Mas, na realidade, sabe os pedaços que vai tocar no random. E tem gente que vem pra ensaiar. (Jéssica, entrevista narrativa).*

Portanto, talvez nem todo mundo que participa do *random play* sabe de fato dançar coreografias em sequências aleatórias, utilizando-se da bagagem de danças presentes na memória. Alguns ensaiam, inclusive nos estabelecimentos da Rede CUCA, os passos de dança na sequência de vídeos de *random* específicos no YouTube. Acredito que façam isso para não se surpreenderem com o surgimento de alguma música que não saibam dançar. Mesmo assim, considerando que os vídeos de *random* duram cerca de trinta minutos, muitos passos são aprendidos.

Voltando ao evento, o último *workshop* do dia, que acabou por volta das 6 horas e 30 minutos da tarde, foi da coreografia do Girls Planet 999, a mesma que o Primadonna aprendeu para fazer a apresentação. Logo após o *workshop*, as meninas performaram a música. Em sequência, a formação mudou e elas dançaram “More” com Ana Lari, que tinha aprendido os passos na noite anterior. Com medo da sincronização labial ficar ruim por não ter tido tempo de aprender a fundo a letra da música, Ana Lari dançou de máscara. O figurino em todas as performances foi a mesma roupa que elas estavam usando durante o evento: a camiseta oficial do Primadonna. Ao final de cada uma das apresentações, o público aplaudiu vigorosamente.

Senti-me bem orgulhoso. Creio que isso aconteceu porque vi o desenvolvimento de ambas as coreografias. Contudo, a sensação mais engraçada que tive ao vê-las apresentando foi a de parecer saber alguns passos da dança: tinha-as visto ensaiando tantas vezes que acho que acabei aprendendo um pouco de forma indireta.

Sempre tive facilidade para aprender melodias e letras de música. Logo, tinha percebido que sabia cantar as faixas que elas dançavam, mas com pronúncias erradas porque não sei falar coreano. Porém, o chocante para mim foi me perceber mimetizando alguns passos de dança enquanto elas dançavam, e mais: posteriormente, ao ouvir as mesmas músicas, vi-me relacionando os versos e refrões aos passos da coreografia.

Por fim, depois das apresentações, o Primadonna subiu no palco (Figura 26) e agradeceu a todos os participantes pela presença deles. Depois, a festa começou: elas colocaram mais *random play* e as pessoas dançaram como se não houvesse amanhã. Mesmo que o evento

estivesse acontecendo por quase 10 horas seguidas, posto que naquele momento eram 7 horas da noite, ninguém queria parar. Eu estava com vontade de começar a arrumar o galpão e guardar todas as cadeiras e as mesas, mas os fãs queriam dançar mais. Faz sentido. Aquela era a primeira vez que eles tinham algum evento de K-pop desde que a pandemia começou. Eram 18 meses sem momentos como aquele. Por isso, para o público e para as meninas, o evento do Primadonna foi como uma sensação de normalidade dentro do cenário insano em que o mundo estava ainda atravessando.

Figura 26 - Primadonna no final do evento



Fonte: Elaborada pelo autor.

Eventualmente, por termos que fechar o galpão, o pessoal começou a ir embora e nós começamos a arrumar o lugar. Quando basicamente tinha restado somente a equipe de produção, o grupo ficou em roda e o Primadonna agradeceu a toda a equipe pelo esforço. Elas estavam muito orgulhosas e felizes com o evento que desenvolveram. Gabriela agradeceu a cada uma individualmente. Várias das meninas choraram. Elas sonhavam há muito tempo com a possibilidade de fazer um evento e saíram daquele dia já pensando em preparar outro.

## 7 PRIMADONNA: A SAGA PAINT THE TOWN

### 7.1 A volta ao CUCA Mondubim

Depois de quase três meses ensaiando no galpão, o Primadonna decidiu voltar ao CUCA, considerando que as atividades estavam retornando ao funcionamento regular. Elas não retornaram antes porque o programa Comunidade em Pauta, por meio do qual se reservam os ambientes para uso da população, estava em pausa. Além disso, as sedes da Rede CUCA estavam sendo utilizadas para a aplicação das vacinas contra o coronavírus.

Apesar de os ensaios serem mais silenciosos e particulares no galpão, este era longe para algumas delas porque residiam na área leste de Fortaleza. Por isso, elas precisavam acordar muito cedo para chegar lá às 8 horas da manhã. Em compensação, o CUCA Mondubim não só era o lugar central para o grupo de forma geral, como também tinha à disposição a sala com espelhos. Dessa forma, no final de setembro, Gabriela participou da reunião mensal do Comunidade em Pauta com o intuito de reservar horários para o uso da sala com espelhos no mês de outubro.

O dia 2 de outubro marcou a volta do grupo ao CUCA Mondubim. A lógica do funcionamento dos ensaios no lugar era a mesma de antes, a qual apresentei no tópico 6.3: ensaios das 8 horas às 12 horas aos sábados pela manhã, primeiro na sala com espelhos (das 8 horas às 9 horas e 40 minutos) e depois na área aberta (no restante da manhã). Em razão da pandemia, as normas para o uso de máscaras no ambiente ainda estava ativa e não era permitido colocar mais do que quinze pessoas simultaneamente na sala com espelhos.

A primeira atividade do Primadonna na volta ao CUCA Mondubim foi ensaiar para mais uma produção para o YouTube. Por meio do aprendizado dos passos em casa e da utilização dos momentos presenciais para a padronização dos movimentos e para o ajuste dos posicionamentos, as meninas foram desenvolvendo a coreografia da música “ASAP” do StayC, mesmo grupo da faixa “SO BAD”, a qual rendeu muitas visualizações para o Primadonna no TikTok (como apresentado no tópico 6.4). Elas escolheram outra música do StayC exatamente por causa disso.

A formação nessa coreografia foi composta por seis meninas – Ana Carla, Ana Paula, Clarissa, Gabriela, Jujuba e Larissa –, sendo que somente duas delas eram diferentes das que estavam em “SO BAD”, o que aconteceu em virtude de algumas pessoas terem saído do Primadonna. Contudo, percebo que comumente acontece de a pessoa que representou certa *idol* em uma performance representá-la novamente caso seja realizada outra coreografia que tenha

a mesma *idol*. Para exemplificar, observando os vídeos do Primadonna no YouTube, podemos ver Ana Paula sendo a Jennie do BLACKPINK várias vezes.

Contudo, mesmo que tenham ensaiado “ASAP” durante três sábados (2, 9 e 16 de outubro), o projeto teve que ser descartado, pois algo maior surgiu repentinamente para o Primadonna.

### **7.1.1 Audições**

Logo após o encerramento do evento no galpão, o Primadonna abriu um processo de audição para a seleção de uma nova integrante para o grupo, a qual seria a décima segunda. Isso foi necessário porque elas precisavam de doze pessoas para conseguir executar “Paint the Town” do grupo LOONA, que era a coreografia que tinham decidido realizar caso um campeonato presencial acontecesse.

A chamada para as audições aconteceu via Instagram. O Primadonna solicitou o envio de um vídeo de até dois minutos com a pessoa interessada dançando, o qual seria analisado pelas veteranas. A chamada era aberta para mulheres cis ou trans, preferencialmente acima dos 18 anos.

De acordo com Gabriela, já entraram no grupo várias meninas menores de idade, o que pode ser problemático. Considerando que elas transitam por vários lugares em diversos horários para ensaios e gravações, principalmente aos finais de semana, o Primadonna precisa de pessoas com disponibilidade e liberdade para sair pela cidade. Já ocorreu de algumas meninas muito novas entrarem no grupo e os pais discordarem dessa escolha por causa da rotina de ensaios e de gravações, chegando inclusive a brigar com a filha, o que trouxe desconforto e constrangimento. Por isso, elas decidiram optar por pessoas maiores de idade nas audições.

Ademais, no decorrer dos eventos competitivos de dança, é comum que diversos veículos midiáticos fotografem, filmem e noticiem vários dos acontecimentos. Nesses casos, se existirem menores de idade na formação do grupo, pode ser requisitado um consentimento formal dos pais ou responsáveis para a participação no evento. Dessa forma, noto que a aplicação da faixa etária mínima visa também reduzir preocupações relativas a assuntos burocráticos.

Na formação do grupo à época, a única menor de idade era Ana Carla, que tinha 17 anos (agora, ela tem 18), mas entrou no Primadonna com 14. Porém, por ser irmã de Gabriela, a resolução das questões burocráticas e familiares era facilitada. Outra situação problemática

em relação às dançarinas menores de idade é: às vezes, são selecionadas coreografias com teor sensual, o que não é muito adequado de ser performado por meninas muito novas.

Como resultado, no dia 10 de outubro foi postado no Instagram<sup>64</sup> que Mily foi aprovada no processo seletivo, tornando-se a décima segunda integrante. Ela mostrou suas habilidades de dança e todo o seu carisma no vídeo da audição, encantando o Primadonna.

### 7.1.2 *Vamos pintar a cidade?*

As expectativas do Primadonna foram atendidas. No dia 17 de outubro, por meio do Instagram<sup>65</sup>, o Sana anunciou seu primeiro evento presencial desde a pandemia. Intitulado “Sana Reencontro”, o festival foi marcado para três meses depois: dias 22 e 23 de janeiro de 2022.

Tendo em mente que a última edição do Sana presencial tinha acontecido em julho de 2019, os jovens da cena K-pop Cover ficaram por mais de dois anos e meio sem a maior competição local. Para o Primadonna, isso foi bem negativo, pois o grupo prefere muito mais os concursos de dança às performances para o YouTube, as quais foram realizadas somente para que a paixão pela dança se mantivesse acesa e para que o Primadonna não acabasse.

Infelizmente, a data marcada para o Sana Reencontro era muito próxima, o que significava que as meninas tinham três meses para preparar “Paint the Town”, cotidianamente abreviada para “PTT”, uma coreografia difícilíssima. Para Gabriela, esse era o projeto mais ambicioso do Primadonna até o momento.

A coreografia de “PTT” tem uma quantidade gigante de passos. Em pouquíssimos segundos, são realizados diversos movimentos, e os momentos em que todas estão dançando os mesmos passos são poucos. Na maioria das vezes, as dançarinas estão executando passos diferentes na mesma seção da música, o que significa dizer que a metodologia de alguém ensinar para o grupo todo é praticamente impossível. Por isso, o aprendizado dos passos teve que ser realizado em casa. A dica que Gabriela compartilhou no WhatsApp para que cada menina conseguisse aprender e fixar os passos sozinha foi a seguinte:

*Mulher, assiste o vídeo 300 vezes seguidas, no slow, no rápido, no normal, que tu consegue pegar só olhando. Outra coisa que me deram uma dica, e eu achei topíssima, foi assistir o vídeo no 1,25x da velocidade. Ou seja, ele mais rápido. Eu fiz isso, e*

---

<sup>64</sup> Vídeo do resultado está disponível em: <https://www.instagram.com/reel/CU2zl-OlmdP/>. Acesso em: 22 jul. 2022.

<sup>65</sup> O anúncio do Sana está disponível em: <https://www.instagram.com/p/CVJiVxJJInN/>. Acesso em: 22 jul. 2022.

*quando coloquei no normal, deu a impressão imediata de que tava lento e consegui entender os tempos bem direitinho. (Gabriela, grupo do WhatsApp).*

Além de terem muitos passos, estes ainda são exaustivos. Há muitos momentos em que elas devem fazer agachamentos, ficar de joelhos e correr para a posição seguinte na coreografia. Embora seja uma dança bem frenética, isso não quer dizer que deva ser feita de qualquer jeito; esse “caos” precisa se apresentar limpo e organizado. Era comum que elas ficassem extremamente exaustas ao dançar essa coreografia. Por isso, apresentar “PTT” por si só já ajuda a desenvolver condicionamento físico. Assim, o ideal era continuar a ensaiar até que a resistência do grupo aumentasse.

Uma especificidade de “PTT”, que é comum a outras faixas do LOONA (o grupo de K-pop que é o intérprete original da música), é a criação de formas geométricas e alguns efeitos visuais a partir da movimentação das *idols* durante a coreografia. Em outras palavras, a posição em que as meninas ficam na performance cria formas geométricas simétricas, o que deve ser aperfeiçoado nos ensaios, pois, caso os posicionamentos sejam mal feitos, o erro transparece fortemente na forma geométrica criada.

A simetria é a base de “PTT”, o que se estende ao grupo LOONA, que contém doze pessoas, um número que já demonstra simetria por ser par, podendo facilmente dividir as integrantes em dois grupos iguais, com cada uma sendo “espelho” de outra na coreografia.

Além disso, uma das piores dificuldades acerca do desenvolvimento dessa performance estava em conseguir organizar doze pessoas dançando simultaneamente, percebendo os erros e as dificuldades de cada uma, padronizando os movimentos de todas e esperando que nenhuma delas faltasse muito aos ensaios, que eram cruciais para que tudo saísse como o planejado dentro do pouquíssimo tempo disponível.

A data para o início de “PTT” estava inicialmente marcada para o dia 23 de outubro no CUCA Mondubim. Porém, neste dia também foi marcada a confraternização de *Halloween* do Primadonna, que seria à noite, não atrapalhando o horário do ensaio, mas o grupo acabou decidindo cancelar o ensaio matinal para que pudesse organizar as comidas, fantasias, decorações e todos os outros ajustes para a realização da festinha, que aconteceria na casa do Ivar. Além do objetivo de trazer momentos de descontração para o Primadonna, a confraternização tinha o intuito de ser também as “boas-vindas” de Mily. Ou seja, a festa era importante para o fortalecimento das relações entre as meninas.

E foi exatamente isso o que aconteceu. A festa de *Halloween* do Primadonna não foi boa apenas para o relacionamento entre as integrantes, mas para mim também. Fiquei bem

feliz por Gabriela ter me convidado para o evento. Naquele dia, pude interagir com todas elas em um cenário diferente do cotidiano, o dos ensaios e das gravações.

Depois da festa, Gabriela me adicionou no grupo do WhatsApp do Primadonna. A partir desse momento, pude acompanhar com mais profundidade o cotidiano das jovens e interagir em momentos além dos presenciais. Em resumo, o grupo do WhatsApp era super movimentado. Lá, elas resolviam assuntos relacionados aos projetos do Primadonna, mas também falavam sobre o dia a dia delas, sobre séries ou filmes que estavam assistindo, sobre músicas que estavam conhecendo, sobre problemas cotidianos, sobre situações que estavam acontecendo localmente ou no mundo.

Eram muitas mensagens. Em média, por semana, deveriam ter umas três ou quatro mil mensagens no grupo. Consegui ler muitas, mas nem sempre pude acompanhar tudo com profundidade. Algumas conversas interessantes, que eu sentia que seriam relevantes para a pesquisa, eu costumava salvar para que pudesse analisar posteriormente. Tais conteúdos foram salvos por meio da ferramenta de captura de tela do celular ou por meio da opção “favoritar” mensagem, oferecida pelo WhatsApp em sua interface.

No sábado posterior ao da festa, no dia 30 de outubro pela manhã, aconteceu o primeiro ensaio de “PTT”. Antes disso, desde o dia 18 de outubro, o grupo esteve estudando e aprendendo a coreografia em casa. A partir desse momento, com foco total no Sana, os ensaios eram para a limpeza dos passos e para o ajuste dos posicionamentos. Todos os projetos para o YouTube foram suspensos. Devido à dificuldade da coreografia e à pouca quantidade de tempo restante, o Primadonna chegou a estender vários ensaios até as 2 horas da tarde.

Eram seis horas seguidas (das 8 horas da manhã até às 2 horas da tarde) de treino todo sábado pela manhã. Para aumentar a produtividade, nos outros dias da semana, cada uma das meninas se gravava dançando e mandava o vídeo para o grupo no WhatsApp, onde todas as outras integrantes poderiam ver, analisar e corrigir, ajudando à distância no processo de correção e padronização.

Quando comparada a todos os outros projetos do Primadonna que acompanhei, a performance de “PTT” possuía uma frequência de gravação dos ensaios drasticamente maior. Em vários momentos, eu estava gravando tudo por solicitação das meninas. Isso era necessário porque todos os vídeos posteriormente seriam compartilhados no grupo do WhatsApp, onde integrantes mais experientes costumavam ver e rever tais vídeos, perceber problemas na execução da performance, realizar uma captura de tela no momento exato do erro e compartilhar com o grupo.

Todo esse esforço do Primadonna era como se fosse uma “força-tarefa” para terminar a coreografia com qualidade em três meses. Elas queriam ter iniciado os ensaios de “PTT” na época em que a música foi lançada, no final de junho, mas ainda não havia confirmação do evento competitivo. De fato, começar naquela época era o ideal, pois o comum na cena K-pop Cover era ensaiar uma coreografia por seis meses para o Sana, mas, pelo menos, além do Primadonna, todos os outros grupos estavam na mesma situação. Só existia uma exceção: o grupo Cypher, que faz *cover* do BTS. Eles estavam praticando a coreografia de “ON” desde a metade de 2019. Inicialmente, eles a apresentariam no Sana de 2020, mas tal evento foi cancelado devido ao coronavírus. Ainda assim, esperando pela volta do Sana, o grupo continuou ensaiando a coreografia com afinco por mais de dois anos.

Mesmo sabendo da seriedade da situação e percebendo o quão esforçado o Primadonna como um todo estava, Ké faltou a um dos ensaios iniciais (o terceiro ensaio de “PTT”, do dia 13 de novembro) por ter festejado muito na noite anterior. A jovem acordou tarde, quase 9 horas da manhã, de ressaca. Ela estava próxima do CUCA Mondubim, mas, ignorando a possibilidade de ainda ir ao ensaio com atraso, Ké optou por faltar. Ela falou no grupo do WhatsApp que compensaria mandando vídeos na semana.

Gabriela não gostou da situação, pois sabia que o motivo da falta era a ressaca, algo considerado irresponsável. Por isso, ela decidiu que Ké não participaria da formação. Todas as meninas deveriam estar focadas no desenvolvimento da coreografia. Festejar demais um dia antes de um ensaio, acarretando a falta, era inadmissível. Depois disso, Ké decidiu sair do Primadonna porque já tinha decidido que aquela seria a sua última performance no grupo e alegou só ter aceitado participar de “PTT” para completar a formação.

Porém, a saída de uma integrante significou que as meninas precisavam de mais uma pessoa o quanto antes. Precisava ser alguém com experiência, pois tinha que conseguir acompanhar o que elas já tinham feito. Dessa forma, sem abrir processo de audição, o Primadonna convidou Alyne para a performance por recomendação de Mily.

Alyne tinha muita experiência na cena K-cover. Isso ficou claro por ela ter conseguido acompanhar o “PTT” do Primadonna, que já estava sendo praticado há quase quatro semanas. Inclusive, no final da entrevista narrativa (em uma seção não gravada), Jéssica chegou a recomendar que eu entrevistasse Alyne também, pois ela tinha feito parte de muitos grupos de dança. Porém, não pude realizar mais entrevistas por causa da grande quantidade de dados que já havia coletado.

As novas integrantes, Mily e Alyne, foram grandes adições ao grupo. Com elas duas, formamos as doze protagonistas da saga “PTT”, que conteve o maior e o mais difícil projeto do Primadonna. Algumas imagens dos ensaios dessa época podem ser vistas na Figura 27.

Nessa época, o Primadonna também pensou em adicionar *backs* para engrandecer a coreografia. Gabriela chegou a conversar com um representante do grupo de dança *cover* Sunflower para fazer uma parceria; ela combinou que pagaria as entradas deles no Sana, mas que pensaria na possibilidade de dividir o prêmio, caso conseguissem ficar no pódio da competição. Dessa forma, a formação de “PTT” contaria com as doze meninas e seis *backs*, somando dezoito pessoas no total.

Figura 27 - Ensaios de PTT no CUCA Mondubim



Fonte: Elaborada pelo autor.

Ademais, Gabriela pensou em adicionar duas pessoas para ficarem performando com bandeiras ao fundo da coreografia, totalizando vinte pessoas no palco. Ela chegou a me chamar para participar da performance como um dos *backs* das bandeiras e aceitei, mas, no final, considerando o pouco tempo que elas tinham para o Sana, as meninas decidiram descartar todos os *backs*.

A adição de oito pessoas na performance trazia uma dificuldade ainda maior a uma coreografia que já era difícil de ser finalizada com qualidade em três meses. Por isso, a decisão final do Primadonna foi focar nas doze meninas. Havia muitas chances de a adição dos *backs* atrapalhar o aperfeiçoamento das doze, que eram o cerne da coreografia, o que atingiria negativamente a avaliação da performance na competição.

Os ensaios seguiram no CUCA Mondubim até o mês de dezembro. Porém, o Primadonna encontrou problemas na hora da reserva da sala com espelhos para o mês de janeiro, pois a Rede CUCA liberaria as salas para a reserva da população somente a partir do dia 24 de janeiro por causa da pausa no Comunidade em Pauta para realizar ajustes e atualizações no programa. Infelizmente, essa decisão impossibilitou o Primadonna de ensaiar para o Sana no CUCA Mondubim, pois o evento estava marcado para antes da volta do Comunidade em Pauta, nos dias 22 e 23 de janeiro.

Posteriormente, tudo mudou. No começo de janeiro, devido ao aumento nos casos do coronavírus, o governo do Estado proibiu a realização de eventos em lugares fechados com mais de 250 pessoas. Antes do pronunciamento do governo, o Sana já tinha vendido 4000 ingressos. Por isso, a organização decidiu adiar o evento para os dias 9 e 10 de abril. Isso foi positivo para as meninas, pois elas teriam mais tempo para aperfeiçoar a coreografia e para desenvolver o figurino com calma.

### **7.1.3 Rede CUCA Resiste<sup>66</sup>**

Mesmo ao chegar à data prevista para a volta do Comunidade em Pauta, no dia 24 de janeiro, a população continuou sem poder utilizar os ambientes da Rede CUCA com normalidade. Deduzi primeiramente que isso aconteceu por causa da nova onda da pandemia, a que fez o Sana ser adiado para abril. Entretanto, esse não era o caso. O CUCA podia funcionar normalmente.

Devido aos questionamentos da população, que antes utilizava-se dos ambientes cotidianamente, os representantes da Rede CUCA alegaram que o motivo para a pausa era a falta de verba. Não demorou muito para que a verdade por trás disso tudo viesse à tona: o problema real estava na mudança da gestão.

A nova diretoria da Rede CUCA estava dificultando o acesso da comunidade aos estabelecimentos alegando que não eram os jovens que se apropriavam dos CUCAs. Com o intuito de controlar o que acontecia nos lugares e de saber quem os estava utilizando, o Comunidade em Pauta foi suspenso. Naquela época, era comum que diversos jovens tivessem a entrada barrada. Por meio de um horário de funcionamento restrito, os CUCAs abriam as

---

<sup>66</sup> As informações mostradas neste tópico estão embasadas na página “Rede CUCA Resiste” no Instagram e nas conversas que tive com o Primadonna presencialmente e no grupo do WhatsApp. O link para a página no Instagram está disponível em: <https://www.instagram.com/redecucaresiste/>. Acesso: 23 jul. 2022.

portas basicamente apenas para a oferta de cursos, com pouquíssimas programações e atividades para os jovens.

Nesse cenário, surgiu a página “Rede CUCA Resiste” no Instagram, que divulgava várias denúncias do que estava acontecendo dentro das várias sedes. Essas mudanças soavam como um desmonte do CUCA. De acordo com as informações da página, a nova diretora da rede, que tinha sido escolhida pelo prefeito de Fortaleza, demitia pessoas por questionarem as atitudes dela e frequentemente utilizava “corte de gastos” como justificativa dos seus atos. A Diretoria de Promoção de Direitos Humanos (DPDH<sup>67</sup>), que era uma das instâncias da Rede CUCA que mais tinha contato com os jovens, estava sem funcionários. Toda essa situação parecia tender, a partir da visão da página no Instagram, para uma futura privatização da Rede CUCA. Essa situação gerou revolta na juventude. Sobre isso, Gabriela (grupo do WhatsApp):

*Gente, vendo essa situação do Cuca aí sem norte, eu quero conversar com vocês pra amanhã a gente postar um pronunciamento no perfil do Primadonna. Sobre como precisamos do Cuca, a importância deles. Eu acho importante a gente mostrar isso. [...] Tá um caos real. Sábado no Mondubim, até bosta de cachorro/gato tinha em porta de sala. Tipo, seca, que fazia tempo que estava lá. Enfim... não é sobre como foi o boicote... mas é bem pior. A gente pode ficar sem local de ensaio.*

O medo que estava se instaurando entre a juventude beneficiada pela Rede CUCA era crescente. Para não perder aqueles lugares tão importantes para eles, os jovens começaram a publicar nas redes sociais pronunciamentos sobre a necessidade dos complexos da Rede CUCA.

Além disso, alguns trabalhadores das sedes denunciaram anonimamente (pelo medo de serem demitidos) para a página Rede CUCA Resiste atos corruptos que aconteciam na nova gestão. A denúncia que mais chamou atenção foi a da nova presidente ter comprado, com recursos do contrato da gestão da Rede CUCA, um iPhone 13 128GB de cor azul e um carregador para o celular, custando mais de 7 mil reais no total. A pessoa que denunciou esse gasto afirmou que o celular estava sendo utilizado para uso pessoal.

Devido ao desvio de dinheiro e à perseguição contra funcionários da Rede CUCA, além das outras situações abordadas neste tópico, a nova diretora foi afastada da gestão em abril de 2022. Depois disso, aos poucos, os complexos do CUCA foram voltando ao que eram antes.

---

<sup>67</sup> Posteriormente, em 2022, o DPDH se tornou DCCDHDS: Diretoria de Cultura, Cidadania, Direitos Humanos e Desenvolvimento Sustentável.

### **7.1.4 A nova volta para o CUCA Mondubim**

Entre janeiro e fevereiro, o Primadonna teve que procurar outros lugares para ensaiar, pois a entrada delas e de diversos outros jovens estava sendo dificultada pela nova gestão. Porém, com a insistência da juventude e a exposição das corrupções, o que enfraqueceu a diretoria dos complexos, a Rede CUCA conseguiu aos poucos ser apropriada de volta pelo povo.

A nova volta do Primadonna para o CUCA Mondubim aconteceu em março, próximo ao Sana. Porém, as seções internas do estabelecimento, incluindo a sala com espelhos, estavam fechadas para a população. Os funcionários da rede só deixavam entrar quando a pessoa pedia para ir ao banheiro.

A decisão por realizar alguns dos ensaios finais durante o mês de março de 2022 no CUCA foi adequada porque o Primadonna não necessitava mais dos espelhos como inicialmente. Esses ensaios foram compostos por repetições incansáveis da coreografia, com o intuito de melhorar o condicionamento físico e por ajustes na padronização e no posicionamento, que eram realizados por meio da análise das gravações, as quais elas pediam para eu fazer.

Neste mesmo período (março de 2022), caso surgisse a necessidade de ter espelhos em ensaios pontuais, o grupo recorria a uma academia de dança, descrita na seção 7.3.

## **7.2 Outros lugares**

Em relação aos ensaios entre janeiro e fevereiro de 2022 (referente ao período anterior ao tópico 7.1.4), sem o CUCA Mondubim e sem o galpão, as meninas do Primadonna tiveram que transitar por praças da cidade em um dos piores períodos fortalezenses do ano para estar ao ar livre: o período chuvoso. Tendo em vista a falta de espelhos para analisar o desenvolvimento da coreografia, as gravações dos ensaios se tornaram imprescindíveis nessa época.

A situação dos ensaios se agravou em razão de muitas das integrantes terem contraído coronavírus em janeiro. Considerando que somente uma baixa porcentagem do grupo estava apto para se reunir, alguns ensaios semanais não chegaram a acontecer. Por causa da redução dos encontros presenciais, as jovens enviaram muitos vídeos delas dançando em casa como forma de reduzir os prejuízos ao aprimoramento da coreografia. Essa situação toda me faz pensar que, caso o Sana tivesse acontecido em janeiro, a coreografia não teria sido finalizada a tempo.

Em meio à situação do CUCA com a nova gestão, que estava longe de voltar à normalidade, e ao avanço de mais uma onda do coronavírus – que afetou o grupo fortemente –, o Primadonna teve que ensaiar entre janeiro e fevereiro basicamente em um lugar diferente toda semana, tendo como exemplo: a quadra de uma escola do bairro de Gabriela, a Praça Nossa Senhora de Fátima, a Praça das Flores e a área externa do condomínio em que Ana Paula morava.

Fora a burocracia para conseguir ensaiar na escola, que era o único lugar fechado dentre os listados acima, a prática da coreografia nos outros lugares envolvia: pedaços de galhos caindo das árvores (o que quase feriu Larissa), muita incidência solar (gerando queimaduras na pele), chuva, risco de assalto e solo instável para a execução de passos de dança mais difíceis.

Dentre os ensaios que aconteceram ao ar livre, destaco aqui o da Praça das Flores, localizada no bairro Aldeota. Depois de uma noite bem chuvosa, ao chegarmos na praça no dia 5 de fevereiro pela manhã, tudo estava molhado. A quadra da Praça das Flores, que era o ambiente ideal para o ensaio naquele cenário, estava com o piso escorregadio devido à chuva. Gabriela chegou a conseguir alguns rodos lá mesmo, os quais utilizamos para reduzir a quantidade de água da quadra, mas o esforço não gerou muitos frutos, pois ainda havia o risco de as meninas deslizarem e se machucarem durante o ensaio.

Por isso, o ensaio aconteceu em outros ambientes da praça, nas áreas em que as pessoas costumam transitar. Com uma caixa de som conectada via Bluetooth ao celular, as jovens começaram a dançar. Por causa da chuva, o lugar estava bem vazio, mas ainda assim algumas pessoas passavam e paravam um pouco para assistir ao ensaio por curiosidade.

O chão de concreto da praça era desnivelado, o que fez com que as meninas se desequilibrassem um pouco. Além disso, o material do solo feria os joelhos delas durante a execução dos passos de “PTT” que envolviam ir para o chão. Mesmo com joelheiras, o dano ao corpo era notável.

Ademais, a concentração do grupo era afetada pelo medo de assaltos ou furtos acontecerem. Praticamente todas as meninas tinham levado pertences para o ensaio. Eram muitas bolsas. Enquanto não as gravava dançando, mantive-me observando e cuidando de todos os pertences. Afinal, como moradores de Fortaleza, conhecemos os riscos que podem existir na cidade. Por isso, almejando evitar problemas, atenção e cuidado com o que acontece nos arredores são necessários.

Esses momentos vivenciados nos ensaios ao ar livre deixaram claro para mim o quão importante é a Rede CUCA para a manutenção de práticas juvenis, como a da cena K-pop Cover.

### 7.3 Michelle

Depois do ensaio na Praça das Flores que aconteceu no dia 5 de fevereiro, percebendo como a produtividade era reduzida no contexto descrito no tópico anterior, o Primadonna precisou procurar alguma alternativa.

A luz no fim do túnel para aquela situação foi a Academia de Dança Michelle Fontenelle, localizada no bairro Aldeota. O lugar era cotidianamente chamado de “Michelle” pelo Primadonna. Lá, de acordo com informações disponíveis no Instagram da academia <sup>68</sup>, são oferecidas aulas pagas de dança nos estilos jazz, sapateado, hip hop e K-pop. Além disso, o ambiente pode ter salas alugadas para uso privado de acordo com a disponibilidade.

O aluguel da sala por 4 horas em um sábado pela manhã custava R\$ 100 (cem reais). Consequentemente, para ensaiar na Michelle por um mês (quatro semanas) custaria R\$ 400 (quatrocentos reais) para o grupo no total. Neste cenário, o Primadonna fez uma cota para as integrantes, onde cada uma deveria pagar por volta de 33 reais para o ensaio mensal, que agora aconteceria das 9 horas da manhã à 1 hora da tarde.

Os ajustes nos horários foram realizados porque o lugar era distante para algumas integrantes. Ana Carla e Jéssica comentaram que precisavam pegar três ônibus para chegar lá. Alyne, que morava em uma cidade vizinha (Maracanaú), ia direto para o CUCA Mondubim via metrô, mas precisava pegar alguns ônibus para ir até à Michelle, pagando caro por causa das passagens de transporte intermunicipais. Além disso, o ônibus ideal para eu e Milena irmos ao ensaio não funcionava aos finais de semana, por isso, nós íamos por uma rota mais cansativa e demorada. Ainda assim, todas se esforçavam para não atrasar nesses ensaios. Afinal, “o tempo ali era dinheiro”. Em resumo, apesar de oferecer um ensaio privado, o lugar era distante e pago.

O primeiro ensaio na Michelle aconteceu no dia 12 de fevereiro. Ao entrar no estabelecimento, passei com Milena pela recepção e seguimos para a área onde ficavam as salas para dança. Naquele dia, não tinha ninguém além do Primadonna alugando alguma sala, então, por causa do barulho, foi fácil encontrar onde as meninas estavam.

---

<sup>68</sup> Disponível em: <https://www.instagram.com/academiamichellefontenelle/>. Acesso em: 25 jul. 2022.

Figura 28 - Ensaios na Michelle



Fonte: Elaborada pelo autor.

A academia era bem decorada e iluminada (Figura 28). Considerando todas as vezes que as meninas ensaiaram lá, achei o lugar silencioso e calmo – talvez porque normalmente estava com poucas pessoas. A sala para o ensaio tinha espelhos, tal qual o CUCA Mondubim, e o chão revestido por uma lona, que era confortável ao ser pisada, proporcionando maior conforto para os joelhos das meninas.

Na Michelle, elas não precisavam se preocupar com caixas de som, pois o estabelecimento disponibilizava uma caixa bem potente e com conexão via Bluetooth. Percebi tal potência porque as meninas chegaram a testar o volume da caixa durante o aquecimento corporal. Diferentemente da sala com espelhos do Mondubim, que tinha ar-condicionado, a sala da Michelle mantinha as janelas e portas abertas e era arejada por alguns ventiladores presos na parede. Mesmo não tendo o frescor de um ar-condicionado, o lugar era bem arejado. Também havia bebedouros e banheiros nas proximidades da sala, o que ajudava a tornar o lugar bem prático e propício para os ensaios.

Dessa forma, quando comparado a todos os outros lugares em que estive com o Primadonna, os ensaios na Michelle provavelmente eram os mais produtivos de todos. Lá, combinavam-se os espelhos do CUCA com a privacidade do galpão. Por isso, o grupo conseguiu avançar muito nos ajustes necessários para a finalização da coreografia para o Sana.

Apesar dos pontos positivos, que eram fortes o suficiente para o grupo querer continuar investindo seu dinheiro no lugar, algumas das integrantes relataram que teriam dificuldades em manter esses pagamentos de forma mensal. Além disso, como comentei, existia a questão da distância da academia de dança para a casa de algumas das meninas. Diante dessas

condições, a conclusão geral para o Primadonna era que o CUCA Mondubim continuava sendo o lugar ideal para os ensaios, mas a Michelle era uma ótima opção para aquele momento.

Com o passar dos ensaios, que continuaram focados na limpeza dos passos e nos posicionamentos, a coreografia chegou em sua etapa final de desenvolvimento: a prática da expressividade e da sincronização labial. A partir do ensaio realizado no dia 5 de março, cada menina começou a investir nas expressões faciais durante as performances enquanto treinavam a sincronização labial. Uma das metodologias que vi o Primadonna executando para essa etapa foi a análise de cada integrante individualmente ou em dupla. Dessa forma, cada uma apresentava para todas as outras, as quais avaliavam e traziam sugestões de melhorias.

Sobre a expressão facial na cena K-pop Cover, Gabriela disse durante o ensaio e registrei no diário de campo: “não existe *cover* de expressão”. Com essa frase, ela quis dizer que os jovens da cena *cover* de K-pop normalmente não imitam as expressões dos *idols* no cenário competitivo, mas criam algumas de acordo com o sentimento da música. Por exemplo, os *covers* comumente adicionam sorrisos ou piscadelas, mesmo que os *idols* não os façam, para acrescentar expressões à performance, o que, de acordo com Gabriela, agrada tanto aos jurados quanto ao público.

No caso de “PTT”, ao apresentar a coreografia, o LOONA costuma manter expressões menos marcadas, o que é comum em outros grupos femininos no K-pop. Ao relaxar as expressões faciais enquanto dançam, as *idols* saem relaxadas e bonitas nas fotos da performance. Em contrapartida, no cenário competitivo fortalezense, que avalia o K-pop Cover mais como uma dança original do que como um *cover*, os jovens costumam marcar as expressões para causar mais impacto nos jurados.

Como consequência, acabam sendo feitas releituras das performances das músicas sul-coreanas. Em específico, o Primadonna optou por trazer a expressão de “raiva” durante algumas partes da performance, a qual não é trazida pelo LOONA em “PTT”. As meninas realizaram essa escolha por compreenderem que combina com a letra e a energia da música.

Considerando as especificidades das expressões na cena K-cover fortalezense, sinto que os jovens trazem suas próprias visões artísticas na dança mesmo que se trate de um *cover*. Isso é alimentado pela vontade de vencer as competições e de impactar o público. Diferentemente, um concurso como o *K-pop World Festival*, que é genuinamente sul-coreano, preza pela fidelidade ao original. Considerando as especificidades de cada contexto, os jovens dançarinos preparam suas performances.

Os ensaios na Michelle continuaram até o começo de abril, alternando entre ensaios no CUCA Mondubim (descritos na seção 7.1.4), que estava começando a abrir as portas

novamente para a população. O Primadonna só não ficou exclusivamente na Michelle por causa da situação financeira.

## **7.4 Pré-Sana**

Antes do evento, algumas outras histórias aconteceram. Neste tópico, apresento algumas das mais relevantes, como a Eliminatória K-pop e o desenvolvimento do figurino para “PTT”.

### **7.4.1 Eliminatória**

No dia 19 de fevereiro de 2022, no teatro do CUCA Mondubim, aconteceu a Eliminatória K-pop, onde foram selecionados os grupos de dança que participariam da competição no Sana. Naquele período, o Primadonna estava ensaiando somente na Michelle porque a Rede CUCA continuava enfrentando conflitos internos acerca da nova gestão. Ainda que não estivesse funcionando normalmente para a população, o CUCA concedeu o ambiente para o evento.

Para assistir à eliminatória, os interessados deveriam preencher um formulário – divulgado nas redes sociais do Sana – e confirmar a presença. Isso tudo foi necessário para que a quantidade de pessoas pudesse ser controlada de acordo com a capacidade do teatro e com as normas do governo do Estado em relação a eventos em lugares fechados (por causa do coronavírus). Para englobar um público maior, o evento também foi transmitido ao vivo<sup>69</sup> pelo canal JuvTV, da Rede CUCA, no YouTube.

Felizmente, o Primadonna não precisou participar da eliminatória, pois os grupos que ficaram nas primeiras cinco colocações na última edição presencial do Sana (em 2019), de acordo com o edital do evento, tinham a vaga garantida para a participação desta competição. O Primadonna foi um dos grupos agraciados por essa vantagem por ter conseguido o quinto lugar apresentando “Piri” no último Sana. Dos outros quatro grupos vencedores, somente dois ainda existiam: Cypher e Rainbow+. Com isso, três grupos de K-pop Cover tinham vagas garantidas para competir no Sana Reencontro.

O evento da eliminatória estava marcado para iniciar às 2 horas da tarde. Sentei-me na plateia ao lado das meninas do Primadonna. Com cerca de uma hora de atraso, ele começou,

---

<sup>69</sup> A transmissão está disponível em: <https://youtu.be/-FiggAuT6pQ>. Acesso em: 26 jul. 2022.

tendo como abertura os discursos da direção da Rede CUCA, da direção do Sana e do secretário da juventude de Fortaleza. Logo neste momento, a escolha para que o CUCA Mondubim sediase a eliminatória foi deixada clara pelo diretor do Sana a partir da seguinte frase: “A casa do K-pop é o CUCA”. Pudemos constatar esse fato com base na experiência em campo.

Depois dos discursos iniciais, foram apresentados os três jurados, os quais citarei somente pelo nome artístico ou pelo primeiro nome: Sonick Dancer, Nina e Gabriele. Diferentemente das outras edições do Sana e de outras eliminatórias, cada jurado estava responsável por avaliar somente uma categoria. Antes, todos julgavam tudo. Sonick se responsabilizou pela avaliação da execução da coreografia, Nina pela expressão facial e Gabriele pela expressão corporal. Ressalto que cada um dos jurados escolhidos pelo Sana possuem currículos enriquecidos com vasta experiência que atestam a qualificação para avaliar e criticar as performances.

Dez grupos de dança se inscreveram na eliminatória, mas somente cinco deles seria aprovado. Logo de início, foi revelado para a plateia que dois grupos tinham sido desclassificados por não cumprirem certas especificidades do edital da competição. Os motivos da expulsão e os nomes dos grupos envolvidos não foram informados. Naquela tarde, portanto, aconteceram somente oito apresentações.

Antes de cada performance, era sorteado o grupo que iria se apresentar. Ao final, os grupos dançaram na seguinte ordem: Solar, K-Puzzle, Fantom, Pinkdolls, Runners, Amnésia, DNA e Dreamers. O último grupo dançou “PTT”, a mesma coreografia que o Primadonna estava praticando para o Sana.

Como resultado, os cinco grupos aprovados durante a eliminatória para a parte final da competição, que aconteceria em menos de dois meses durante o Sana Reencontro, foram: Solar, K-Puzzle, Runners, Amnésia e Dreamers.

#### **7.4.2 *Figurino***

Em paralelo aos ensaios, o desenvolvimento do figurino de “PTT” teve o seu próprio processo cheio de especificidades. Contudo, não irei adentrar em muitos detalhes nesse assunto por se distanciar dos objetivos da dissertação.

O Primadonna preza muito pelo figurino, o qual também é um dos quesitos que são avaliados pela banca de jurados. Para Gabriela, fazer um figurino impecável é garantir que o grupo vai ter a nota máxima em pelo menos um dos quesitos. Por essa razão, elas costumam investir muito nas roupas. Sobre isso, Ana Paula (entrevista narrativa) brincou:

*Todos os covers do Primadonna, se você for assistir os vídeos, a gente pode tá cagada em cima do palco, mas o nosso figurino tá perfeito. Então, é algo que realmente a gente investe, entendeu? [...] A gente pode não tá tão limpa na coreografia, [...] mas o nosso figurino, a nossa maquiagem, a nossa produção em cima do palco tá sempre impecável.*

Enquanto as coreografias são avaliadas nos concursos de K-pop fortalezenses como se fossem originais, não *covers*, o figurino é analisado a partir da fidelidade ao original. Para tanto, são enviadas fotografias das *idols* usando as roupas em questão para que sejam utilizadas como base durante a avaliação dos jurados.

O Primadonna tinha três opções de figurino para “PTT”: o branco, o *buffet* e o preto. O branco era o mesmo que as *idols* utilizavam no videoclipe da música, o que faz dele o mais famoso e reconhecível pelo público. O *buffet* ganhou esse nome porque as meninas o acharam similar a roupas de festas de debutantes, que comumente acontecem em *buffets*. O preto tinha um visual mais roqueiro.

A decisão para o figurino normalmente acontece a partir de um consenso da maioria. Após as discussões e votações no grupo do WhatsApp, o Primadonna descartou rapidamente o figurino preto, pois, considerando que muitos eventos possuem um fundo escuro nos palcos, o preto tinha chances de ficar apagado ou desfocado. Haja vista que o *buffet* parecia ser o mais caro de ser feito por causa da quantidade de pedrarias e detalhes que cada roupa tinha, o branco foi votado como o figurino ideal, além de ter como ponto positivo ser o mesmo do videoclipe, contudo, havia alguns detalhes nas roupas que dificultavam a movimentação durante a dança.

Para exemplificar, um dos figurinos, o qual seria o utilizado pela Jujuba, tinha um buraco no joelho, o que poderia ocasionar quedas, pois a coreografia envolve muitos agachamentos e posições com os joelhos no chão. Ao assistirem a algumas apresentações do LOONA com o figurino branco, as meninas notaram que a *idol* que a Jujuba ia representar tinha medo de se abaixar durante a coreografia. De fato, era uma roupa péssima para dançar.

O preto era o favorito de Gabriela. Por isso, mesmo com o grupo desmerecendo o figurino preto desde o começo, ela insistiu muito no convencimento por meio da demonstração dos lados negativos dos outros figurinos. Toda essa insistência funcionou, considerando que ele foi o escolhido.

O Primadonna ainda chegou a pensar se seria possível editar as fotografias que seriam enviadas para os jurados, ajustando os detalhes no figurino que dificultariam a execução da coreografia. As meninas chegaram a comentar que essa prática acontece muito na cena competitiva desde os primórdios.

Contudo, o grupo optou por mudar para o figurino preto mesmo, o qual seria reproduzido com fidelidade ao original utilizado pelas *idols*. Para Gabriela, a preparação de figurinos para competições de K-pop é igual à produção de um *cosplay*<sup>70</sup>. Ou seja, o Primadonna prefere que o figurino seja verdadeiramente fiel ao original, ao ponto de as pessoas, ao olharem para o grupo vestindo as roupas, reconhecerem a música que elas vão dançar e quais *idols* elas são.

*É quase como se fosse um cosplay. Pelo menos assim, pra mim, tem que ser. [...] Quando não é a nível de campeonato, eu acho que dá pra poder a gente dar uma adaptada. Não precisa ser algo, tipo assim, tão engessado. Mas quando é a nível de campeonato, é algo que eu me importo bastante. Puts, tem que estar igual. Aquela pedrinha tem que estar no mesmo canto. [...] A fivela é desse jeito, pois vamo caçar até achar essa mesma fivela. [...] Se não for igual, vai ser o mais próximo possível a um ponto de realmente não terem a noção do que é o original e do que é o nosso, no caso. (Gabriela, entrevista narrativa).*

Após a decisão ter sido tomada, o Primadonna utilizou o dinheiro que tinha guardado, acumulado a partir de premiações, para comprar tecidos e outros materiais necessários para o preparo das roupas. Em específico, o tecido principal do figurino preto teve de ser comprado de São Paulo, pois não vendia aqui em Fortaleza, o que aumentou o valor da compra devido ao frete.

Paralelamente, para saber quem aceitaria fazer o figurino, o grupo conversou com costureiras sobre o projeto. Depois de um tempo sondando, as meninas encontraram uma pessoa, recomendada por Larissa, habilidosa e interessada.

Se o Sana não tivesse sido adiado para abril, a costureira teria que preparar tudo em duas semanas. Ela disse que conseguiria terminar a tempo, mas provavelmente esse seria um trabalho bem estressante de ser feito, afinal, eram doze figurinos e estes não eram iguais entre si – a roupa de cada menina era diferente. De qualquer forma, o atraso do Sana deu tempo o suficiente para tudo ser preparado com calma.

Somando os gastos totais do Primadonna para o figurino de “PTT”, o valor chega próximo dos três mil reais. O dinheiro do grupo em caixa, que era por volta de mil e quinhentos reais, pagou os tecidos e vários acessórios, porém, a mão-de-obra da costureira, que ficou por volta dos mil reais, foi paga com o dinheiro das próprias integrantes – cada uma pagou a costura de seu próprio figurino. Além disso, cada menina custeou a compra das botas e das luvas necessárias.

---

<sup>70</sup> É a prática de se fantasiar como algum personagem, buscando a maior fidelidade possível. Comumente também envolve a incorporação da personalidade do personagem.

Quando pronto, o figurino ficou impecável. Já adianto que elas tiraram nota máxima na avaliação desse quesito no Sana. Contudo, infelizmente, todo o dinheiro investido não poderia gerar muito retorno financeiro para o Primadonna, pois o primeiro lugar no Sana Reencontro premiava com uma quantia de mil reais. Ou seja, mesmo que chegassem a ganhar o primeiro lugar, não sairiam no lucro. Sobre isso, as integrantes comentaram:

*Esse figurino não chega nem perto do Sana conseguir pagar, porque gastamos uns 3 mil, todas juntas. A gente faz essas coisas porque gosta. (Alyne, grupo do WhatsApp).*

*Assim, porque justamente por eu dançar há muito tempo, eu sei que é só gasto. Não chega a ser investimento porque [...] as premiações, elas não são... elas não enchem os olhos. A gente dança num evento porque a gente gosta. Porque retorno financeiro, não tem. É só o retorno... o prazer mesmo de tá lá em cima do palco, aquela adrenalina, endorfina que dá. (Jéssica, entrevista narrativa).*

Reiterando o que abordamos ao falar sobre o conceito de trabalho no capítulo 4, a cena competitiva do K-pop Cover demanda esforço, tempo e dinheiro, mas o retorno financeiro é ínfimo ou inexistente na maioria dos casos. Apesar dos jovens se esforçarem pelos grupos de dança como se fosse um trabalho, eles não recebem dinheiro por isso. O amor pela dança, pelo K-pop e pelo próprio grupo é a chama que mantém a prática deles funcionando.

Contudo, ressalto que tal amor pode se transformar em profissão em alguns casos, como pode ser percebido a partir do comentário de Jéssica (entrevista narrativa): “[...] sempre quem ganhava eram o Dancemotion e o Kyoumei, que eram os grupos que os meninos dançavam melhor. [...] você via que eles se preocupavam realmente com isso, né? Tanto que depois muitos deles se formaram em dança, viraram professores de dança”.

De qualquer forma, com o figurino de “PTT” pronto e a vaga garantida na competição, o Primadonna continuou a ensaiar o máximo possível até a chegada do Sana Reencontro.

## **7.5 Sana Reencontro**

As meninas não precisaram se preocupar com as entradas para o evento, pois o Sana oferecia ingressos grátis para participantes que conseguiram boas colocações nas competições anteriores, tanto em categorias solo como em grupo. Havia pessoas no grupo com ingressos grátis em excesso. Algumas das novas integrantes, que entraram no Primadonna depois de 2019 (quando tinha ocorrido o último evento presencial do Sana), não possuíam as regalias dos eventos passados. Como a edição do Sana Reencontro permitiu a transferência de ingressos para terceiros, todas conseguiram entradas gratuitas para os dois dias do evento.

Felizmente, também consegui entradas gratuitas para o Sana Reencontro. Contudo, isso aconteceu a partir do preenchimento de um formulário, o qual solicitava a participação no evento como imprensa. Esse formulário foi divulgado pelo Sana por meio do Instagram.

Pensei nessa possibilidade por ter feito isso antes. Como pode ser visto em Macedo (2018), para a realização do documentário que foi meu Trabalho de Conclusão de Curso, solicitei a entrada como imprensa para poder gravar cenas no Sana de 2018, tendo em vista que o credenciamento como imprensa não somente oferece a entrada gratuita, como proporciona maior acesso às diversas áreas temáticas do evento e às atrações convidadas.

Ao preencher o formulário para participação como imprensa no Sana Reencontro, enviei um e-mail para a equipe de comunicação do Sana para explicar sobre minha pesquisa, deixando claro que minha entrada não seria associada a um veículo de imprensa, posto que iria ao evento como um pesquisador. A equipe respondeu ao e-mail confirmando minha participação. Como contrapartida, solicitaram que eu enviasse esta dissertação para eles.

Haja vista que o evento permite a entrada de duas pessoas na mesma inscrição como imprensa, levei minha irmã comigo para o Sana no primeiro dia, e o meu namorado no segundo.

### **7.5.1 Primeiro Dia**

No primeiro dia, 9 de abril, cheguei ao evento por volta do meio-dia, pois estava marcado para ter uma competição de dança solo em K-pop no começo da tarde. Não precisei pegar fila para entrar, pois o participante no papel de imprensa precisa somente confirmar a identidade na entrada do evento, onde tem uma lista com todos os nomes.

O evento estava visivelmente cheio. Isso porque aquela era a primeira edição desde que a pandemia surgiu. O público estava com muita saudade do ambiente barulhento e caótico, mas ao mesmo tempo acolhedor, criativo e diverso do Sana. Desde 2013, o evento acontece no Centro de Eventos de Fortaleza, oferecendo diversos ambientes e atividades para quem gosta de animações japonesas, videogames, super-heróis, filmes, séries e, claro, K-pop. Apesar de ter iniciado com o foco na cultura pop japonesa, o Sana é atualmente um evento multitemático.

Ao entrar no lugar, dirigi-me para a sala temática de K-pop (Figura 29), localizada no andar superior do Centro de Eventos. Naquele dia, a competição de dança solo aconteceria lá. Ao entrar na sala, percebi que ela estava ambientada não só a partir do universo musical sul-coreano como temática, mas também se utilizava dos K-dramas como base. Lá, existiam lojas vendendo camisetas, chaveiros, acessórios, CDs e diversas outras coisas relacionadas à *Hallyu*.

Além disso, tinha um palco pequeno e um telão presentes na área destinada para a competição que logo iniciaria. A trilha sonora do ambiente, obviamente, era K-pop.

Figura 29 - Sala temática de K-pop



Fonte: Elaborada pelo autor.

Rapidamente, consegui encontrar o Primadonna. Fiquei esse período inteiro com elas. Enquanto a competição não iniciava, comemos um pouco dos alimentos que tínhamos levado conosco e tiramos algumas fotografias. Ademais, começou uma sessão de *random play*. Ou seja, a sala inteira ficou dançando os refrões de diversas coreografias, bem similar ao que aconteceu no evento do Primadonna.

Eventualmente, a competição começou. Todos nos sentamos no chão para assistir. Dos cinquenta inscritos, somente dez passariam para a etapa final, que só aconteceria no dia seguinte. Duas integrantes do Primadonna se inscreveram para este concurso: Larissa e Mily. Isso me fez pensar que, além de ensaiar para a competição grupal, o que já tomou muito tempo e esforço das meninas, elas tiveram que organizar outros horários dos seus dias para treinar outras performances. Ressalto que, para o concurso solo, espera-se que cada participante aprenda duas coreografias, uma para o primeiro dia e outra para o segundo, caso ocorra a aprovação para a etapa final.

De todo modo, com base no que Larissa e Mily falaram, elas não dançavam com o intuito de vencer, mas de se divertir, afinal, elas amam dançar e amam performar para um público. Podemos inferir que a sensação que elas alcançam por meio da performance pode ser vista como o “pagamento” pelo esforço, o qual não surge por obrigação, mas sim pela paixão. Jéssica (entrevista narrativa) falou algo similar a isso:

*Porque retorno financeiro, não tem. É só o retorno... o prazer mesmo de tá lá em cima do palco, aquela adrenalina, endorfina que dá. Porque é isso que é o bom, o gostoso, né? De subir no palco e ver aquele pessoal gritando. E a adrenalina, assim, no alto da sua cabeça. E aquela música estourada, porque você não consegue ouvir nada. É totalmente memória muscular. E você tá aqui, e a música começa "Baaaaaam", aí você "Taaaaam", faz o movimento no automático porque você ensaia tanto que já sabe fazer aquilo. Mas é bom. Quando termina, a gente passa 5 meses ensaiando um negócio pra dançar 3 minutos, mas é bom. É bom.*

Antes de começar a competição, os jurados foram apresentados, os quais seriam os mesmos do dia seguinte, no qual aconteceria a final do concurso solo e a competição de grupos. Os três jurados eram Sonick, Franciele e Amanda. O primeiro iria avaliar a habilidade de dança, a segunda analisaria a expressão (facial e corporal) e a terceira cuidaria do aspecto do figurino.

Durante as apresentações, foi interessante notar que havia várias pessoas na plateia que dançavam as coreografias junto aos competidores. Porém, não importando o nível na qualidade da dança, o público recebeu calorosamente todos os participantes do concurso. Ainda assim, os favoritos, seja pela habilidade de dança ou pela seleção musical, eram os que recebiam os maiores aplausos.

Apesar do nervosismo, pois era uma performance solo, tanto Larissa como Mily foram ótimas no palco. Fiquei na plateia realmente como um fã, gritando e torcendo muito, cheio de orgulho. Depois do final das performances, várias das meninas foram embora do evento. Despedi-me delas e caminhei um pouco pelas outras seções do Sana com minha irmã por mais um tempo antes de ir embora também. Mais tarde, foi revelado no grupo do WhatsApp que, das meninas do Primadonna, somente Larissa passou para a etapa final da competição solo.

### **7.5.2 Segundo dia**

No dia posterior, 10 de abril, cheguei ao evento um pouco mais cedo, por volta das 10 horas da manhã – basicamente no momento em que o evento abriu –, porque aconteceria a etapa final da competição solo a partir das 11 horas da manhã e o concurso de dança em grupo começaria às 2 horas da tarde. Ou seja, este dia seria mais movimentado do que o anterior.

Mesmo entrando cedo no Sana, não consegui ver o Primadonna chegar, pois as meninas foram direto ao banheiro do evento para preparar a maquiagem e vestir o figurino. Depois, elas ainda foram ao camarim disponibilizado pelo festival, o qual não permitia a entrada de pessoas de fora do grupo. Elas estavam tão ocupadas e concentradas na preparação para a performance que não conversavam e nem respondiam no grupo do WhatsApp. Por isso, só consegui vê-las praticamente na hora da apresentação. A única integrante do Primadonna que vi antes disso foi Larissa, pois ela dançou na etapa final da competição solo.

Entre 11 horas da manhã e meio-dia, para assistir à competição de dança solo, fiquei sentado na plateia do “Art&Fest”, onde tinha o maior palco do evento, localizado na área central e mais movimentada do Sana. Naquele mesmo palco, aconteceria mais tarde: a competição de dança em grupo, uma entrevista com o dublador Wendel Bezerra, a competição de *cosplay*, os resultados de todos os concursos e o encerramento do evento com um show de Bruno Sutter, também conhecido como *Detonator*, que é o vocalista da banda de *heavy metal* *Massacration*.

Todos os competidores solistas foram ótimos, mas devo assumir que gritei muito por Larissa. Ela dançou “Piri” do DREAMCATCHER, que é a mesma coreografia que o Primadonna dançou em 2019, tendo um significado especial não só para ela, como também para o grupo. Infelizmente, as outras integrantes não puderam assistir, pois estavam se arrumando para a performance posterior, porém, pude gravar tudo e compartilhar com elas depois. Logo após sua apresentação, Larissa juntou-se às outras para mudar o visual de “Piri” para “PTT”.

Depois de assistir aos solistas, fiquei passeando com meu namorado pelo evento até que a hora da competição se aproximasse. Apesar de não ser participante do concurso, estava me sentindo nervoso e ansioso durante aquele período. Talvez isso tenha acontecido porque estive acompanhado todo o processo de desenvolvimento do Primadonna pelos últimos quatorze meses. Naquele momento, cada uma das meninas do grupo tinha me conquistado, e eu queria que elas fossem reconhecidas por tudo que estavam produzindo.

Mais tarde, enquanto estava assistindo à entrevista do dublador Wendel Bezerra, as meninas me mandaram uma mensagem por meio do grupo do WhatsApp, avisando que todas estavam prontas para a apresentação. Por isso, queriam repassar a coreografia no tempo restante anterior ao início da competição. Portanto, juntei-me a elas próximo ao camarim e fomos todos em busca de um ambiente menos movimentado no evento, no qual fosse possível para as doze integrantes organizarem a formação da coreografia e praticar um pouco.

Cheguei a oferecer cachorros-quentes para elas, os quais tinha levado comigo de casa, mas quase todas estavam nervosas ao ponto de não conseguirem se alimentar naquele momento. Quando encontramos um lugar adequado e elas começaram a repassar a coreografia, pude sentir um clima pesado. O grupo estava em um misto de estresse, ansiedade e fome. O nervosismo estava se apossando do ambiente.

Ao final daquele treino rápido, Gabriela discursou para o grupo de maneira estimulante e animadora, tentando trazer sentimentos de confiança e calma para todas. A conversa pareceu ter funcionado, pois elas ficaram um pouco mais aliviadas. Enquanto via tudo aquilo, percebi que minha experiência com o grupo estava prestes a acabar, pois havia marcado

o Sana como ponto final para o relato. Se não fosse pelo adiamento do evento, eu já deveria ter encerrado o mergulho etnográfico.

Quando percebi que o fim estava próximo, fiquei com um nó na garganta: a famosa vontade de chorar. Não queria que aquilo acabasse. Mesmo que estivesse anotando no diário de campo e escrevendo a dissertação durante meu tempo com o Primadonna, o que sempre me lembrava de minha posição como pesquisador, por vezes esqueci que tudo aquilo estava acontecendo por causa de uma pesquisa. É por isso que, naquele momento, percebi que não estava ali somente pelo mestrado: verdadeiramente tinha desenvolvido laços com aquele grupo. Estava ali também porque gostava muito delas, torcia por elas e tinha orgulho delas. Eu era, ao mesmo tempo, amigo, fã e pesquisador.

Em sequência ao discurso inspirador de Gabriela, fomos em direção ao Art&Fest para a competição. A hora tinha chegado. Enquanto elas se dirigiam para a área dos competidores, fui para a plateia, onde fiquei ao lado do meu namorado e dos namorados e namoradas delas.

Assim como na eliminatória e na competição solo, primeiramente aconteceu a apresentação dos jurados – eram os mesmos que avaliaram os solistas; a diferença estava somente na adição de mais uma pessoa para a bancada. Ou seja, havia quatro jurados: Sonick, Franciele, Amanda e Gabriele. Cada um avaliou, respectivamente: execução da coreografia, expressão facial e corporal, figurino e sincronia.

Depois, por meio de sorteio, o grupo Amnésia foi o escolhido para ser o primeiro a apresentar. Após o final de cada performance, era realizado um novo sorteio, que decidia qual seria o próximo grupo a entrar no palco. Ou seja, todos os competidores deveriam estar preparados, pois podiam ser sorteados a qualquer momento. No final daquele dia, a ordem dos grupos gerada para as apresentações foi a seguinte: Amnésia, Solar, Rainbow+, Runners, Primadonna, Dreamers, K-Puzzle e Cypher.

Os grupos Amnésia, Rainbow+ e K-Puzzle foram compostos por homens dançando coreografias femininas. O Primadonna, o Solar e o Dreamers contou com grupos femininos dançando músicas femininas. Por fim, o Runners e o Cypher, compostos predominantemente por homens, foram os únicos que performaram coreografias masculinas. Em específico, o Cypher realiza somente *covers* do grupo sul-coreano BTS.

Um aspecto interessante do *cover* de K-pop pode ser percebido pela diversidade de gêneros, sexualidades, corpos e expressividades que se mostra nos palcos. Toda a competição parecia ser uma celebração dessa diversidade. Infelizmente, às vezes, considerando as várias vezes que fui ao Sana, é possível ouvir comentários homofóbicos ou transfóbicos de algumas

peçoas que passam pela competição e a assistem um pouco, mas estas peçoas são uma minoria naquele contexto. Inclusive, elas comumente não são fns do K-pop, pois estão ali sem o intuito de observar a competição, mas são para ver o que está acontecendo pelo evento. Tendo em vista que o Sana  multitemático, acaba misturando diversos tipos de peçoas.

No momento de o Primadonna subir ao palco, senti-me super nervoso, com o meu corao palpitando forte. Primeiro, elas tiveram que mostrar o figurino para a bancada de jurados, na qual Amanda avaliou a situação das roupas e as comparou com a fotografia que ela recebeu para a análise. Depois disso, a apresentao começou e comecei a gravar. Contudo, logo no inio, fiquei um pouco desnorreado. Isso porque o som foi tocado um pouco baixo, o que fez com que várias das integrantes não ouvissem a música começar. Consequentemente, elas iniciaram a performance em atraso e em dessincronia.

Por causa disso, o grupo solicitou na mesma hora que a música fosse reiniciada. Felizmente, a equipe do Sana compreendeu a situação e reiniciou. Essa falha acabou diminuindo um pouco a energia das meninas, foi como um balde de água fria. Contudo, demonstrando profissionalismo, elas executaram a coreografia dando o máximo delas (Figura 30), como se nada tivesse acontecido<sup>71</sup>.

Figura 30 - Primadonna dançando Paint the Town no Sana Reencontro



Fonte: Esterline Goes<sup>72</sup>.

Assistir  performance de “PTT” foi uma experiência bem especial para mim, pois enquanto via os momentos da apresentao em que cada uma das doze ficava no centro,

<sup>71</sup> A performance está disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Gn8dnuvzLVI>. Acesso em: 29 jul. 2022.

<sup>72</sup> Fotógrafa responsável pela cobertura do evento. As fotos foram compartilhadas pelo Google Drive para os competidores. Instagram da fotógrafa disponível em: <https://www.instagram.com/esterlinegoesfotografia/>. Acesso em: 29 jul. 2022.

ganhando destaque em seus “solos”, vieram à mente lembranças de cada uma delas. Por isso, assisti aquilo tudo com uma sensação de nostalgia.

Logo em seguida, coincidentemente, o grupo sorteado foi o Dreamers, o qual também dançou “PTT”. Diferentemente, este grupo estava com o figurino branco. Apesar de ser a mesma coreografia, que tinha diversas seções fincadas na minha memória depois de ter visto vários ensaios do Primadonna, notei algumas diferenças na execução dos passos.

O motivo para a mesma dança parecer diferente nos dois casos ficou claro para mim a partir de uma fala de Ana Paula (grupo do WhatsApp): *“A gente se mata pra limpar, discute, discorda, mas no final entramos sempre em consenso do que é melhor pra maioria executar. Num equilíbrio de adaptação e fidelidade. Esse é o segredo”*. Em outras palavras, dependendo das pessoas envolvidas no processo de padronização ou limpeza, uma mesma coreografia acaba tendo execuções um pouco diferentes. Além disso, como discutimos ao falar sobre metodologias para o desenvolvimento das coreografias, quando cada um ensaia uma mesma coreografia sozinho em casa, é necessário realizar o processo de padronização, afinal, cada indivíduo, com sua própria experiência de vida, vai interpretar o mesmo passo de dança de uma forma específica. Contudo, ressalto que tais diferenças não são percebidas com tanta facilidade. Acredito que as tenha notado por ter visto os ensaios de “PTT” semanalmente durante mais de cinco meses.

Além da diferença na padronização, o grupo Dreamers interpretou a expressividade de outra forma. Enquanto o Primadonna trouxe o sentimento de “raiva” estampado no rosto, o Dreamers foi mais fiel ao LOONA, carregando expressões menos pesadas. Ou seja, era a mesma coreografia, mas cada uma tinha suas especificidades.

De qualquer forma, gostei da performance de todos os grupos participantes da competição. Porém, quando comparados a todos, um deles arrancou muito mais aplausos e gritos do público: este foi o Cypher, o último a performar, o qual dançou “ON” do BTS, que é o grupo de K-pop mais bem sucedido da atualidade. O Cypher foi o vencedor da competição na edição anterior do Sana e era o favorito para ganhar mais uma vez neste evento.

Após assistir a todas as apresentações, reuni-me com o Primadonna novamente. Neste momento, descobri pelas meninas que Mily tinha caído durante a performance, mas eu não tinha conseguido ver isso acontecer. Dessa forma, abri o vídeo que tinha gravado da apresentação em meu celular e me surpreendi. Ao se levantar depois de fazer um dos passos de dança em que o joelho era posto no chão, a bota de Mily deslizou, fazendo-a cair. No mesmo instante, ela se levantou e continuou a dançar de forma sincronizada ao grupo.

Fiquei surpreso pelo quão profissional ela foi naquela situação, pois, mesmo que aquilo tenha acontecido no começo da performance, Mily se manteve concentrada até o final como se nada tivesse acontecido, realizando ainda diversos outros passos complicados. Ainda que todas as integrantes falassem que cair era normal e que ela foi super profissional ao continuar a dançar sem problemas, Mily continuou visivelmente triste e inconsolável. Para ela, o Primadonna perderia qualquer chance de entrar no pódio da competição por causa da queda. Entretanto, enquanto esperávamos pelos resultados da competição, percebi que não era somente Mily que estava sem confiança. Na realidade, o Primadonna não tinha esperança por bons resultados porque a performance teve que ser reiniciada. Elas acreditavam que aquilo fez com que o grupo perdesse muitos pontos.

Por volta das 5 horas da tarde, no palco do Art&Fest, iniciou-se o anúncio dos resultados das competições do Sana. Em relação à dança solo, infelizmente, Larissa não se classificou no pódio. Contudo, algo surpreendente aconteceu antes que fossem anunciados os vencedores da competição grupal: Ivar subiu no palco, pegou o microfone e pediu a Aline em casamento. E ela aceitou. Para que o pedido acontecesse, Ivar havia combinado antes com a equipe do evento.

Entretanto, as surpresas não tinham acabado, pois logo após ao pedido de casamento, durante o anúncio dos vencedores da competição em grupo, o Primadonna foi chamado ao palco por ter conseguido o terceiro lugar (Figura 31), contrariando as baixas expectativas das meninas. Em seguida, juntaram-se a elas no palco os grupos Runners, que ficou em segundo, e Cypher, em primeiro. Por ambos terem dançado coreografias masculinas, não foi dessa vez que outro grupo feminino, além do Yeppeun Girls, chegou a ganhar o primeiro lugar na competição do Sana. De qualquer forma, o Primadonna ficou muito feliz com esse reconhecimento, o que ficou claro porque praticamente todas elas estavam chorando de alegria.

Depois de descerem do palco, elas demoraram para voltar à área da plateia, que era onde eu estava, pois estavam conversando com o jurado Sonick Dancer, que é um renomado professor de dança da região. Lá, ele deu um *feedback* ao vivo para os três grupos do pódio.

Dentre as observações feitas, as meninas destacaram que ele ressaltou que todos deveriam aprender as coreografias observando o *idol* do grupo que é o melhor dançarino, o que comprova que o cenário competitivo não se importa muito com o *cover* ou a imitação em si, mas sim com a dança. Ou seja, em vez de cada jovem dançar aprendendo os trejeitos específicos de cada *idol*, o ideal para a competição é dançar buscando a padronização dos passos, o que torna a coreografia limpa e melhor avaliada pelos jurados. Sobre isso, Gabriela (grupo do WhatsApp) comentou:

*O palco nunca vai ser o canto de fazer expressão igual ao idol. E nem dançar igual ao idol. Uma das coisas que o Sonick inclusive ressaltou é sobre olharmos para o dancer da coreografia. O main dancer. Então, é sobre levar isso em consideração, e como líder do grupo, parar de mandar as meninas decorarem expressão de idol, porque isso nunca vai funcionar. Isso aqui já comprova que eles tão nem aí pra expressão de idol.*

Outra coisa que Sonick falou foi que ele percebeu a queda de Mily, mas não tirou nenhum ponto porque ela soube lidar super bem com a situação. Para o jurado, cair é normal e não é necessariamente um erro; o erro surge a partir da reação que a pessoa tem ao cair.

Figura 31 - Primadonna no palco recebendo o prêmio



Fonte: Esterline Goes<sup>73</sup>.

Por fim, o jurado recomendou que todos os grupos da cena K-cover mostrassem vídeos dos ensaios para professores de dança com o intuito de receber *feedbacks*, os quais poderiam engrandecer as coreografias. Além disso, Jujuba (grupo do WhatsApp) acrescentou: “*Eu tinha escutado ele dizer pra quem conseguisse pagar aula de dança, pagasse, que fazia diferença*”.

Depois dos *feedbacks* do Sonick, o Primadonna voltou para a área da plateia. Finalmente, pude dar um grande abraço pela conquista do grupo. Apesar de terem ensaiado para a participação no Sana, a história de “PTT” não terminou ali. Tendo em mente que sempre há espaço para melhorias, ali mesmo elas falaram que iriam continuar melhorando a execução da

<sup>73</sup> As fotos foram compartilhadas pelo Google Drive para os competidores. Instagram da fotógrafa disponível em: <https://www.instagram.com/esterlinegoesfotografia/>. Acesso em: 29 jul. 2022.

coreografia. Dessa forma, elas planejavam dançar “PTT” em outros eventos que surgissem durante o ano, afinal, também queriam que todo o dinheiro utilizado no figurino valesse a pena.

Sem planos para comemorar a conquista naquele mesmo dia, o Primadonna foi direto para casa logo após os resultados. Tenho que ressaltar que o dia posterior seria uma segunda-feira e já eram quase 7 horas da noite. Então, fomos todos para casa. Depois de duas semanas, uma comemoração aconteceu na Praia do Futuro, localizada em Fortaleza.

## 7.6 Entrevistas

Após o Sana, continuei acompanhando os ensaios do Primadonna por cerca de dois meses. Além de ter me sentido apegado ao grupo, o que me deixou com vontade de passar mais tempo em campo, o motivo para a minha continuação nos ensaios também foi guiado pelo interesse em compreender quais seriam os próximos passos. Ademais, quis aproveitar o momento para aplicar as entrevistas que estavam previstas na metodologia adotada para a dissertação.

Por achar que estaria atrapalhando o ritmo de produção do grupo, que sempre era bem movimentado, acabei demorando um pouco para entrevistá-las. As entrevistas ocorreram um ano após a minha entrada em campo, mais especificamente entre o final de abril e o começo de junho de 2022. Considerando que optamos pela aplicação da metodologia da entrevista narrativa, a qual requer que o entrevistado se sinta à vontade com o entrevistador para poder compartilhar histórias pessoais com muita descrição, acredito que a aplicação das entrevistas ao final da experiência etnográfica foi positiva, especialmente considerando que eu estava mais próximo das meninas, o que facilitou o desenvolvimento da conversa. Naquele ponto, todos nós éramos amigos.

Apesar de ter desejado poder entrevistar todas as doze, mantive-me com quatro para não ficar sobrecarregado com uma quantidade gigante de informações. As quatro entrevistas transcritas geraram um documento com 34 páginas (presente no Apêndice A), o que já indicava muito material. A motivação para a escolha das quatro pessoas foi descrita no capítulo 5, mas, em resumo: segui as indicações de Gabriela, a líder do Primadonna. Como resultado, além da líder, entrevistei Ana Carla, Ana Paula e Jéssica.

Em momentos do relato etnográfico, utilizamos citações dessas entrevistas. Neste tópico, iremos descrever um pouco sobre os bastidores.

### 7.6.1 Ana Carla

A primeira entrevista que realizei foi com a Ana Carla, a mais jovem do grupo. Marquei com ela pelo WhatsApp para conversarmos após o ensaio no CUCA Mondubim que aconteceu no dia 23 de abril de 2022. Quando chegou o momento, por volta das 1 hora da tarde, andamos um pouco pelo lugar atrás de algum ambiente menos barulhento e ao mesmo tempo confortável, o que foi um pouco difícil porque o CUCA estava cheio de grupos ensaiando. Os cenários mais vazios do lugar estavam sem sombras, com a incidência solar pesada do meio-dia.

Felizmente, Ana Carla teve a ideia de a entrevista acontecer na biblioteca. Por isso, entrei na sala da DCCDHDS (Diretoria de Cultura, Cidadania, Direitos Humanos e Desenvolvimento Sustentável), onde ficam os funcionários do CUCA que sempre atendem aos jovens do K-pop aos sábados. Na sala, a moça que estava presente sugeriu que eu realizasse a entrevista lá mesmo, pois o lugar era silencioso porque poucas pessoas entravam lá.

Além disso, nessa sala tinha ar-condicionado e cadeiras disponíveis. Ou seja, era um ambiente confortável. Ana Carla concordou com a ideia. Então, decidimos que aquele seria o lugar da entrevista. Depois, a moça nos disse que continuaria na sala para resolver algumas questões no computador, mas avisou que ficaria em total silêncio. Concordei com essa condição.

Sentei-me de frente para Ana Carla e expliquei brevemente o processo da entrevista narrativa, tal como é recomendado na metodologia. Logo em seguida, avisei que iria começar a gravar e então fiz a pergunta gatilho: como é o passo-a-passo de fazer um *cover* no K-pop, a partir da tua experiência?

Inicialmente, Ana Carla começou a me responder demonstrando nervosismo. Pouco tempo depois, ela pediu para eu parar de gravar e reiniciar. Tentei acalmá-la lembrando que não era um estranho, mas sim um amigo que já a conhecia há um tempo e que estava lá no CUCA todas as semanas. Senti que minha fala pareceu ajudá-la no momento, pois, quando reiniciei a gravação, o tom de voz dela soou mais calmo e a resposta foi dada com naturalidade.

Devo assumir que também estava um pouco nervoso, mas meu medo estava relacionado ao fato de aquela ser a primeira vez que eu estava aplicando uma entrevista narrativa. No final, afirmo que gostei dessa experiência.

Durante a entrevista, a fala de Ana Carla que mais me marcou foi a seguinte:

*[...] uma das minhas maiores inseguranças também era dançar com meu cabelo, né? Do jeito que ele é. E as meninas foram super receptivas comigo, elas em momento nenhum falaram assim “Ana Carla, você precisa alisar o seu cabelo”, e isso era um dos maiores gatilhos pra mim, sabe? Eu tinha muito problema de autoestima naquela*

*época. Aí, uma das meninas fez um penteado que realçava meu cabelo e eu fiquei, tipo, muito feliz que eu ficava bonita no figurino junto com meu cabelo original. Foi ali que eu me senti que... a parte de ser aceita pelo grupo, eu senti ali, que elas não cobravam estética, sabe? (Ana Carla, entrevista narrativa).*

Outras meninas do Primadonna mencionaram para mim que em tempos anteriores, em outros grupos, não seria estranho que outros dançarinos pedissem que alguém alisasse o cabelo ou o pintasse para ficar igual ao do *idol*. Contudo, essa não é uma prática tão comum atualmente. Agora, as pessoas que mexem na aparência para se igualar aos cantores são as que querem fazê-lo por gostarem de mudar o visual. No meu ponto de vista, isso é positivo porque presenciei em Fortaleza vários grupos de K-pop dançando com diversas características e traços genéticos que não são vistos normalmente nos grupos sul-coreanos.

Ao final da entrevista, que durou cerca de vinte minutos, Jéssica e Mily apareceram na sala. Nós quatro caminhamos para a área aberta do CUCA Mondubim, conversando um pouco sobre grupos femininos e a paixão pela dança. Após isso, fui embora em direção ao metrô e elas foram em direção à parada de ônibus.

### **7.6.2 Ana Paula**

A segunda entrevista aconteceu no dia 7 de maio de 2022. Conversei com Ana Paula pelo WhatsApp para marcar o dia e o horário. Ela me convidou para realizar a entrevista na casa dela logo após o ensaio. Naquele dia, o ensaio foi bem longo. Depois de almoçarmos uns sanduíches que são vendidos do lado de fora do CUCA Mondubim, fomos de Uber para a casa dela, chegando ao condomínio depois das 2 horas da tarde.

Durante o almoço e a viagem de Uber, eu tinha começado a conversar com ela sobre o processo da entrevista narrativa. Ao chegarmos à casa, o marido dela estava na sala jogando videogame. Cumprimentei-o. Depois, eu e Ana Paula nos sentamos ao redor da mesa de jantar, onde a gatinha dela também estava. Cumprimentei-a. Bebemos água e logo depois avisei que iria começar a gravar. Em seguida, fiz a pergunta gatilho.

A entrevista seguiu por quase quarenta e oito minutos. Ana Paula não poupou palavras. Senti vontade de chorar em pelo menos dois momentos daquela conversa: quando ela contou sobre os momentos em que o Primadonna quase acabou e quando ela falou sobre a importância do grupo para a vida dela. Aquela foi uma conversa repleta de emoções.

Ao final da entrevista, Ana Paula trouxe sorvete e comemos um pouco. Enquanto isso, conversamos sobre o desenrolar da pesquisa, sobre os padrões de beleza sul-coreanos em relação à magreza e sobre como existiam algumas pessoas na cena fortalezense que

alimentavam tais padrões. Saí dessa conversa sabendo que, pelo menos, essas pessoas eram a minoria. Depois disso, despedi-me de Ana Paula e dos outros moradores e segui para casa de ônibus.

### 7.6.3 Gabriela

No dia 28 de maio de 2022, aconteceu a terceira entrevista. Havia combinado com Gabriela anteriormente pelo WhatsApp que poderíamos realizar a entrevista da mesma forma que foi com as outras integrantes: logo após o ensaio.

Dessa forma, quando o Primadonna encerrou suas atividades presenciais semanais por volta da 1 hora da tarde, eu e Gabriela comemos na lanchonete que fica do lado de fora do CUCA Mondubim e depois fomos em busca de um lugar para a entrevista. Como resultado, realizamos a entrevista na mesma sala onde conversei com Ana Carla, a sala da DCCDHDS.

Com a permissão dos funcionários da Rede CUCA, sentamo-nos ao redor de uma mesa e iniciamos o processo: expliquei como a entrevista narrativa funcionava, avisei que começaria a gravação e fiz a pergunta gatilho.

Dentre todas as conversas, essa foi a mais longa, durando pouco mais de uma hora. Gabriela me contou sobre a criação do Primadonna, os vários problemas que ela e o grupo tiveram, como tudo foi solucionado e quais eram as expectativas e os sonhos dela com o grupo. No decorrer desta entrevista, achei interessante como as histórias das meninas pareciam se complementar, como se fossem parte de uma colcha de retalhos.

Dentre os destaques da conversa, trago o momento em que Gabriela (entrevista narrativa) falou sobre não pretender sair do grupo:

*[...] eu acho assim que vai chegar o momento que talvez eu não dance mais, mas eu não acho que vá chegar o momento em que eu vou sair do Primadonna, sabe? [...] como outros grupos anteriores, eles meio que elevaram isso pra outros patamares, de se desenvolverem eventos, de se desenvolverem companhias, de se desenvolverem projetos. Vai virar uma marca de alguma outra coisa, não sei. Então, assim, eu não sei pro que o Primadonna vai evoluir num futuro. [...] Mas eu acho que nunca vai chegar o momento em que a Gabriela vai abrir a boca e dizer “Ah, eu vou sair do Primadonna”. Não acho. Eu acho que vai chegar a um momento em que o grupo vai virar outra coisa.*

Depois da entrevista, por estarmos cansados, acabamos dividindo um Uber, adicionando duas paradas no aplicativo, a primeira na casa dela e a segunda na minha. Voltamos continuando a conversa, abordando sobre as modificações de aparência que as pessoas costumavam realizar antes para participarem das competições. Gabriela me falou de um caso

em que uma menina pintou o cabelo de duas cores somente para dançar uma música uma vez. Cheguei em casa quase 4 horas da tarde.

#### **7.6.4 Jéssica**

A última entrevista aconteceu no dia 4 de junho de 2022, com Jéssica. Da mesma forma, combinei com ela anteriormente pelo WhatsApp para conversarmos logo após o ensaio. Normalmente, ela volta para casa de ônibus com Ana Carla. Por isso, Jéssica a chamou para esperar pelo final da entrevista perto da gente para que ela não ficasse sozinha.

Pensei em utilizar a mesma sala do CUCA onde realizei as outras entrevistas, mas esta estava trancada dessa vez. Depois de uma volta pelos arredores do ambiente, não encontramos nenhum lugar adequado para a conversa, até que avistamos um dos funcionários e pedimos o uso da sala da DCCDHDS para a aplicação da entrevista. O rapaz consentiu e abriu a sala para nós. Acredito que tudo estava trancado porque aquele era o horário de almoço dos funcionários.

Em seguida, nós três – eu, Jéssica e Ana Carla – entramos na sala e nos sentamos ao redor de uma mesa. A partir daí, iniciei o mesmo processo: expliquei a metodologia, avisei que iria começar a gravar e fiz a pergunta gatilho.

Dentre as quatro entrevistas, aquela foi a que mais fiz perguntas diferentes, pois o relato de Jéssica contava com especificidades das vivências dela além do Primadonna, abordando o K-pop em Fortaleza desde 2008.

Durante a entrevista, cheguei a ser surpreendido por não saber que Jéssica foi a líder do grupo Yeppeun Girls, o qual venceu a competição do Sana em 2013. Sabia que ela era parte do grupo, mas não sabia do papel de liderança. Já tinha visto e gravado algumas apresentações do Yeppeun Girls no Sana por volta de 2012 por causa de um amigo meu, pois ele é primo de uma das meninas que era integrante do grupo. Dessa forma, antes de entrar em campo, já havia visto Jéssica algumas vezes, mas nunca tinha sido apresentado a ela, o que somente aconteceu durante minha experiência com o Primadonna.

Ao ouvir a gravação das conversas, percebi que a da Jéssica foi a que mais ri. Continha muitas histórias legais e informações que me ajudaram a compreender com mais profundidade a cena K-pop Cover, porém, infelizmente não couberam nesta pesquisa.

Após o final da entrevista, que durou cerca de quarenta e seis minutos, acompanhei Jéssica e Ana Carla até a parada de ônibus, onde conversamos um pouco sobre como foram as

outras entrevistas e sobre como estava o andamento desta pesquisa. Em seguida, depois que elas foram embora, fui para o metrô e voltei para casa.

## 7.7 Epílogo

Enquanto estava realizando as entrevistas narrativas entre abril e junho de 2022, acompanhei os ensaios do Primadonna com o intuito de ver quais seriam os próximos passos do grupo. Neste tempo, presenciei os ensaios que objetivaram melhorar e engrandecer a performance de “PTT”, a qual continuaria a ser apresentada em outros eventos durante o ano.

Contudo, para não dançar a mesma coreografia no Sana seguinte, o qual veio a acontecer em julho, as meninas iniciaram também o aprendizado de uma outra dança. Dessa forma, em cerca de três meses (entre abril e julho), enquanto ensaiavam “PTT”, elas prepararam ao mesmo tempo a performance de “Fancy” do grupo TWICE para o Sana. Depois deste Sana, rapidamente iniciaram a produção para o Sana seguinte, que está marcado para acontecer em janeiro de 2023. A agenda do grupo está lotada. Para lidar com toda a demanda, os encontros presenciais no CUCA Mondubim estão chegando a acontecer em outros dias da semana além do sábado e em turnos diferentes além do matinal.

Considero importante ressaltar que, na competição do Sana de julho, apesar do Primadonna não ter conseguido ficar no pódio, o primeiro e o segundo lugar foram de grupos femininos dançando coreografias femininas. Ou seja, um grupo feminino ganhou a competição do Sana pela primeira vez em nove anos. Isso aponta para o surgimento de uma mudança no cenário, o que deixou o Primadonna motivado para a próxima competição.

Gabriela acredita que a conquista do primeiro lugar no Sana depende somente da dedicação e do esforço do Primadonna. Anteriormente, a líder acreditava que conseguir tal colocação no evento era um sonho quase impossível, mas, devido à longa experiência na cena *cover*, ela percebe que esta meta agora é realizável. Concordando com Gabriela, Ana Paula disse:

*[...] o nosso sonho sempre foi conseguir pelo menos tirar o primeiro lugar no Sana. [...] E isso a gente ainda não alcançou, né? Mas eu acho que a gente tá muito mais perto do que antes. Então, a experiência deu esse lugar. E o que eu quero pra gente, [...] é a gente conseguir essa etapa de tirar primeiro lugar no Sana pra depois a gente pensar, talvez, em eventos fora, sabe? [...] talvez, conseguir viajar a alguns eventos fora daqui, né, pra competir fora. São Paulo, Recife. (Ana Paula, entrevista narrativa).*

Com os efeitos da pandemia enfraquecendo, a cena K-pop Cover fortalezense retornou no decorrer do ano de 2022 para o circuito movimentado de eventos, o qual estava

suspensão desde 2020. Basicamente, na atualidade, uma nova competição está surgindo todo mês. Ademais, os eventos em shopping, que não são competitivos, também voltaram a ativa.

Tendo em mente a volta para a normalidade, percebo que os projetos de vídeo para o YouTube ficaram completamente em segundo plano para o Primadonna. Tal aconteceu porque o foco das meninas e o que elas mais gostam na cena K-pop Cover está nas performances presenciais para um público.

Em relação à minha experiência em campo, devo relatar que ela aconteceu em um período conturbado. Devido ao coronavírus, o contato presencial foi completamente desfalcado por meses e eventos foram adiados ou cancelados, como foi o caso do Sana, o que me fez optar por passar três meses extras com o grupo.

Gabriela chegou a comentar que se eu tivesse acompanhado o Primadonna em 2019, veria o quanto a produção do grupo e a cena *cover* estavam movimentadas. Isso me fez pensar que, se achei a quantidade de dados para este relato extensa, ela seria ainda maior em um período sem a pandemia.

Apesar dos problemas destacados acima, a tal normatividade que Como... (2020) mencionou que deve ser encontrada durante o mergulho etnográfico fez sentido para mim. Por intermédio da observação participante e das entrevistas narrativas, como pode ser visto a partir das descrições apresentadas neste relato etnográfico, sinto que consegui: internalizar diferentes metodologias para o desenvolvimento das performances, compreender lados positivos e negativos de cada abordagem e aprender sobre os comportamentos aceitáveis e inaceitáveis no contexto de produção das coreografias. Em resumo, com o passar de muitos meses em campo, percebi que tudo aquilo que era essencial para ser membro da cena K-cover havia se tornado cotidiano para mim.

Ao rever alguns vídeos dos primeiros ensaios que acompanhei, percebi alguns dos problemas que as meninas apontavam na performance. Antes, enquanto o Primadonna xingava a execução da coreografia nos vídeos delas, eu achava tudo perfeito e sem defeitos. Por isso, acredito que meu senso crítico aumentou com o passar do tempo. Claro, estou muito distante de ter o mesmo olhar que elas, mas percebi mudanças na minha forma de observar a dança.

Além do conhecimento acerca do K-pop em Fortaleza, levo comigo através da experiência etnográfica a minha amizade com o Primadonna, afinal, não estive em campo somente nos momentos de desenvolver e apresentar coreografias. As meninas me convidaram para: a festa de Halloween delas, a confraternização natalina delas (que também celebrou o aniversário do grupo), a dinâmica do amigo secreto, festas de aniversário, etc. Em específico,

fiquei bem emocionado quando elas prepararam e compartilharam uma felicitação pelo meu aniversário no Instagram do Primadonna. Senti-me parte do grupo.

Os laços desenvolvidos tornaram difícil a minha saída do campo. Contudo, eu precisava sair para que a pesquisa fosse finalizada. Dessa forma, após junho de 2022, continuei acompanhando o Primadonna, agora como amigo e fã.

Para além dos meus laços, o Primadonna aparenta estar muito feliz com a formação atual do grupo, o que ficou claro a partir do agradecimento que Gabriela fez para todas as meninas logo após o Sana Reencontro:

*Gente, quero agradecer do fundo do meu coração pela nossa comunicação, pela nossa harmonia. Chegamos a um ponto no Primadonna aonde não temos brigas entre nós. E que todos desentendimentos sempre são resolvidos com muita conversa e diálogo. Obrigada realmente, do fundo do meu coração, por todas terem ajudado a desenvolver um ambiente de paz e muita conexão. Tenho muita sorte de ter todas vocês. [...] Foi foda, demorou pra caralho pra chegar até aqui, mas o que a gente tem é literalmente muito raro. Bora seguir sempre pensando no que é melhor pro grupo, em como evoluir o Primadonna cada vez mais. Sempre transformando a gente em um grupo forte, unido, e acima de tudo, amigo, ok? (Gabriela, grupo do WhatsApp).*

Além de vencer competições e viajar para performar em outros estados ou países com o grupo, Gabriela e Ana Paula compartilharam comigo quais eram os sonhos a longo prazo que elas possuem para o Primadonna, destacando a importância do grupo na vida delas. Por fim, gostaria de encerrar o relato etnográfico com essas projeções que foram relatadas para mim.

*E uma coisa que eu tenho muita vontade de fazer com o Primadonna, né, é que o grupo se perpetue, entende? Que consiga passar pra outras gerações. Eu imagino muito a Carla na frente, entendeu? Tipo, coordenando o grupo daqui a algum tempo. O nome Primadonna... [...] que o grupo consiga permanecer esse nome de peso [...] pra além de um grupo de dança, eu vejo Primadonna muito como um grupo de amigas, entendeu? Onde eu encontrei acolhimento, onde eu encontrei pessoas que eu quero levar pro resto da minha vida. Amigas de verdade, entendeu? Onde eu amadureci junto com elas. A gente brigava por besteira e a gente amadureceu junto. E eu quero que o Primadonna seja esse espaço pra outras pessoas também. Pra outras meninas, de outra geração. (Ana Paula, entrevista narrativa).*

*Meu sonho [...] é que a gente seja referência no que a gente faz, né? [...] e que um dia a gente possa se desenvolver de tal forma em que as pessoas sempre vão se lembrar da gente da mesma forma que eu lembro os grupos anteriores, entendeu? Assim, porque... é... nossa, eu até me emociono um pouco quando eu falo isso porque quando eu lembro dos grupos anteriores assim, eu fico pensando... cara, eles eram tanto a referência, hoje em dia eu falo deles sendo que eu vivi na mesma época em que eles estavam lá, mas eu era muito mais amadora, eu era muito muito mais iniciante e eu via eles assim em outro patamar, em outro nível. E eu ficava tipo assim “Puts, o Dancemotion!” “Puts, o Tsubasa Kuro!” “Puts, as Yeppeun Girls!”. E hoje em dia, a Jéssica, que é do Yeppeun Girls, dança com a gente. Sabe? Então, eu fico pensando assim... cara, eu quero chegar a um ponto em que as outras pessoas vão olhar o Primadonna com a mesma grandiosidade, com a mesma magnificência, que eu olhava os grupos anteriores. (Gabriela, entrevista narrativa).*

## 8 CONCLUSÃO

O advento da Internet foi essencial para que o K-pop chegasse ao cotidiano fortalezense. Como foi apresentado no decorrer da pesquisa, o YouTube foi uma das ferramentas mais utilizadas para que os jovens locais conhecessem o universo pop da música sul-coreana. Entretanto, além do YouTube e das animações japonesas, também apontadas como uma das formas por meio das quais os jovens conheceram os grupos musicais sul-coreanos, a popularização deste universo aconteceu posteriormente por outros fatores, também debatidos na pesquisa. Primeiro: as competições de dança que aconteceram em eventos como o Sana - foi por meio deste que a fundadora do Primadonna conheceu o K-pop. Segundo: a viralização do videoclipe Gangnam Style de PSY no YouTube. Terceiro: a inserção dos *idols* e das músicas sul-coreanas no circuito musical ocidental a partir de colaborações com artistas ocidentais, de turnês mundiais e de participações ou indicações em premiações relevantes no contexto pop ocidental, como o Grammy.

Com as informações dispostas acima, infere-se que não só o acesso e a popularização do K-pop está fortemente conectada à Internet, mas também seu consumo. Tendo em mente que não são produzidas versões físicas nacionais dos álbuns sul-coreanos, os quais precisam ser importados para serem adquiridos no Brasil, o consumo das músicas e dos vídeos do K-pop cotidianamente acontecem via Internet, a partir de aplicativos como YouTube, Spotify ou outros serviços de *streaming* musical.

Além do consumo das músicas e dos vídeos, os K-poppers consomem outros produtos ou materiais culturais indiretos relacionados ao K-pop, chegando a estender o apreço pela música para a cultura sul-coreana como um todo. Para exemplificar, são consumidas as roupas dos *idols*, a língua sul-coreana, as produções audiovisuais sul-coreanas, a culinária do país, entre outros. Isso pôde ser visualizado a partir da experiência etnográfica com o Primadonna, na qual foi comum acontecerem conversas acerca de assuntos paralelos da *Hallyu* como os K-dramas. Ainda, ressalta-se que aconteciam conversas sobre a cultura pop em geral, o que também significa dizer que um K-popper não necessariamente gosta somente de K-pop. Como apresentado por Hall (2008) e Borelli, Rocha e Oliveira (2009), as pessoas possuem múltiplas identidades, as quais podem modificar-se no decorrer do tempo, pois a construção identitária é um processo sem fim.

Com base em Canclini (1999), considerando que o consumo age na construção individual e na distinção do outro, quando um K-popper consome os produtos (materiais ou imateriais) advindos da música pop sul-coreana, ele cria a imagem do que é ser um K-popper.

Devido à similaridade no consumo e no gosto que eles possuem entre si, os K-poppers acabam adquirindo características similares. Como exemplo, além do gosto compartilhado pelas músicas e pelos videoclipes, os jovens K-poppers possuem indumentárias preferidas inspiradas nos *idols*, o que pode ser observado a partir da Moda K-pop, e possuem até mesmo gírias internas. Ademais, foi exposto nesta dissertação que a maneira como os fãs consomem não é necessariamente acrítica, sendo demonstrado a partir do descontentamento que os fãs possuem acerca do processo de fabricação dos *idols*.

Haja vista que os sujeitos são críticos e que os seus próprios e únicos contextos sócio-históricos estão envolvidos no processo do consumo, é importante ressaltar que os consumidores realizam releituras e criam materiais com base no que consomem. No contexto do K-pop, ressaltando as práticas de fãs, foi apresentado que os jovens se envolvem em manifestações políticas e realizam doações em nome dos seus ídolos. Além dessas práticas, o foco desta dissertação voltou-se para a criação dos grupos de dança *cover*.

No caso da experiência etnográfica, o lado crítico das jovens dançarinas, que também são fãs, pôde ser percebido no momento em que elas criticaram as habilidades de dança de alguns *idols*, reconhecendo quem são os melhores dançarinos nos grupos sul-coreanos e utilizando estes como base para aperfeiçoar a execução das coreografias *cover*. O fato de que o Sana e outras competições locais avaliam as performances de K-pop sem base na execução da coreografia original aflora o lado criativo dos jovens.

A produção das performances coreográficas no cenário da dança *cover* é mais relacionada ao estudo, à interpretação e ao aperfeiçoamento da dança do que à produção de uma imitação, o que pode ser relacionado ao conceito de *cover* tratado no capítulo 3: existe o *cover* que busca a imitação mais fiel possível e o que traz uma nova interpretação ao material lançado previamente.

Constata-se que a produção de performance coreográfica na cena K-cover possui diversas especificidades. Por exemplo, os diferentes contextos para as apresentações (que podem ser para o YouTube, para competições ou para um evento sem intuito competitivo em *shopping*) trazem diferentes escolhas para os jovens acerca da dificuldade da coreografia a ser escolhida, do tipo de empenho a ser utilizado para a produção do figurino, do quão recente deve ser a coreografia, dentre outros. Por isso, era comum ouvir as meninas do Primadonna comentando: tal música é perfeita para competir, ou tal música é melhor para o YouTube, ou tal música iria proporcionar muitos gritos do público em um *shopping*.

Também se constata que a prática da dança *cover* é composta por pessoas que não só gostam das músicas, como possuem uma paixão pela dança. Talvez, a experiência em um

grupo possa aflorar o interesse pela dança. Percebe-se que as integrantes do Primadonna compartilham a paixão por dançar e que elas levam as apresentações a sério, como se fosse um trabalho, demandando tempo, dinheiro e esforço. Curiosamente, podem existir pessoas em um grupo de dança de K-pop que não se considerem fãs das produções sul-coreanas, mas fãs de dança. Esse foi o caso da Milena – integrante do Primadonna. Ainda, o interesse pela performance pode, em alguns casos, transformar a paixão em profissão, tal como pode ser visto a partir do relato de Jéssica – integrante do Primadonna – acerca de pessoas que ela conheceu no contexto do K-pop Cover.

Apesar dos problemas encontrados em campo em virtude de a pesquisa ter acontecido no contexto da pandemia, acredita-se que a normatividade esperada de ser alcançada em um mergulho etnográfico foi encontrada porque, com o passar do tempo em campo, foi possível aprender e internalizar comportamentos aceitáveis e inaceitáveis no contexto de produção das coreografias pelas jovens. Ademais, foram percebidas diversas metodologias para o aprendizado de passos, cada uma adequada para um contexto diferente, tal como apresentado no relato etnográfico.

Ainda que a estadia em campo tenha acontecido em meio a um período conturbado, conclui-se que devido a tal contexto esta dissertação pôde retratar um período específico na cena *cover*, pois os grupos *covers* tiveram de reinventar suas produções para manter a paixão pelo K-pop e pela dança em atividade.

Nota-se também que as políticas públicas para a juventude são importantes para que a prática do K-cover se mantenha em Fortaleza, pois os jovens se utilizam principalmente das sedes da Rede CUCA para realizarem ensaios. Durante o movimento Rede CUCA Resiste, ficou claro que muitos grupos de dança não conseguiriam se manter em atividade com a mesma qualidade caso os complexos da Rede CUCA fechassem. O Primadonna, por exemplo, não tinha como pagar uma academia de dança mensalmente e os ensaios em praças envolviam insegurança, queimaduras de pele, banhos de chuva, machucados nos joelhos e outros aspectos que reduziam a produtividade do grupo.

A quantidade de grupos que ensaia na Rede CUCA e a quantidade de jovens que dançam na cena enquanto possuem auxílios como o Bolsa Jovem demonstram que uma parcela expressiva da juventude K-pop Cover é da periferia. Esse não foi um assunto bem aprofundado nesta dissertação. Por isso, acredita-se que há lacunas interessantes a serem estudadas na relação da periferia com o K-pop no contexto da capital cearense. Além disso, considerando que a Rede CUCA é uma política local, o contexto de outros estados brasileiros acerca dos grupos de dança *cover* talvez possa ter menos conexão com a juventude periférica.

Também se ressalta que a inserção das coreografias sul-coreanas no contexto fortalezense traz releituras e interpretações específicas. Isso pode ser visto com as brincadeiras sobre as letras das músicas ou a associação dos passos de dança a materiais culturais locais. A relação de alguns passos de dança da música “PTT” com o brega funk é um exemplo disso.

Ademais, a diversidade de corpos, raças e idades na performance fazem o K-pop fortalezense diferente do K-pop sul-coreano. Meninos dançando coreografias femininas, meninas dançando coreografias masculinas, silhuetas que os sul-coreanos considerariam impossíveis para *idols*, um grupo com pessoas entre 18 e 30 anos. Tudo isso contribui para o pensamento que, depois das produções serem lançadas aos públicos, cada um, com seu contexto específico, pode trazer algo de novo ou de diferente para algo que já existe, afinal, o próprio K-pop surgiu dessa forma: uma releitura das produções musicais e coreografias estadunidenses.

Espera-se que esta pesquisa possa contribuir para outros estudos na área.

## REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. A indústria cultural: o iluminismo como mistificação de massas. *In*: LIMA, Luiz Costa. **Teoria da cultura de massa**. Tradução de Júlia Elisabeth Levy. São Paulo: Paz e Terra, 2002. p. 169-214.

Agência de Desenvolvimento do Estado do Ceará - ADECE. **Localização geográfica estratégica**. 2014. Disponível em: <https://www.adece.ce.gov.br/2014/06/11/localizacao-geografica-estrategica/>. Acesso em: 23 mar. 2022.

ALVES, Nágela Rapôso. **CUCA - Uma experiência de política pública municipal de jovens em Fortaleza**. 2013. 128 f. Dissertação (Mestrado Profissional em Planejamento e Políticas Públicas) – Centro de Estudos Aplicados, Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza, 2013. Disponível em: [http://bdtd.ibict.br/vufind/Record/UECE-0\\_86e5c7c3f0195c36ca8cfac0a7c481a1](http://bdtd.ibict.br/vufind/Record/UECE-0_86e5c7c3f0195c36ca8cfac0a7c481a1). Acesso em: 30 maio 2022.

AMARAL, Adriana. Etnografia e pesquisa em cibercultura: limites e insuficiências metodológicas. **Revista USP**, São Paulo, n. 86, p. 122-135, jun./ago. 2010.

APÓS 18 plásticas, britânico fã do BTS passa a se identificar como coreano. **Exame**, 30 jun. 2021. Disponível em: <https://exame.com/casual/apos-18-plasticas-britanico-fa-do-bts-passa-a-se-identificar-como-coreano/>. Acesso: 11 mar. 2022.

ARAÚJO, Alessandra Oliveira. **Trajetórias Juvenis nas ondas da rádio-escola**. 2008. 191f. Dissertação (Mestrado em Educação) - Curso de Educação Brasileira, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2008.

ARAÚJO, Alessandra Oliveira. **Biograficidade: a arte urbana na formação de si e do espaço**. 2017. 296 f. Tese (Doutorado em Educação) - Curso de Educação Brasileira, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2017. Disponível em: [https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/3362/1/2008\\_Dis\\_AOAraujo.pdf](https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/3362/1/2008_Dis_AOAraujo.pdf). Acesso em: 22 jul. 2022.

ARAÚJO, Ana Maria Matos; CARLEIAL, Adelita Neto. O processo de metropolização em Fortaleza: uma interpretação pela migração. **Scripta Nova: Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales**, Barcelona, v. 94, n. 73, 01 ago. 2001. Disponível em: <http://www.ub.edu/geocrit/sn-94-73.htm>. Acesso em: 30 maio 2022.

ARAÚJO, Felipe. Confucionismo. **InfoEscola**, 2023. Disponível em: <https://www.infoescola.com/filosofia/confucionismo/>. Acesso em: 16 maio 2023.

ARAÚJO, Laura Filomena Santos de *et al.* Diário de pesquisa e suas potencialidades na pesquisa qualitativa em saúde. **Revista Brasileira de Pesquisa em Saúde**, Vitória, v. 15, n. 3, p. 53-61, jul./set. 2013. Trimestral.

ARAÚJO, Luísa Silveira de. BTS, BLACKPINK e Red Velvet: 7 idols de K-pop que fizeram feats com artistas ocidentais. **Pure Break**, 13 set. 2021. Disponível em: <https://www.purebreak.com.br/noticias/bts-blackpink-e-mais-7-feats-de-idols-de-K-pop-com-artistas-ocidentais/100593>. Acesso em: 11 mar. 2022.

ARRUDA, Jéssica. Black Lives Matter: entenda movimento por trás da hashtag que mobiliza atos. **Universa Uol**, 3 jun. 2020. Disponível em: <https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2020/06/03/black-lives-matter-conheca-o-movimento-fundado-por-tres-mulheres.htm>. Acesso em: 7 de out. 2021.

AVALON. Direção: Barry Levinson. Produção: Barry Levinson, Mark Johnson. Roteiro: Barry Levinson. Música: Randy Newman. [S. l.]: Tristar Pictures, Baltimore Pictures, 1990. (126 min.), son., color. Legendado.

ÁVILA, Isabela. Conheça artistas coreanos que são embaixadores da moda. **Koreain**, 31 maio 2021. Disponível em: <https://revistakoreain.com.br/2021/05/lista-conheca-artistas-coreanos-que-sao-embaixadores-da-moda/>. Acesso em: 11 mar. 2022.

BAENINGER, Rosa; DEMÉTRIO, Natália Belmonte; DOMENICONI, Joice (coord.). **Atlas Temático: Observatório das Migrações em São Paulo e Observatório das Migrações no Estado do Ceará – Migrações Internacionais, Região Nordeste**. Campinas: Nepo/Unicamp, 2019. 204 p. Disponível em: [https://www.nepo.unicamp.br/publicacoes/\\_atlasnordeste.php](https://www.nepo.unicamp.br/publicacoes/_atlasnordeste.php). Acesso em: 30 maio 2022.

BALDUCCI, Gustavo. Fãs do BTS lançam campanha em parceria com a Fiocruz. **Capricho**, 25 maio 2021. Disponível em: <https://capricho.abril.com.br/entretenimento/fas-do-bts-lancam-campanha-em-parceria-com-a-fiocruz/>. Acesso em: 11 mar. 2022.

BALDUCCI, Gustavo. Fãs do BTS promovem campanha para ajudar Petrópolis após chuvas intensas. **Capricho**, 18 fev. 2022. Disponível em: <https://capricho.abril.com.br/entretenimento/fas-do-bts-promovem-campanha-para-ajudar-petropolis-apos-chuvas-intensas/>. Acesso em: 11 mar. 2022.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008. 199 p.

BENEVIDES, Márcio Fonseca. **Música além da música: uma etnocartografia dos afetos e das coletividades na cena rock de Fortaleza-CE**. 2019. 336 f. Tese (Doutorado em Sociologia) – Programa de Pós-graduação em Sociologia, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2019. Disponível em: [https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/45664/3/2019\\_tese\\_mfbenevides.pdf](https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/45664/3/2019_tese_mfbenevides.pdf). Acesso em: 30 maio 2022.

BERMÚDEZ, Ana Carla. As melhores universidades do mundo, segundo o ranking do THE. **Uol Educação**, São Paulo, 2 set. 2020. Disponível em: <https://educacao.uol.com.br/noticias/2020/09/02/as-melhores-universidades-do-mundo-segundo-o-ranking-do-the.htm?cmpid=copiaecola>. Acesso em: 5 jun. 2021.

BILLBOARD. **Billboard Hot 100**. 2022. Disponível em: <https://www.billboard.com/charts/the-billboard-hot-100/>. Acesso em: 22 fev. 2022.

BILLBOARD. **Blackpink**. 2022. Disponível em: <https://www.billboard.com/artist/blackpink/chart-history/ats/>. Acesso em: 22 fev. 2022.

BILLBOARD. **BTS**. 2022. Disponível em: <https://www.billboard.com/artist/bts/chart-history/asi/>. Acesso em: 22 fev. 2022.

BLACKPINK: Light Up the Sky. Direção: Caroline Suh. Produção: Cara Mones, Jon Kamen, David Sirulnick e Zara Duffy. [S. l.]: RadicalMedia, YG Entertainment e Netflix, 2020. (79 min.), son., color. Legendado.

BONDÍA, Jorge Larrosa. Notas sobre a experiência e o saber de experiência. **Revista Brasileira de Educação**, Campinas, n. 19, p. 20-28, jan./abr. 2002. Quadrimestral. Tradução de João Wanderley Geraldi. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rbedu/n19/n19a02.pdf>. Acesso em: 5 jun. 2021.

BORELLI, Silvia H. S.; ROCHA, Rose de Melo; OLIVEIRA, Rita de Cássia Alves (org.). **Jovens na cena metropolitana: percepções, narrativas e modos de comunicação**. São Paulo: Paulinas, 2009. 183 p.

BREGA funk: confira os hits que estouraram em todo o Brasil. **Deezer**, 3 dez. 2021. Disponível em: <https://www.deezer-blog.com/br/brega-funk/>. Acesso em: 31 maio 2022.

BRUNO, Lia. Competidores do Sana anunciam boicote ao evento após apoio de diretor a Bolsonaro. **OPovo**, 2018. Disponível em: <https://www.opovo.com.br/noticias/politica/2018/10/competidores-do-sana-boicote-apos-apoio-de-diretor-a-jair-bolsonaro.html>. Acesso em: 7 out. 2021.

BUDIMAN, Abby. Koreans in the U.S. Fact Sheet – Korean population in the U.S., 2000-2019. **Pew Research Center**, 29 abr. 2021. Disponível em: <https://www.pewresearch.org/social-trends/fact-sheet/asian-americans-koreans-in-the-u-s/>. Acesso em: 11 mar. 2022.

CAMBRIDGE DICTIONARY. **Hobby**. 2022. Disponível em: <https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles/hobby>. Acesso em: 16 maio 2022.

CAMPI, Eric. A onda K-pop: Como a redemocratização da Coreia culminou no surgimento do K-pop. **Mad Sound**, 13 maio 2019. Disponível em: <https://www.madsound.com.br/K-pop-1-redemocratizacao-coreia/>. Acesso em: 7 out. 2021.

CAMPOS, Mateus. Fortaleza. **Mundo Educação**, 2022. Disponível em: <https://mundoeducacao.uol.com.br/geografia/fortaleza.htm>. Acesso em: 31 maio 2022.

CANCLINI, Néstor García. **Culturas híbridas**. São Paulo: Universidade de São Paulo, 1997. 392 p.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. 4. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 1999. 292 p.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. **O lugar no/do mundo**. São Paulo: FFLCH, 2007. 85 p. Disponível em: [https://gesp.fflch.usp.br/sites/gesp.fflch.usp.br/files/O\\_lugar\\_no\\_do\\_mundo.pdf](https://gesp.fflch.usp.br/sites/gesp.fflch.usp.br/files/O_lugar_no_do_mundo.pdf). Acesso em: 30 maio 2022.

CARLOS, Giovana Santana. **O(s) fã(s) da cultura pop japonesa e a prática de scanlation no Brasil**. 2011. 198 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Linguagens) - Curso de Comunicação e Linguagens, Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba, 2011. Disponível em: <https://pt.slideshare.net/Gio85/os-fs-da-cultura-pop-japonesa-e-a-prtica-de-scanlation-no-brasil>. Acesso em: 22 jul. 2022.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Tradução de Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Zahar, 2003. 243 p.

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**: a era da informação: economia, sociedade e cultura. v.2. Tradução de Klauss Brandini Gerhardt. São Paulo: Paz e Terra, 1999. 530 p.

CASTRO, Mariangela. Em parceria com BTS, McDonald's lança acessórios e combo com toque coreano. **CNN Brasil**, São Paulo, 26 maio 2021. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/business/em-parceria-com-bts-mcdonalds-lanca-acessorios-e-combo-com-toque-coreano/>. Acesso: 11 mar. 2022.

CAVALCANTE, Peregrina Fátima Capelo. Travessias em movimento: os imigrantes em fortaleza. In: CHAVES, Gylmar; VELOSO, Patrícia; CAPELO, Peregrina (org.). **Ah, Fortaleza!** 2. ed. Fortaleza: Terra da Luz Editorial, 2009. p. 112-129.

CENTRO CULTURAL BOM JARDIM - CCBJ. **Centro Cultural Bom Jardim**. 2022. Disponível em: <https://ccbj.org.br/sobre-nos/centro-cultural-bom-jardim/>. Acesso em: 23 maio 2022.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**: artes de fazer. Tradução de Ephraim Ferreira Alves. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 1998. 352 p.

CINE SER VER LUZ. **Cine Ser Ver Luz**. 2022. Disponível em: <https://cineclubeserverluz.wordpress.com>. Acesso em: 23 maio 2022.

CIVITAS. **Nova York**. 2021. Disponível em: <https://www.novayork.net>. Acesso em: 16 jun. 2021.

COMO conduzir uma etnografia durante o isolamento - Prof. Daniel Miller, Univ. College of London. [S. l.: s. n.]. 2020. 1 vídeo (20m13s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=WC24b3nzp98>. Acesso em: 21 fev. 2020.

CORONATO, Giulia. A influência do K-pop na Indústria da Moda e quais marcas e artistas trabalham juntos. **Steal The Look**, 5 mar. 2021. Disponível em: <https://stealthelook.com.br/a-influencia-do-K-pop-na-industria-da-moda-e-quais-marcas-e-artistas-trabalham-juntos/>. Acesso: 11 mar. 2022.

CUNHA, Vinícius Ferreira. **A ascensão do pop coreano**: o boom do K-pop a trotes de cavalo, o papel da comunicação e as articulações com o modelo pop ocidental. 2013. 49 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Curso de Comunicação Social - Jornalismo, Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2013. Disponível em: <https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/3747/1/VCUNHA.pdf>. Acesso em: 22 ago. 2022.

DAMASCENO, Francisco José Gomes. As cidades da juventude em Fortaleza. **Revista Brasileira de História**, São Paulo, v. 27, n. 53, p. 215-242, 2007. Disponível em: <http://old.scielo.br/pdf/rbh/v27n53/a10v5327.pdf>. Acesso em: 31 maio 2022.

DANESI, Marcel. **Popular culture: introductory perspectives**. 4. ed. Si: Rowman & Littlefield, 2018. 264 p.

DAYRELL, Juarez. **A música entra em cena: o rap e o funk na socialização da juventude em Belo Horizonte**. 2001. 409 f. Tese (Doutorado em Educação) - Curso de Educação, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001. Disponível em: <https://pdfs.semanticscholar.org/6c04/1b1765113030830a3d1ecf3f8f3ba4874bf7.pdf>. Acesso em: 30 maio 2022.

DOO, Romy. Dangerously skinny K-pop girl groups. **The Korea Herald**, 26 set. 2016. Disponível em: <http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20160926000372>. Acesso: 11 mar. 2022.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo**. Tradução de Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: UFRJ, 2006. 303 p.

DUARTE, Eduardo. Desejo de cidade: múltiplos tempos, das múltiplas cidades, de uma mesma cidade. *In*: PRYSTHON, Angela (org.). **Imagens da cidade: espaços urbanos na comunicação e cultura contemporâneas**. Porto Alegre: Sulina, 2006. p. 100-114.

ECONOMIA é o que mais preocupa pessoas no surto da Covid-19. **Meio e Mensagem**, 27 mar. 2020. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/2020/03/27/pesquisa-economia-e-principal-preocupacao-das-pessoas-na-crise.html>. Acesso em: 5 jun. 2021.

FÃS de K-pop derrubam app feito para denunciar violência em protestos. **Uol Entretê**, 1 jun. 2020a. Disponível em: <https://entretimento.uol.com.br/noticias/redacao/2020/06/01/fas-de-k-pop-derrubam-app-feito-para-denunciar-violencia-em-protestos.htm>. Acesso em: 7 de out. 2021.

FÃS de BTS arrecadam mais de R\$ 40 mil para salvar o Pantanal. **Band Uol**, 27 set. 2020b. Disponível em: <https://www.band.uol.com.br/entretimento/fas-de-bts-arrecadam-mais-de-r-40-mil-para-salvar-o-pantanal-16310869>. Acesso em: 7 de out. 2021.

FÃS do BLACKPINK criticam repórter que disse que Jennie é gorda. **FM K'Pop Hits**, 2022. Disponível em: <https://www.fmkpophits.com/noticias/fas-do-blackpink-criticam-reporter-que-disse-que-jennie-e-gorda/>. Acesso em: 10 mar. 2022.

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e pós-Modernismo**. Tradução de Julio Assis Simões. São Paulo: Studio Nobel, 1995. 223 p.

FEBRE coreana no Cumbuco acaba e outras nacionalidades ganham espaço. **OPovo**, 24 mar. 2019. Disponível em: <https://mais.opovo.com.br/jornal/economia/2019/03/23/cumbuco-pos-coreanos.html>. Acesso em: 31 maio 2022.

FERREIRA, Aline. Conheça os anônimos que se tornaram famosos por causa da internet.

**TechTudo**, 02 mar. 2013. Disponível em:

<https://www.techtudo.com.br/artigos/noticia/2013/03/conheca-os-anonimos-que-se-tornaram-famosos-por-causa-da-internet.html>. Acesso em: 9 jun. 2021.

FERREIRA, Carlos Alexsander Lima. Onda Hallyu em Fortaleza: o fenômeno sul-coreano.

**Medium**, 22 jun. 2016. Disponível em: <https://medium.com/@integracaoestacio/onda-hallyu-em-fortaleza-o-phenomeno-sul-coreano-8780d547afb8>. Acesso em: 11 mar. 2022.

FOUCAULT, Michel. De espaços outros. **Estudos Avançados**, [S. l.], v. 27, n. 79, p. 113-

122, 2013. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/eav/article/view/68705>. Acesso em: 30 maio 2022.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011. 239 p.

FRANÇOZA, Douglas. K-pop no Grammy 2021: BTS recebe sua primeira indicação, mas BLACKPINK é ignorado. **Popline**, 24 nov. 2020. Disponível em:

<https://portalpopline.com.br/K-pop-no-grammy-2021-bts-recebe-sua-primeira-indicacao-mas-blackpink-e-ignorado/>. Acesso em: 22 fev. 2022.

FREITAS, Lígia Luis de. Juventude e Políticas Públicas: ProJovem Urbano. *In*: JOCA,

Alexandre Martins; FERNANDES, Dorgival Gonçalves (org.). **Juventudes: possibilidades em movimento**. Curitiba: CRV, 2017. Cap. 11. p. 137-148.

FUNES, E. A. Negros no Ceará. *In*: SOUZA, Simone de (org.). **Uma nova história do Ceará**. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2000.

FUSCO, Wilson; QUEIROZ, Silvana Nunes de; BAENINGER, Rosana. Asiáticos no Nordeste brasileiro. *In*: LVI CONGRESSO INTERNACIONAL DE AMERICANISTAS, 2018, [S. l.]. **Migraciones: Memoria del 56.º Congreso Internacional de Americanistas**, Aquilafuente e Ediciones Universidad Salamanca, 2018. p. 322-333. Disponível em:

<https://eusal.es/eusal/catalog/view/978-84-9012-929-6/4784/2558-1>. Acesso em: 31 maio 2022.

G1 CE. Novo Cuca do Pici inicia matrícula para 970 vagas em cursos e modalidades esportivas em Fortaleza; há 7 mil vagas na Rede Cuca. **G1**, 03 maio 2022. Disponível em:

<https://g1.globo.com/ce/ceara/suachance/noticia/2022/05/03/novo-cuca-do-pici-inicia-matricula-para-970-vagas-em-cursos-e-modalidades-esportivas-em-fortaleza-ha-7-mil-vagas-na-rede-cuca.ghtml>. Acesso em: 23 maio 2022.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 2008. 215 p.

GEYSER, Werner. 15 dos vídeos mais vistos do YouTube de todos os tempos [atualizado em 2023]. **Influencer Marketing Hub**, 2 dez. 2022. Disponível em:

<https://influencermarketinghub.com/br/videos-mais-vistos-youtube/>. Acesso em: 16 maio 2023.

GOOGLE MAPS. 2021. Disponível em:

<https://www.google.com/maps/dir/Seul,+Coreia+do+Sul/Fortaleza,+Ceará/@0.1918504,->

7.0953067,12255282m/data=!3m1!1e3!4m14!4m13!1m5!1m1!1s0x357ca2012d5c39cf:0x7e11eca1405bf29b!2m2!1d126.9779692!2d37.566535!1m5!1m1!1s0x7c74c3f464c783f:0x4661c60a0c6b37ca!2m2!1d-38.5270134!2d-3.7327203!3e4?hl=pt-BR. Acesso em: 10 jun. 2021.

GOZZER, Stefania. O lado obscuro da Coreia do Sul, descrita como ‘modelo’ a ser seguido pelo Brasil. **BBC News**, 16 fev. 2020. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-51450570>. Acesso em: 5 jun. 2021.

GREG News | K-pop. [S. l.: s. n.]. 2019. 1 vídeo (31m30s). Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=\\_UXBNf2N2Bw](https://www.youtube.com/watch?v=_UXBNf2N2Bw). Acesso em: 13 abr. 2021.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução de Tomaz Tadeu da Silva, Guaracira Lopes Louro. 4. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2000. 102 p.

HIMURA, NieSa. All About Super Junior (Profile and Photo Gallery). **EastAsiaLicious**, 07 dez. 2010. Disponível em: <https://niesa87himura.wordpress.com/2010/12/07/super-junior/>. Acesso em: 16 jun. 2021.

HINE, Christine. **Etnografia virtual**. Barcelona: Editorial UOC, 2004. 210 p.

HINE, Christine. **Ethnography for the Internet: embedded, embodied and everyday**. London: Bloomsbury, 2015. 221 p.

HO, Swee-Lin. Fuel for South Korea’s “Global Dreams Factory”: the desires of parents whose children dream of becoming K-pop stars. **Korea Observer**, [S. l.], v. 43, n. 3, p. 471-502, outono 2012. Trimestral.

HYUN-JU, Ock. Feminists criticize lookism, call for more diversified clothing sizes. **The Korea Herald**, 27 jul. 2017. Disponível em: <http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20170727000757>. Acesso: 11 mar. 2022.

IFPI. **Global Music Report 2021**. 2021. Disponível em: [https://www.ifpi.org/wp-content/uploads/2020/03/GMR2021\\_STATE\\_OF\\_THE\\_INDUSTRY.pdf](https://www.ifpi.org/wp-content/uploads/2020/03/GMR2021_STATE_OF_THE_INDUSTRY.pdf). Acesso em: 22 fev. 2022.

IMDB. **Seo Taiji & Boys**. 2021. Disponível em: <https://www.imdb.com/name/nm10865600/>. Acesso em: 16 jun. 2021.

JANNOTI JÚNIOR, Jeder. Entrevista – Will Straw e a importância da ideia de cenas musicais nos estudos de música e comunicação. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação | E-compós**, Brasília, v. 15, n. 2, maio/ago. 2012.

JESSI. ‘Beatallica’ Grup Band Kover The Beatles Rasa Metallica. **Jakartakita**, 17 mar. 2015. Disponível em: <https://jakartakita.com/2015/03/17/beatallica-grup-band-kover-the-beatles-rasa-metallica/>. Acesso em: 7 mar. 2022.

JOVCHELOVITCH, Sandra; BAUER, Martin W. Entrevista narrativa. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George (ed.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Tradução de Pedrinho A. Guareschi. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2003. Cap. 4. p. 90-113.

- JUN, Hannah. *Hallyu* at a Crossroads: the clash of Korea's soft power success and China's hard power threat in light of Terminal High Altitude Area Defense (THAAD) System Deployment. **Asian International Studies Review**, [S. l.], v. 18, n. 1, p. 153-169, jun. 2017. Disponível em: <https://www.kci.go.kr/kciportal/ci/sereArticleSearch/ciSereArtiView.kci?sereArticleSearchBean.artiId=ART002231023>. Acesso em: 11 mar. 2022.
- JUNG, Sun. Fan activism, cybervigilantism, and othering mechanisms in K-pop fandom. **Transformative Works And Cultures**, [S. l.], v. 10, 15 jun. 2012.
- KIM, Yoo Na. **A jovem Coreia**: um almanaque sobre uma das imigrações mais recentes do Brasil. São Paulo: SSUA, 2008. 176 p.
- K-POP: Uma história. Antiguidade, os primeiros homens - SeoTaiji & Boys. **Koreain**, 2016. Disponível em: <https://revistakoreain.com.br/2016/09/kpop-uma-historia-seotaiji-and-boys/>. Acesso em: 7 out. 2021.
- K-POP (Temporada 1, ep. 4). Explicando [Série documental]. Produção: Ezra Klein, Kara Rozansky, Claire Gordon, Chad Mumm, Lisa Nishimura, Joe Posner, Jason Spingarn-Koff e Kate Townsend. [S. l.]: Netflix, 2018. (20 min.), son., color. Legendado.
- LAUDENIR, Antonio. Cena musical de Fortaleza vive momento fértil com o estilo trap e busca espaço no mercado nacional. **Diário do Nordeste**, 2 out. 2020. Disponível em: <https://diariodonordeste.verdesmares.com.br/verso/cena-musical-de-fortaleza-vive-momento-fertil-com-o-estilo-trap-e-busca-espaco-no-mercado-nacional-1.2995655>. Acesso em: 31 maio 2022.
- LAZZARATO, Maurizio; NEGRI, Antonio. **Trabalho imaterial**: formas de vida e produção de subjetividade. Tradução de Mônica Jesus. Rio de Janeiro: DP&A, 2001. 108 p.
- LIMA, Felipe. Conexão oriental: como sul-coreanos, o trabalho e sua cultura influenciam o cotidiano dos cearenses. **Diário do Nordeste**, 10 jul. 2017. Disponível em: <http://plus.diariodonordeste.com.br/conexao-oriental/>. Acesso em: 31 maio 2022.
- LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal**: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo. Tradução de Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007. 402 p.
- LUYTEN, Sonia M. Bibe. Mangá e a cultura pop. In: LUYTEN, Sonia M. Bibe (org.). **Cultura pop japonesa**. São Paulo: Hedra, 2005. p. 7-13.
- MACEDO, Iago Fillipi Patrocínio. **Fortaleza Otaku**: o processo de desenvolvimento de um documentário sobre o impacto da cultura pop japonesa em seus fãs fortalezenses. 2018. 149 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Sistemas e Mídias Digitais) - Curso de Sistemas e Mídias Digitais, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2018. Disponível em: [https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/45939/3/2018\\_tcc\\_ifpmacedo.pdf](https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/45939/3/2018_tcc_ifpmacedo.pdf). Acesso em: 22 jul. 2022.
- MAGNO, Alan. Pão de Açúcar fecha duas unidades em Fortaleza após estudos de "viabilidade econômica". **OPovo**. 11 maio 2022. Disponível em:

<https://www.opovo.com.br/noticias/economia/2022/05/11/pao-de-acucar-fechas-duas-unidades-em-fortaleza-apos-estudos-de-viabilidade-economica.html>. Acesso em: 19 maio 2022.

MAFFESOLI, Michel. **Sobre o nomadismo**: vagabundagens pós-modernas. Tradução de Marcos de Castro. Rio de Janeiro: Record, 2001. 205 p.

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos**: o declínio do individualismo nas sociedades de massa. Tradução de Maria de Lourdes Menezes. 4. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010. 298 p.

MARINHO, Camila Holanda. Juventude, experiência e nomadismo: signos de uma cultura juvenil invisibilizada. *In*: JOCA, Alexandre Martins; FERNANDES, Dorgival Gonçalves (org.). **Juventudes**: possibilidades em movimento. Curitiba: CRV, 2017. Cap. 5. p. 63-74.

MARINHO, Camila Holanda; DIÓGENES, Glória; SILVA, Lara Denise Oliveira. **Eles dizem não ao não**: um estudo sobre a geração N. Fortaleza: Instituto Dragão do Mar, 2019. 90 p. Disponível em:  
[https://www.academia.edu/44164539/Eles\\_dizem\\_não\\_ao\\_não\\_um\\_estudo\\_sobre\\_a\\_geração\\_N](https://www.academia.edu/44164539/Eles_dizem_não_ao_não_um_estudo_sobre_a_geração_N). Acesso em: 22 jul. 2022.

MARQUES, Ana Cesaltina Barbosa. **A Praça Portugal como Lugar**: negociações de sentidos em encontros presenciais e mediados pelo computador. 2010. 116 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Curso de Comunicação, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2010. Disponível em:  
[https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/706/1/2010\\_Dis\\_AC%20Marques.pdf](https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/706/1/2010_Dis_AC%20Marques.pdf). Acesso em: 22 jul. 2022.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. A mudança na percepção da juventude: sociabilidades, tecnicidades e subjetividades entre os jovens. *In*: BORELLI, Silvia; FREIRE FILHO, João (org.). **Culturas juvenis no século XXI**. São Paulo: EDUC, 2008. p. 9-32.

MATIAS, Clariana. Um fenômeno chamado K-pop e os grupos covers em Fortaleza. **Newslink**, Fortaleza, 14 nov. 2019. Disponível em:  
<http://portaldonic.com.br/jornalismo/2019/11/14/um-fenomeno-chamado-K-pop-e-os-grupos-covers-em-fortaleza/>. Acesso em: 28 mar. 2021.

MCCRACKEN, Grant. **Cultura e consumo**: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo. Tradução de Fernanda Eugenio. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

MCGURK. Dread Zeppelin Front Man Tortelvis. **Kevin McGuire**, 17 Aug. 2012. Disponível em: <https://kevinmcguirewriter.com/2012/08/17/dread-zeppelin-front-man-tortelvis/>. Acesso em: 07 mar. 2022.

MELO, Carol. Feriado Dia de Nossa Senhora da Assunção: saiba o que funciona em Fortaleza. **Diário do Nordeste**, 13 ago. 2021. Disponível em:  
<https://diariodonordeste.verdesmares.com.br/metro/feriado-dia-de-nossa-senhora-da-assuncao-saiba-o-que-funciona-em-fortaleza-na-data-1.3122506>. Acesso em: 31 maio 2022.

MESQUITA JÚNIOR, Fernando da Silveira. **Consumo e subculturas juvenis**: um estudo sobre as práticas de consumo dos fãs de K-pop no Brasil. 2015. 94 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Produção Editorial) - Curso de Comunicação Social – Produção Editorial, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2015. Disponível em: [https://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/13602/Mesquita\\_Junior\\_Fernando\\_da\\_Silveira\\_2015\\_TCC.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/13602/Mesquita_Junior_Fernando_da_Silveira_2015_TCC.pdf?sequence=1&isAllowed=y). Acesso em: 22 jul. 2022.

MICHAELIS. **Cover**. 2022. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/cover/>. Acesso em: 25 fev. 2022.

MICHAELIS. **Performance**. 2022. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/performance/>. Acesso em: 26 maio 2022.

MILLAN, Camilla. Selvagens à Procura de Lei assume de vez a vida adulta em Paraíso Portátil: “Mudar é difícil”. **Rolling Stone**, 2 mar. 2020. Disponível em: <https://rollingstone.uol.com.br/noticia/selvagens-procura-de-lei-assume-de-vez-vida-adulta-em-paraiso-portatil-mudar-e-dificil-entrevista/>. Acesso em: 31 maio 2022.

MILLER, Daniel. **Trecos, troços e coisas**: estudos antropológicos sobre a cultura material. Tradução de Renato Aguiar. Rio de Janeiro: Zahar, 2013. 231 p.

MILLER, Jordan. Dua Lipa hopes to be this generation's Madonna. **Exhale**, 18 jun. 2020. Disponível em: <https://exhale.breathheavy.com/forums/topic/780241-dua-lipa-hopes-to-be-this-generations-madonna/>. Acesso em: 16 jun. 2021.

MODA coreana e atitude K-pop inspiram roupas e comportamentos em todo o mundo. **Viva Tatuapé**, 23 ago. 2021a. Disponível em: <http://vivatatuape.com.br/portal/2021/08/23/moda-coreana-e-atitude-k-pop-inspiram-roupas-e-comportamentos-em-todo-o-mundo/>. Acesso em: 11 mar. 2022.

MODA K-pop: Como montar o guarda-roupa igual um K-Idol. **Shopee Blog**, 30 set. 2021b. Disponível em: <https://shopee.com.br/blog/moda-K-pop/>. Acesso em: 11 mar. 2022.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX**: o espírito do tempo – I. Neurose. 5. ed. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1981. 204 p.

NOLETO, Amanda Lais Pereira. **Rotinas produtivas e TV regional**: estudo de caso da 'Caravana Meu Novo Piauí Dez Anos Depois' da TV Meio Norte. 2021. 173 f. Dissertação (Mestrado em Noletto) - Curso de Comunicação, Universidade Federal do Piauí, Teresina, 2021.

NYE JR., Joseph S. **Soft power**: the means to success in world politics. New York: PublicAffairs, 2004. 192 p.

ORTEGA, Rodrigo. K-pop é poder: Como Coreia do Sul investiu em cultura e colhe lucro e prestígio de ídolos como BTS. **G1**, 23 maio 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2019/05/23/K-pop-e-poder-como-coreia-do-sul-investiu-em-cultura-e-colhe-lucro-e-prestigio-de-idolos-como-bts.ghtml>. Acesso em: 11 mar. 2022.

ORTIZ, Renato. **Mundialização e cultura**. São Paulo: Brasiliense, 2000. 239 p.

ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira**: cultura brasileira e indústria cultural. 5. ed. São Paulo: Brasiliense, 2006. 222 p.

OTTO, Isabella. ARMYs se unem em campanha de reflorestamento: “influência positiva do BTS”. **Capricho**, 13 nov. 2019. Disponível em: <https://capricho.abril.com.br/comportamento/armys-se-unem-em-campanha-de-reflorestamento-influencia-positiva-do-bts/>. Acesso: 11 mar. 2022.

PACILIO, Isabela; BRESSANI, Giulia. BTS: Entenda por que o grupo de K-pop fez história na música. **Quem**, 07 maio 2021. Disponível em: <https://revistaquem.globo.com/Entretenimento/kpop/noticia/2021/05/bts-entenda-por-que-o-grupo-de-K-pop-fez-historia-na-musica.html>. Acesso em: 16 jun. 2021.

PARASITA é o grande vencedor do Oscar 2020, com quatro prêmios. **G1**, 10 fev. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/cinema/oscar/2020/noticia/2020/02/10/parasita-e-o-grande-vencedor-do-oscar-2020.ghtml>. Acesso em: 15 jun. 2020.

PARC, Jimmyn. **Korea’s cultural exports and soft power**: understanding the true scale of this trend. 2022. Disponível em: <https://asialink.unimelb.edu.au/insights/koreas-cultural-exports-and-soft-power-understanding-the-true-scale-of-this-trend>. Acesso em: 04 jan. 2023.

PEIRANO, Mariza. Etnografia não é método. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, v. 20, n. 42, p. 377-391, jul./dez. 2014.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. Observação participante e pesquisa-ação. *In*: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2012. Cap. 8. p. 125-145.

POLIVANOV, Beatriz. Etnografia virtual, netnografia ou apenas etnografia? Implicações dos conceitos. **Esferas**, [S. l.], v. 2, n. 3, p. 61-71, jul./dez. 2013.

PREFEITURA MUNICIPAL DE FORTALEZA. **Apresentação da cidade**. Fortaleza, 2021. Disponível em: [https://www.fortaleza.ce.gov.br/images/0001/Apresentacao\\_Fortaleza\\_1.pdf](https://www.fortaleza.ce.gov.br/images/0001/Apresentacao_Fortaleza_1.pdf). Acesso em: 25 fev. 2022.

PREFEITURA MUNICIPAL DE FORTALEZA. **Rede Cuca**. 2022. Disponível em: <https://juventude.fortaleza.ce.gov.br/rede-cuca>. Acesso em: 23 maio 2022.

PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO – PNUD. **Relatório do Desenvolvimento Humano 2020**. 2020. Disponível em: [http://hdr.undp.org/sites/default/files/hdr2020\\_pt.pdf](http://hdr.undp.org/sites/default/files/hdr2020_pt.pdf). Acesso em: 5 jun. 2021.

PSY - Gangnam Style (강남스타일) M/V. [S. l.: s. n.]. 2012. 1 vídeo (4min12s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=9bZkp7q19f0>. Acesso em: 22 fev. 2022.

RECUERO, Raquel. Métodos mistos: combinando etnografia e análise de redes sociais em estudos de mídia social. *In*: CAMPANELLA, Bruno; BARROS, Carla (org.). **Etnografia e consumo midiático**: novas tendências e desafios metodológicos. Rio de Janeiro: E-Papers, 2016. Cap. 6. p. 117-132.

SAMPAIO, Joalice. Lançado edital do concurso de K-pop cover do Sana Fest 2018. **Papocult**, Fortaleza, 13 nov. 2018. Disponível em: <http://www.papocult.com.br/2018/11/13/lancado-edital-do-concurso-de-K-pop-cover-do-sana-fest-2018/>. Acesso em: 28 mar. 2021.

SANTA HELENA, Marina. Volta da Era Disco na cultura pop reflete nossa nostalgia por bons momentos. **Universa Uol**, 19 set. 2020. Disponível em: <https://www.uol.com.br/universa/colunas/marina-santa-helena/2020/09/19/a-era-disco-na-cultura-pop.htm>. Acesso em: 5 jun. 2021.

SANTOS, Thiago Haruo. **Idols em imagens e sons, fãs em re-ação**: uma etnografia da prática musical do K-pop em São Paulo. 2016. 164 f. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) - Curso de Antropologia Social, Antropologia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016. Disponível em: [https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8134/tde-10032017-143800/publico/2016\\_ThiagoHaruoSantos\\_VOrig.pdf](https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8134/tde-10032017-143800/publico/2016_ThiagoHaruoSantos_VOrig.pdf). Acesso em: 22 set. 2022.

SARMENTO, Gabriela; ORTEGA, Rodrigo. Matuê leva trap nacional ao Lolla com influência de Chorão e ‘experiências psicodélicas’. **G1**, 12 mar. 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/lollapalooza/2022/noticia/2022/03/12/matue-leva-trap-nacional-ao-lolla-com-influencia-de-chorao-e-experiencias-psicodelicas.ghtml>. Acesso em: 31 maio 2022.

SCHECHNER, Richard. O que é Performance? **O Percevejo: Revista de Teatro, Crítica e Estética**, Rio de Janeiro, v. 12, n. 11, p. 25-50, 2003. Tradução de Dandara.

SCHECHNER, Richard. **Performance studies**: an introduction. 3. ed. New York: Routledge, 2013. 359 p.

SECRETARIA DA CULTURA DO ESTADO DO CEARÁ - SECULT. **Ciclos festivos**. 2022. Disponível em: <https://www.secult.ce.gov.br/ciclos-festivos/>. Acesso em: 15 mar. 2022.

SENNETT, Richard. **A cultura do novo capitalismo**. Tradução de Clóvis Marques. Rio de Janeiro: Record, 2006.

SEO Taiji and Boys. **Kpop Wiki**, 2022. Disponível em: [https://kpop.fandom.com/wiki/Seo\\_Taiji\\_and\\_Boys](https://kpop.fandom.com/wiki/Seo_Taiji_and_Boys). Acesso em: 6 mar. 2022.

SEVERIANO, Maria de Fátima Vieira. **Narcisismo e publicidade**: uma análise psicossocial dos ideais do consumo na contemporaneidade. São Paulo: Annablume, 2001. 374 p.

SILVA, Evelyn Batista. King of Mask Singer: da Coreia para a TV Globo. **Cosmo Nerd**, 20 jun. 2021. Disponível em: <https://cosmonerd.com.br/musica/noticias-musica/king-of-mask-singer-da-coreia-para-a-tv-globo/>. Acesso: 11 mar. 2022.

SILVA, Mariane. A cena de grupos covers de K-pop em Fortaleza. **Universitária FM 107,9**, Fortaleza, 9 jul. 2018. Disponível em: <https://www.radiouniversitariafm.com.br/noticias/a-cena-de-grupos-covers-de-K-pop-em-fortaleza/>. Acesso em: 28 mar. 2021.

SOUSA, Alexandre Anselmo de; TELES, Glauciana Alves. Mobilidade, trabalho e territorialidades da migração coreana em Cumbuco, Ceará – Brasil. **Pegada - A Revista da Geografia do Trabalho**, [S. l.], v. 20, n. 2, p. 201-230, 10 out. 2019. Disponível em: <https://revista.fct.unesp.br/index.php/pegada/article/view/6591/pdf>. Acesso em: 30 maio 2022.

SOUSA, Julyana Beatriz de. **K-pop**: consumo da música pop coreana na cultura juvenil brasileira. 2016. 41 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Curso de Comunicação Social - Jornalismo, Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2016. Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/235/9589/1/21318350.pdf>. Acesso em: 22 ago. 2022.

SOUSA, Luciene Ribeiro de. **"Passa Um Filme Na CUCA!"**: recepção de cinema no CUCA Barra do Ceará. 2019. 197 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Curso de Comunicação, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2019. Disponível em: [https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/48990/1/2019\\_dis\\_lrsousa.pdf.pdf](https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/48990/1/2019_dis_lrsousa.pdf.pdf). Acesso em: 30 maio 2022.

SOUZA, Andressa; MARTINS, Helena. A majestade do fandom: a cultura e a identidade dos fãs. In: XXXV CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2012, Fortaleza. **Anais do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Fortaleza: Intercom, 2012. p. 1-14. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/r7-1084-1.pdf>. Acesso em: 9 out. 2021.

STRAMASSO, Carolina. BLACKPINK: Fãs criticam repórter que chamou Jennie de “gorda”, diz site. **Portal Popline**, 5 jan. 2021. Disponível em: <https://portalpopline.com.br/blackpink-fas-criticam-reporter-que-chamou-jennie-de-gorda-diz-site/>. Acesso: 11 mar. 2022.

STRUZANI, Thais. 6 artistas que foram descobertos na internet! **Festival Teen**, 20 ago. 2018. Disponível em: <https://festivalteen.com.br/6-artistas-que-foram-descobertos-na-internet.html>. Acesso em: 9 jun. 2021.

SULIANO, Daniel Cirilo; MIRO, Vitor Hugo. Existe igualdade racial na Terra da Luz? **Economia e Desenvolvimento**, [S. l.], v. 26, n. 1, p. 20-43, 11 jul. 2014. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/eed/article/view/12685/pdf>. Acesso em: 31 maio 2022.

TELES, Glauciana Alves. **Mobilidade, trabalho e interações sócioespaciais**: o Complexo Industrial e Portuário do Pecém no contexto da Região Metropolitana de Fortaleza. 2015. 404 f. Tese (Doutorado em Geografia) - Curso de Geografia, Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza, 2015. Disponível em: <https://siduece.uece.br/siduece/trabalhoAcademicoPublico.jsf?id=88366>. Acesso em: 30 maio 2022.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. Tradução de Wagner de Oliveira Brandão. Revisão da Tradução: Leonardo Avritzer. Petrópolis: Vozes, 1998. 261 p.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna**: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Tradução do Grupo de Estudos sobre Ideologia, comunicação e representações sociais da pós-graduação do Instituto de Psicologia da PUCRS. 9. ed. Petrópolis: Vozes, 2011. 427 p.

TOKARNIA, Mariana. Um em cada 4 brasileiros não tem acesso à internet, mostra pesquisa. **Agência Brasil**. Rio de Janeiro. 29 abr. 2020. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-04/um-em-cada-quatro-brasileiros-nao-tem-acesso-internet>. Acesso em: 8 jun. 2021.

TOMAZ, Aldeci. Como o K-pop movimenta o mercado do entretenimento no Ceará. **NewsLink**, 28 maio 2018. Disponível em: <http://portaldonic.com.br/jornalismo/2018/05/28/como-o-k-pop-movimenta-o-mercado-do-entretenimento-no-ceara/>. Acesso em: 7 ago. 2019.

TORRES, Francisco George Costa. **Os Sobreviventes**: o direito à comunicação na produção do programa "Conexões Periféricas". 2020. 146 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Curso de Comunicação, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2020. Disponível em: [https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/52652/1/2020\\_dis\\_fgctorres.pdf](https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/52652/1/2020_dis_fgctorres.pdf). Acesso em: 30 maio 2022.

TORRES, Wellington. Anime Friends 2019 promete a maior edição de todos os tempos! **Grita São Paulo**, 24 jun. 2019. Disponível em: <https://gritasaopaulo.com.br/anime-friends-2019-promete-maior-edicao-todos-tempos/>. Acesso em: 13 abr. 2021.

TRAVANCAS, Isabel. Fazendo etnografia no mundo da comunicação. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2012. Cap. 6. p. 98-109.

TUAN, Yi-Fu. **Espaço e lugar**: a perspectiva da experiência. Tradução de Livia de Oliveira. São Paulo: Difel, 1983. 250 p.

URBANO, Krystal *et al.* K-pop, ativismo de fã e desobediência epistêmica: um olhar decolonial sobre os armys do BTS. **Logos**, Rio de Janeiro, v. 27, n. 3, p. 177-192, 2020. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/logos/article/view/54453/36831>. Acesso em: 9 out. 2021.

USUÁRIOS do TikTok e fãs de K-pop dizem que agiram para esvaziar comício de Trump. **G1**, 21 jun. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2020/06/21/usuarios-do-tiktok-afirmam-que-inflaram-numero-de-presenca-em-comicio-de-trump.ghtml>. Acesso em: 7 de out. 2021

VALERO, Pilar. Os milagres do rio Han na Coreia do Sul. **Exame**, 6 jun. 2014. Disponível em: <https://exame.com/mundo/os-milagres-do-rio-han-na-coreia-do-sul/>. Acesso em: 9 jun. 2021.

VIANNA, Maria Carolina. A obsessão da Coreia com a magreza. **Koreapost**, 26 dez. 2018. Disponível em: <https://www.koreapost.com.br/coreia-na-real/obsessao-coreia-com-magreza/>. Acesso em: 11 mar. 2022.

WHAT Is a Cover Song? A brief history of cover songs. **MasterClass**, 4 mar. 2022. Disponível em: <https://www.masterclass.com/articles/cover-song-music-guide#what-is-a-cover-song>. Acesso em: 11 mar. 2022.

WINKIN, Yves. **A nova comunicação**: da teoria ao trabalho de campo. Tradução de Roberto Leal Ferreira. Campinas: Papyrus, 1998. 216 p.

WORLD BANK. **Brazil**. 2021. Disponível em: <https://data.worldbank.org/country/brazil>. Acesso em: 31 jan. 2021.

WORLD BANK. **Korea, Rep**. 2021. Disponível em: <https://data.worldbank.org/country/korea-rep>. Acesso em: 31 jan. 2021.

## APÊNDICE A – TRANSCRIÇÃO DAS ENTREVISTAS NARRATIVAS

*Entrevista com Ana Carla*

23/04/2022

*Sala da Diretoria de Cultura, Cidadania, Direitos Humanos e Desenvolvimento Sustentável do CUCA Mondubim*

**Pergunta inicial/gatilho (Iago):** Primeiramente, eu queria que tu se apresentasse e então tu pudesse me contar, a partir da tua própria experiência, como é o passo a passo de fazer o cover do K-pop.

**Ana Carla:** Bom, prazer, meu nome é Ana Carla, eu tenho dezessete anos e eu entrei no Primadonna de catorze a quinze anos. Bom, eu vou pegar de exemplo a primeira coreografia que teve que eu participei, que foi o meu *debut*. Foi com um cover de vídeo, era solo, e na época eu entrei pra ser back, sabe? Aí, todo o processo foi muito rápido, até porque na época que tava acontecendo o solo, eu entrei no meio da coreografia, sabe? Aí, eu entrei como back no final. Aí, a Gabi viu o meu empenho e teve alguns problemas com as backs principais, aí ela disse assim: “Ana Carla, você vai ser a back principal, vamo lá?”. Aí eu: “Eita”. E era a minha primeira experiência, sabe? E eu já fiquei assim, “eita”. Aí, eu passei a semana todinha pegando a coreografia, me empenhei muito, e inclusive foi num ensaio que a Gabi decidiu que eu seria a back principal, e eu até fiquei receosa porque eu tinha que acompanhar as meninas, e as meninas já tavam no meio da coreografia e tudo, e aquilo me deixou muito nervosa. Aí, na semana eu peguei a coreografia e no final de semana eu levei, e as meninas tiveram mais confiança em mim e eu fui a principal. Mas foi um processo muito cansativo, sabe? E no dia que a gente gravou, foi o primeiro dia que eu fui gravar o vídeo, eu tava muito nervosa, tipo, eu tava muito nervosa do que as meninas iam pensar de mim, se elas se sentiam seguras comigo, sabe? Então, assim, eu dei o meu melhor, entendeu? Eu dei o meu melhor na gravação e as meninas, inclusive, me elogiaram, e é isso. Ai, Iago, peraf. Tu vai começar de novo, essa é a última vez, é sério.

**Iago:** Não, tu pode continuar, tá ótimo.

**Ana Carla:** Posso continuar?

**Iago:** Pode continuar.

**Ana Carla:** Outro exemplo também, que é o meu *debut* de competição. Foi com “Piri”. Foi uma coisa também muito intensa e muito rápida, porque as meninas tinham escolhido a coreografia de campeonato “What is love?”, só que tava tendo muito problema porque muitas meninas tavam faltando, né? Aí, na semana, teve uma discussão do que seria, se a gente continuava com “What is love” ou não. Até que teve um ensaio que só foram cinco ou seis meninas que foram. E tava faltando menina na coreografia, aí a Gabriela disse assim: “Não, gente, não dá”, e no mesmo dia a gente escolheu Piri do Dreamcatcher. Então, tipo assim, a menina, ela me colocou como a Gahyeon, né? Por eu ainda ser um pouco iniciante, ela não me colocou com muita linha, e ela queria trabalhar e ver como é que eu sou e tudo. E Piri foi a virada de chave, tipo, Piri foi a virada de chave pra mim, sabe? É, na minha primeira... O processo foi muito rápido e muito intenso. A gente ensaiava sábado, mas era um ensaio geral. Na semana, a gente tinha que enviar vídeo pra limpar a coreografia porque, se eu não me engano, foram três ou dois meses que a gente tinha pra apresentar, né? Aí, chegou o dia da competição, eu me lembro até hoje, foi no Sega, Sega Fest, e era num colégio. Era a minha primeira competição e a gente... Ah, e eu fui pro camarim, e eu me arrumei, e uma das minhas maiores inseguranças também era dançar com meu cabelo, né? Do jeito que ele é. E as meninas foram super receptivas comigo, elas em momento nenhum falaram assim “Ana Carla, você precisa alisar o seu cabelo”, e isso era um dos maiores gatilhos pra mim, sabe? Eu tinha muito problema de autoestima naquela época. Aí, uma das meninas fez um penteado que realçava meu cabelo e eu fiquei, tipo, muito feliz que eu ficava bonita no figurino junto com meu cabelo original. Foi ali que eu me senti que... a parte de ser aceita pelo grupo, eu senti ali, que elas não cobravam estética, sabe?

Enfim, agora voltando, a gente se arrumou e tudo, e a gente foi se apresentar. E eu me lembro (risos), eu me lembro até hoje da gente subindo no palco, eu tava muito nervosa e a Gabi olhou pra mim e falou assim, “Ana Carla, faça o seu, vai dar tudo certo”. E eu fiquei: “É sobre isso”. Aí, eu subi no palco, a gente apresentou, e a

minha virada de chave, assim, pra mim mostrar o que eu era, foi na minha parte, que eu cantava, que era o meu rap, né? Inclusive, uma curiosidade, eu aprendi a coreografia do rap nos ensaios, mas na hora eu esqueci. Aí, foi assim, eu esqueci bem na hora que era pra mim cantar, e eu fiquei, “Não, cara, não, eu não vou deixar isso me abalar”, aí eu coloquei na minha cabeça assim, “Eu tô no meu quarto, eu ensaiei esse tempo todo e, tipo, eu tô no meu quarto, ninguém tá me vendo”, como se fosse um lugar de conforto pra mim, sabe? E quando eu comecei o rap, a minha cabeça pensava assim: “Entrega o que você fez, entrega o que você sabe. Você é boa nisso, entendeu?”, e eu entreguei, e todo mundo começou a gritar. Inclusive, no final da coreografia, quando a gente tava merendando e tal, quando a gente parou de apresentar, a Larissa chegou pra mim, “Gente, alguém caiu, alguma coisa aconteceu? Porque quando a Ana Carla começou a cantar, todo mundo começou a vibrar, né?”, aí eu falei assim, “Não, era eu fazendo meu rap” e todo mundo começou a me elogiar “Não sei o quê, não sei o quê”, e eu fiquei muito feliz que eu consegui entregar o que eu tava fazendo, porque até então, eu não conseguia me expressar bem no palco, eu sempre tava com a cara meio fechada, eu ainda tava tentando me acostumar com a vibração e tal, mas quando foi em Piri, naquela apresentação, que assim, eu tinha que agir de alguma forma, eu mostrei o que eu sabia e desde ali, até hoje, é desse jeito. É muito emocionante até, pra mim falar sobre isso, que ali foi a minha virada de chave, pra eu mostrar quem eu era.

**(Pergunta exmanente) Iago:** Massa, e foi aí que tu começou a gostar de dança? Foi com essas primeiras experiências, ou tu já gostava antes?

**Ana Carla:** Eu já gostava antes. Eu era de um grupo, no passado, mas infelizmente eu não debutei com eles. Mas eu já gostava de dança há muito tempo, até porque minha mãe era uma pessoa que gostava muito de dançar. Quando eu era pequena, ela colocava o CD da Calcinha Preta pra tocar e ela ficava dançando no meio da casa. Então, a dança pra mim sempre foi algo que tava ali, entendeu? E era um lugar de conforto pra mim, sei lá... Às vezes, eu ficava triste e eu pensava “o quê que eu posso fazer?”, aí tipo, só dançava, e aquilo me alegrava muito. E a minha família por parte de mãe é assim, são bem festeiros, eles dançam, vão pra festa e isso veio em mim, sabe? Mas foi no K-pop que eu me identifiquei, foi literalmente no K-pop que eu me identifiquei, sabe? Com as coreografias. Eu pegava em casa, eu apresentava na escola, e aí o pessoal começou a falar, “Nossa, Ana Carla, você tem jeito pra isso”, entendeu? Eu até enviava vídeos pra Gabriela, só que eu ainda era um pouco... Eu ainda era muito iniciante na época que eu enviava vídeos pra ela... Mas foi por parte da minha família que veio isso...

**(Pergunta exmanente) Iago:** E tu se vê assim... No futuro, se pudesse, tipo, ganhar dinheiro dançando, abandonar outras carreiras, tu faria isso?

**Ana Carla:** Não (risos).

**Iago:** Faria não?

**Ana Carla:** Eu não faria, é até chocante, mas eu não faria porque... A minha mãe, ela tem um sonho, de eu me formar, de eu ser a primeira da família por parte de mãe a me formar. E eu quero não só dar orgulho pra minha mãe, mas dar orgulho pra minha família, e eu... E tem outras áreas também, que eu gosto, sabe? Mas eu não deixaria... Eu não largaria tudo pra dançar, até porque... Eu acho que é mais por segurança financeira, entendeu? Então assim, infelizmente, no Brasil, isso não é valorizado, a gente pode ver até os exemplos dos nossos artistas, que são literalmente boicotados pelo Brasil, entendeu? A gente não tem essa identificação. Então, não. Eu não largaria tudo pra dançar, entendeu?

**(Pergunta imanente) Iago:** Então, nesse caso, a dança, né, uma coisa bem importante, uma coisa que te faz feliz, mas ela... Tu mantém ela, já que não como profissão, como uma coisa do cotidiano, né?

**Ana Carla:** Sim, é uma coisa...

**Iago:** Um hobby...

**Ana Carla:** Eu diria que é o meu lugar de conforto. É onde... Inclusive, é... Às vezes, quando eu tô mal, eu tô doente, essas coisas, aí a minha mãe pergunta, “Ana Carla, tu vai pro ensaio amanhã?”. Aí eu “Mãe, a senhora não sabe o quanto que durante a semana eu espero o sábado chegar pra ir pro ensaio”, porque é meu lugar de conforto, sabe? É literalmente onde eu mais quero tá, entendeu? É o que me deixa mais feliz durante a semana, é um lugar onde eu me encontro como pessoa, sabe? Que eu passo a semana todinha estudando, e tal, enfim, mas é no sábado que eu “Cara, esse é meu encontro com eu mesma”, entendeu? Uma coisa bem pessoal.

**(Pergunta exmanente) Iago:** E tu aprende coreografias só com o intuito de apresentar? Ou não precisa necessariamente apresentar, performar?

**Ana Carla:** Antigamente, eu aprendia por gostar, assim, de olhar e de ver que era bonito, aí eu aprendia e ficava dançando lá em casa. Hoje em dia, eu aprendo pra performar, mas é porque eu não tenho tempo pra pegar outras coreografias.

(entrevista interrompida por uma ligação.)

**Ana Carla:** Ai, sorry...

**Iago:** Não, tudo bem... Então, tipo, tu normalmente aprendia mais coreografias sem o intuito de apresentar porque tinha mais tempo livre, é?

**Ana Carla:** É, eu tinha mais tempo livre, e como é um lugar que era de conforto meu, que era o que me deixava em paz comigo mesma, era o que eu fazia durante o final de semana. Aí, quando eu entrei pro Primadonna, isso se voltou totalmente ao Primadonna, as coreografias que a gente pega e escolhe, aí eu pego pra apresentar, mas não muda o carinho que eu tenho por cada coreografia que eu apresentei e que eu peguei, entendeu? Eu peguei cada coreografia de coração com a intenção... a mesma intenção de sempre.

**(Pergunta exmanente) Iago:** Tu acredita, assim, na tua experiência, com o mais que tu foi pegando as coreografias, ficou mais fácil de pegar uma nova, ou não?

**Ana Carla:** Ficou. Ficou porque a dinâmica que eu pegava a coreografia antigamente mudou totalmente pra hoje. Até porque eu aprendi com as meninas a como trabalhar, me alongar. Antes, eu ficava muito dolorida, aí hoje em dia, por já ter essa experiência há muito tempo, de pegar a coreografia, eu comecei a entender o meu ritmo e a pegar devagar.

**Iago:** Então, acaba facilitando com o tempo...

**Ana Carla:** Facilitando... Com a experiência facilita muito, é...

**(Pergunta imanente) Iago:** E com a prática, os passos, assim, ficam mais precisos?

**Ana Carla:** Fica. Fica mais definido, você entende mais cada passo, você entende como começa, entendeu? Você sabe mais ou menos como você tem que fazer, a força que você tem que colocar... É sobre isso.

**(Pergunta exmanente) Iago:** E... Assim, uma pergunta que é basicamente... Acho que vai ser uma resposta simples, né, mas tu acha que tu prefere mais música ou dança? Se fosse pra escolher um dos dois, seria possível essa escolha hahaha?

**Ana Carla:** Dança. Dança porque o que eu sinto dançando é muito maior do que ouvindo uma música, sabe? Assim, eu poderia dançar sem ouvir a música, sabe? A sensação que eu sinto dançando é indescritível, então eu escolheria a dança.

**(Pergunta exmanente) Iago:** E como tu conheceu o K-pop e o K-pop cover?

**Ana Carla:** O K-pop cover ou o K-pop álbum, o gênero?

**Iago:** O K-pop o gênero e o K-pop cover.

**Ana Carla:** O K-pop cover, eu conheci através do antigo grupo que eu participava, mas eu entrei de verdade no KDF, que é K-pop de Fortaleza e tal, eu entrei com o Primadonna. E K-pop em geral, eu conheci em 2016 com umas amigas minhas, que foi a época que começou a estourar e tal, aí eu conheci e desde então... Mas desde aquela época eu já dançava, assim, em casa, eu gostava muito de fazer isso.

**Iago:** Então, dançava além do K-pop mesmo...

**Ana Carla:** Sim, além.

**(Pergunta exmanente) Iago:** Eu queria saber se tu acredita que apresentar, talvez a mesma coreografia, em diferentes lugares, muda?

**Ana Carla:** Muda muito! Meu Deus, muda muito! Eu tenho um exemplo, um exemplo muito grande: O palco do Jóquei pro palco do Sana. Eu não sei se pode falar isso, pode?

**Iago:** Pode falar hahaha

**Ana Carla:** É o palco do Jóquei pro palco do Sana, até porque também é diferente os eventos, sabe? Eu percebo que o palco do Sana, ele é muito visível, tipo, tem várias pessoas lhe vendo ao mesmo tempo e lhe avaliando. Já no palco do Jóquei, quando não é competição, é as pessoas vibrando com você, sabe? Eu acho que o palco do Jóquei, é... até eventos, assim, que não são competição, são mais pra você sentir e fazer aquilo por hobby, entendeu? Sem se preocupar em fazer um negócio super perfeito, entendeu? É mais pra você sentir. Já o palco do Sana, que é um exemplo de uma grande competição, é um palco que eu acho que você tem que ter um cuidado a mais, você tem que dar tudo praquilo, e tem que ser mais... tem que ser mais a dança de verdade, a interpretação e tudo, entendeu? E outra coisa, o palco do Jóquei, você tá mais dançando ali pra você sentir a energia do público, já o palco do Sana, você tá dançando pros jurados, entendeu? Mesmo que a platéia influencie super, a platéia influencia muito por um artista. Mas o palco do Sana é uma coisa mais séria...

**Iago:** Leva mais a sério, é competição...

**Ana Carla:** É, leva muito mais a sério e tem uma preocupação maior, entendeu? De entregar muito.

**(Pergunta imanente) Iago:** E a qualidade do palco mesmo, assim, é diferente? Num lugar tem um palco que talvez seja mais escorregadio...

**Ana Carla:** A qualidade importa. A qualidade importa muito. E os fatores do palco ser de madeira ou de carpete, entendeu? Porque se a coreografia tiver um passo deslizante, a madeira, ela vai ser melhor, se o palco tiver um carpete, vai ser problemático, mas a gente, independente disso, a gente tem que manter o profissionalismo e continuar. Se errar, se caiu, continua com a mesma expressão, como se nada tivesse acontecido, entendeu? Por isso que eu falo que competição é uma coisa bem mais séria, porque se acontecer um imprevisto você tem que saber lidar com aquilo de qualquer forma. É isso que eu falo.

**(Pergunta exmanente) Iago:** E pra encerrar, uma última pergunta, onde vocês, tanto como grupo Primadonna, e tu como pessoa, né, vocês gostariam de chegar? Se tem algum sonho ou algum lugar, "Ah, eu quero esse lugar", como grupo e como indivíduo.

**Ana Carla:** Com o Primadonna, eu sinto que eu tô num lugar bem confortável, sabe? Mas os nossos objetivos, eles são grandes, e eu quero muito alcançar eles, que é viajar pra Recife pra competir no Anima Recife, entendeu?

Viajar pra São Paulo, que é pro KWF, né? Você viajar pra São Paulo, você conhecer outros grupos, eu acho que o objetivo do... pelo menos o meu objetivo com o Primadonna, acredito também que com as meninas, é a gente sair do nosso estado, mas representando ele, entendeu? Ó, é as pessoas olharem pra gente, os K-pop cover do Brasil olhar pra gente e falar: “Elas são do Nordeste, elas são do Ceará, e elas são um grupo maravilhoso”, entendeu? Eu acho que esse é o objetivo do Primadonna, é levar o nosso grupo como a cara da nossa região e do nosso lugar... representar o nosso lugar.

**(Pergunta imanente) Iago:** E esse também é um objetivo teu?

**Ana Carla:** Isso é um objetivo meu, é um grande objetivo meu. Ter o meu trabalho reconhecido, e ver, assim... as pessoas falam muito que elogio é “babação de ovo”, mas importa, sabe? Você ser reconhecido pelas pessoas e você ser valorizado. Eu não digo nem em questão de... questão financeira é muito importante pra um artista, sabe? E participar de competições que valorizam isso é muito bom, e eu quero chegar nesse nível, sabe? Eu quero ter meu trabalho reconhecido.

*Entrevista com Ana Paula*

*07/05/2022*

*Casa da entrevistada, Sala de estar*

**Pergunta inicial/gatilho (Iago):** Eu gostaria que tu me contasse, como se tu não me conhecesse, como se eu não tivesse em campo, né, como é o processo, o teu processo, tipo, o passo a passo de fazer uma performance cover, como seria o passo a passo de fazer uma performance cover, e tu pode me contar a partir de algum exemplo, de alguma performance que tu já fez, como seria fazer um cover?

**Ana Paula:** Primeiro, eu acho assim, que antes da gente começar a fazer, né, antes de eu começar a dançar, é a escolha, o processo de escolha. Então tem uma análise crítica do que... do evento, de onde vai ser a performance pra além do que a gente... do que eu vou apresentar... eu falo eu, mas eu penso muito no grupo, né, no coletivo e tal. Mas eu penso muito no evento, qual é o evento, penso muito em quais vão ser os outros grupos que vão tá competindo porque tudo isso influencia na decisão da escolha da música, da coreografia, pra depois iniciar o processo. Então, acho que primeiro é essa análise, bem crítica mesmo do evento. Qual é o evento? É X evento, esse evento Sana, né... O que que o Sana pede? O Sana tem um palco gigante, o Sana tem uma visibilidade maior, o Sana tem muitos grupos grandes competindo, então pra mim não vale a pena eu pegar uma coreografia com quatro meninas pra apresentar num palco tão grande. Então, a escolha começa daí, né?

Então, temos o evento, sabemos o evento, sabemos mais ou menos a dimensão do palco, a dimensão do evento em si, né, a visibilidade que o evento vai trazer, a gente trabalha com as possibilidades que a gente tem. Hoje eu falo isso por quê? Porque a gente tem muitas possibilidades num grupo de muitas meninas, mas antes, né, não era... a gente era bem restrito mesmo. Então, tinha sete meninas que eram disponíveis, a gente pensa, analisa, né, as coreografias que dão mais impacto visual e esse impacto visual vai além de passos, forças dos passos, complexidade dos passos e o casamento com o figurino também, que eu acho que a performance pede pra além de coreografia, o figurino, né, que compõe, junto com o carisma e tudo... Então, o que a gente vê, que eu percebo que é mais legal de, não sei, evidenciar as nossas potencialidades e coreografias que eu vejo que, por exemplo, a gente pode colocar coisas que... pontos positivos, ressaltar os pontos positivos das meninas que a gente tem... “Ah não, vai ser essa coreografia porque nessa coreografia aqui tem muita explosão, e a gente tem meninas que conseguem fazer passos explosivos” ou “Tem muita feminilidade e tal. A gente pode trabalhar aqui, mas com essas meninas”.

E aí, pronto, depois que a gente escolhe, analisa o evento, analisa as possibilidades, o que a gente já tem, escolhe a coreografia. Escolhe a coreografia adequada e a música, né? Aí do processo de escolha que é... pro Primadonna, é o mais difícil. Tu vê, né, como é as nossas escolhas lá, tipo, escolhe um figurino e depois de 1000 horas: “Não, gente, vamos usar o outro”. 3 dias depois, 5 ensaios, depois: “Não gente, mas tal figurino...”. Então, o processo de escolha é realmente muito difícil, ainda mais porque exige o consenso, né, ou pelo menos a decisão da maioria tem que tá em ajuste.

Então, depois da escolha, começa o processo real de começar a iniciar a coreografia, né? Os ensaios, montar. A gente vai ter que traçar algumas estratégias, né? O que a gente tenta fazer, o que tá no plano, né: pegar a coreografia em casa e tentar focar nos ensaios principalmente o posicionamento pra gente finalizar logo a coreografia, mesmo que suja. Então, vamo pegar em casa. E aí a gente começa a ensaiar. E eu começo um estudo mesmo de primeiro visualizar muito. Eu assisto muito a coreografia. Eu ensaio sentada. Tipo, tem vídeos até do Wosley me gravando. Ele trabalha nesse quarto, eu nesse né. Aí às vezes, no intervalo do trabalho, eu boto o vídeo e fico só vendo. Aí eu fico tipo... fazendo os passos na frente do computador, sentada mesmo, até eu internalizar a música porque, pra eu conseguir fazer os passos no tempo, eu preciso entender a música, né? E me acostumar com a sonoridade e tudo. Enfim. E aí... beleza. Vou assistindo, vou pegando. Quando eu chego lá no ensaio, a gente tenta unificar, né, os posicionamentos, que eu acho que é o mais difícil de fazer em grupo. E depois que o grupo consegue entender os posicionamentos... Aí o nosso processo, geralmente que a gente faz, é esse, né? A gente pega a coreografia em casa, chega no ensaio, junta e começa a fazer as formações, né, que é o que a gente chama de posicionamento.

Finalizamos posicionamento e coreografia suja, começa o processo que eu mais gosto, que é de limpeza de passo, que é onde a gente vai olhar pra cada menina, ver cada braço, cada perna, os tempos, se gravar. E aí o vídeo é muito legal pra gente fazer isso, porque eu tenho mais dificuldade de olhar pro grupo e ver o que tá errado. A Gabi tem mais facilidade de conseguir ver logo. Eu consigo ver se eu olhar muito o vídeo. Assim, se eu ficar pausando o vídeo, botar o vídeo no lento, e aí eu vou vendo o que cada menina tá fazendo e eu “Ó, tá abrindo demais aqui”, “Tá fechando demais esse braço”, “A formação tá muito aberta”. Eu consigo entender melhor os erros pelo vídeo, né? Eu gosto muito desse processo de limpeza porque é onde a gente vai passar a coreografia milhares e milhares de vezes até internalizar, até chegar ao ponto que o corpo faz o passo sozinho sem eu pensar mais no passo. Entendeu? Quando eu subo em cima do palco, eu não consigo mais pensar no que eu tô fazendo. O meu corpo já executa porque a gente cria uma memória... memória muscular mesmo dos movimentos, entendeu? Então, eu escuto aquela batida, eu sei que eu tenho que jogar o braço, entendeu? Automaticamente, o meu corpo faz os movimentos sozinho. E aí eu gosto de ensaiar no processo de limpeza porque é o processo que você vai criando essa memória corporal, entendeu? Aí, limpando, e é bom porque a gente não pode criar a memória corporal antes de... começar a limpar porque, se a gente fizer isso, a gente vai chegar com muitos erros, entendeu? Se eu me acostumar a dançar muito a música em casa sozinha, dançar muito, muito, muito, muito e me acostumar a fazer um passo de um jeito, depois pra eu corrigir esse passo é mais difícil. Então, eu pego o básico. Vou pegando e junto com o posicionamento com as meninas. E depois dos posicionamentos, a gente começa a trabalhar a limpeza de passos. Aí... essa é uma etapa, né? Que é a etapa do processo da coreografia.

Aí, fora isso, tem o figurino que a gente vai produzindo paralelo, que você pensar numa performance, né, pra tá num palco, você tem que pensar em tudo isso, né? A gente faz escolha, depois a gente vai pra pegar a coreografia e os posicionamentos, que é algo que a gente tem muita dificuldade... de posicionar, principalmente coreografias com muitas meninas. Os posicionamentos geralmente são mais complexos, então por isso que a gente começa pelo posicionamento. Depois a gente vai limpando a coreografia. A coreografia tá limpa e já tá perto do evento, vamo começar a correr atrás dos figurinos. Aí é... centro, pesquisas de preços de tecido... Geralmente, no processo de escolha, a gente já escolhe o figurino e escolhe a coreografia junto, né? Podem acontecer mudanças, mas geralmente é nesse processo... nesse momento que a gente escolhe o figurino. Aí começa o processo de produção do figurino. Encontrar a costureira, e idas e vindas na costureira, ajuste, compra de tecido, e aí desembolsar o dinheiro, aí tem o sapato, tem várias coisas que a gente vai pensando né, pra montar o penteado... Quando a gente tem todas as referências, tudo que a gente quer fechado, e aí consegui fazer o figurino de acordo com o grupo mesmo né, tal e qual o grupo, que isso é uma coisa que a gente preza muito. Todos os covers do Primadonna, se você for assistir os vídeos, a gente pode tá caída em cima do palco, mas o nosso figurino tá perfeito. Então, é algo que realmente a gente investe, entendeu? Porque é um diferencial de produção mesmo, produção no sentido de figurino, maquiagem e cabelo. A gente pode não tá tão limpa na coreografia, porque eu acho que com o tempo a gente melhorou muito, mas o nosso figurino, a nossa maquiagem, a nossa produção em cima do palco tá sempre impecável. E isso é algo muito legal, né? Aí, beleza, já decidimos tudo, já tamo no processo de finalização da limpeza... Eu tô contando tudo, tá? haha

**Iago:** Pode continuar! haha

**Ana Paula:** E aí, a gente tá... finalizamos a limpeza, já finalizamos o processo do figurino, né, de produção do figurino, de ir na costureira, de comprar os tecidos e de ficar indo e vindo, porque assim... “Tá pronto aqui! Vem as meninas provar!”, aí a gente vai lá e prova o figurino... “Tem que vir outro sábado aqui porque eu fiz o ajuste”. E quando o figurino tem outros detalhes que exige outra pessoa pra trabalhar além da costureira? Como foi o de Paint the Town, né? Que a gente precisava colocar os ilhós. Então, a mulher que colocava os ilhós, os bichinhos de prata do figurino de couro, era outra que tem uma máquina em outro lugar. Então, a gente pegou o nosso figurino de tecido pronto, levamos pra mulher colocar lá os ilhós, e ela foi lá e a gente teve que despender tempo, né, também pra isso, despender tempo pra fazer essa confecção desses figurinos. E idas e vindas em costureira até a gente tá com tudo prontinho, sapato e figurino, tudo pronto. Chega o dia.

Aí... o dia é mais um outro... não é nem um processo, é continuidade também desse processo, né? Que a gente chegar no evento e a gente conseguir se concentrar. Quando eu vou dançar no Primadonna, num evento como o Sana, por exemplo, eu já entro na mentalidade do evento, tipo, eu fico pensando no evento 3 dias antes. Esse agora, principalmente, eu fiquei assim, tipo, a gente ia se apresentar na segunda-feira. Aliás, no sábado... Não, a gente apresentou no domingo. A gente ia apresentar no domingo, e na segunda-feira eu já estava assim: “meu Deus, é essa semana”. Eu já estava internalizando porque fazia muito tempo, né, que a gente não apresentava, mas eu já estava no mood da apresentação, do retorno aos palcos. Finalmente. Eu tava muito nervosa, muito, muito, muito, muito, muito nervosa. Nem queria falar pra as meninas, mas... geralmente, eu fico nervosa perto de entrar no palco, mas esse foi um exemplo que eu fiquei muito nervosa assim, desde a segunda-feira. Aí, a gente chega no evento, se concentra, tenta ficar juntas, não se separar e fazer a maquiagem todas juntas, né, que a gente geralmente faz isso: faz a pele... faz a maquiagem da pele e a Gabi faz os nossos olhos pra ficar bem espetáculo mesmo. E aí, é isso. Aí, são os 3 minutos mais aguardados de 6, 7 meses, entendeu, que a gente tem.

Obviamente, a primeira vez, a primeira apresentação de uma coreografia que a gente tá ensaiando há muito tempo, é muito mais difícil do que as outras. Então, a gente vai ter todo esse processo antes, mas também tem a continuidade desse processo, depois da primeira apresentação, porque é isso: a performance, ela vai ser repetida em outros eventos, até porque a gente investe muito tempo, dinheiro e dedicação, né, no projeto, numa performance, tipo uma peça de teatro mesmo, que vai ser exibida várias vezes, né? Então, a gente se programa pra isso, pra fazer vários eventos com a mesma coreografia e poder também conseguir arrecadar o dinheiro que a gente gastou hahaha com o figurino e com o dinheiro mesmo de ir pros ensaios pra juntar o dinheiro do caixa novamente. Ganhar muitos pódios com a mesma coreografia pra conseguir encher o caixa de novo pra a gente começar um novo projeto, entendeu? E a gente vai nesses ciclos mesmo, de coreografia em coreografia. Depois que a gente faz uma série de eventos, a gente começa, inicia um outro projeto pra fazer mais uma série de eventos, entendeu? A gente criou essa cultura. Antes, não era assim. Acho que, com o amadurecimento do grupo, a gente percebeu que era necessário fazer isso, porque senão... Não compensava a gente ficar a cada evento fazer uma coreografia porque nunca conseguia sair bem feita, né? Não tinha tempo e a gente viu que a gente precisava de tempo pra trabalhar. A gente consegue produzir uma coreografia muito boa, mas a gente precisa de tempo. Precisa fazer com calma, sem correria, e focar no que a gente tem de melhor, né? Nas nossas potencialidades, mas com calma. Então, tem que ser uns 5, 6 meses de trabalho pra uma coreografia muito grande que exige muito. É isso, falei demais.

**Iago:** Não. Foi ótimo, foi ótimo.

**Ana Paula:** Pronto. O processo é esse, eu acho hahaha.

**(Pergunta imanente) Iago:** E também tem uma outra coisa nesse processo que eu queria que tu também me falasse, que é sobre o feedback, né? Como quando, tipo, quando vocês apresentaram o Paint the Town no Sana, aí pras próximas apresentações, como pra essa que foi gravada agora, né? Como que foi o feedback, o que é que eu tenho que melhorar dessa apresentação pra essa apresentação?

**Ana Paula:** Isso. Isso. Pronto. Como eu te falei, né? A primeira apresentação é sempre mais difícil porque a gente não tem esse feedback. A gente tem o nosso feedback interno, da gente se ver, a gente sabe o que a gente vai apresentar, a gente sabe o que a gente erra às vezes, a gente entende os nossos pontos fracos, né? Mas a gente não sabe como vai ser também em comparação aos outros grupos, porque cada campeonato tá lá grupos diferentes e, querendo ou não, acaba sendo uma comparação entre todos os grupos, todas as performances, né? O julgamento dos jurados é baseado numa comparação. Então, eles precisam comparar quem foi o melhor.

Então, como a gente não tem muito parâmetro antes de apresentar a primeira vez, a gente vai muito assim no feeling. “Olha, eu acho que isso aqui, pela nossa experiência, a gente tá bem. Vamo apresentar, tá ótimo. Vamos!”. Apresentou. Aí a gente recebe todo o feedback no que a gente precisa melhorar. Aí, por exemplo, no Paint the Town, a gente recebeu um feedback muito específico sobre... ponto negativo, né? Porque no feedback a gente também recebe alguns pontos positivos. A gente percebe que a gente tá indo pelo caminho certo quando recebe esses feedback positivos. “Olha, foi muito boa expressão, condiz com o figurino, condiz com a música, tá muito massa, mas vocês precisam manter energia”. Aí a gente vai trabalhar na questão da energia. Energia é resistência corporal, física mesmo, de conseguir entregar a mesma vibe do início ao fim, e tentar melhorar isso pras próximas coreografias, pras próximas vezes que a gente vai apresentar.

Então, realmente, essa questão do feedback é o que vai manter o processo, né, de aprendizado do grupo também porque a gente vai receber esses direcionamentos de pessoas que entendem também, e a gente vai trabalhar esses pontos nos ensaios pra chegar mais seguro e com menos erros, ou pelo menos corrigindo aquilo que foi apontado num campeonato anterior. Então, a gente sempre faz essa reflexão mesmo, interna. E até levar pra outras coreografias também, sabe? Tipo, “Cara, a gente precisa trabalhar a nossa resistência corporal”.

Então, sim, é cover? É, mas é dança, entendeu? Dança. Você tem que ter resistência física, você tem que ter alongamento, você tem que ter várias coisas que a gente precisa trabalhar. A gente é amadora, mas a gente precisa apresentar, e se a gente quiser ganhar, a gente precisa melhorar a nossa técnica como dança mesmo. É por isso que é muito interessante fazer aula e tals, né? Enfim, mas aí a gente vai trabalhar. Agora, por exemplo, eu quero entrar na academia hahaha pra melhorar um pouco mais a resistência porque foi um ponto colocado, entendeu?

Mas a gente nunca teve, por exemplo, um ponto negativo de figurino. Figurino sempre foi muito bom, impecável, tá ótimo. A expressão a gente já teve também, tipo, geralmente quando você tá muito cansado na coreografia, né, você muda também sua fisionomia. E aí, o negócio é: tô morta, mas por fora tenho que parecer estar plena. E aí, você vai trabalhando isso também. Expressão, a gente melhorou muito ao longo do tempo, justamente graças a esses feedbacks que a gente teve em outros campeonatos.

**(Pergunta imanente) Iago:** E, tipo, tu disse a palavra amadora. Aí, eu fiquei pensando assim, na tua concepção, o que seria a diferença de uma dançarina amadora pra uma profissional?

**Ana Paula:** Eu acho que o dançarino profissional, ele dedica mais tempo à dança, ao estudo também de técnicas, de conceitos porque dança não é só os movimentos, entendeu? Existe técnica, existe... e conceitos, também, não é só a palavra, é consciência do seu corpo, entendeu? E estudo para melhorar as capacidades do seu corpo mesmo. Sabe, tipo, eu acho que um grupo profissional, ele trabalha pra além de montar performance, aprender com o processo, entendeu? A gente aprende, mas a gente não tem embasamento teórico em relação à dança. Por isso que eu digo que é importante fazer aula de dança, entendeu? Porque, com o tempo de aula de dança, você vai tomando mais consciência do seu corpo e é muito difícil fazer isso sozinha. É muito difícil, eu só gostando de K-pop, vendo dance e tentando imitar, entendeu? Não é assim.

“Ah, mas é cover, não é uma competição de dança”. É uma competição de dança! Quando você vai lá, você compara os vídeos de quem ganhou, pode prestar atenção. Pelo menos assim né, depende do campeonato às vezes? Depende, mas geralmente os que a gente compete aqui, o Sana, por exemplo, é um deles, quem tá julgando? Um professor de dança. O Sonic, que foi o que julgou a gente né, que tava julgando nesse último concurso do Sana, ele é professor de dança, ele é especialista em danças urbanas, hip hop... Então, ele tá lá julgando a coreografia, a maneira que a gente executa os passos, entendeu? Então, se não tiver técnica, não fica bom. Se a gente não conseguir colocar as técnicas necessárias, e fazer a movimentação de um jeito que fique esteticamente bonito... e não é nem bonito a palavra porque não é questão de beleza, é bom mesmo, tipo dar certo, tem que dar certo, entendeu?

Então, eu acho que o que diferencia o nosso grupo, que eu considero amador, apesar de ter muita experiência, a gente tá há anos aí já, mas o que diferencia isso é o estudo da técnica de dança, entendeu? Porque eu não acho que os concursos de K-pop sejam somente um julgamento do que é mais parecido. Eu acho que é também um concurso de dança. Então, tem isso também.

**(Pergunta exmanente) Iago:** E... eu queria saber sobre a tua história com a dança. Assim, ela começou com K-pop ou veio de antes?

**Ana Paula:** Eu sempre fui... hahaha senta que lá vem história, vai dar 5 horas de entrevista hahaha. Eu sempre fui uma pessoa que gostava do mundo das artes e da performance. Então, tipo, eu era criança pequena, e me imaginava apresentando um programa e falando em espanhol sozinha dentro do banheiro, entrevistando a Dulce Maria e a... hahaha. Mas era tipo assim, eu sempre gostei da performance. É tanto que até a profissão que eu escolhi, que eu não tô exercendo agora, mas eu amo: a profissão de professor. E o professor também é uma performance, entendeu? Querendo ou não, eu gosto de tá no centro das atenções, fazendo alguma coisa. Não só por estar, mas dando aula, dançando, cantando.

Então, tipo, minha família é de músico né. Meu pai é músico, meu irmão é músico, e aí eu tenho essa veia, ligação com a música, desde muito cedo. E eu gostava muito de dançar. Muito, muito, muito. Não significa que eu dançasse bem, mas eu gostava muito de dançar É O Tchan. Aquela criança né, que gosta de dançar É O Tchan, que gosta de dançar forró, funk, tudo o que botar eu dançava, entendeu? Só que eu nunca tinha me visto num espaço onde eu ia virar, sei lá, uma espécie de dançarina amadora. Eu entrei no teatro. Eu já participei de teatro, assim, meio amador também e tudo. Cantei por muito tempo e tive uma banda e tals, mas a dança eu nunca tinha explorado porque eu achava que pra dançar eu tinha que começar muito cedo fazendo aula. E aí, eu não tinha começado, né? Eu vim de uma família teoricamente um pouco mais humilde. Então, não tinha essa ideia de fazer aula de dança. Nunca foi uma opção para mim como é hoje, tipo “Aí, vamo, bota o menino na natação, no balé, não sei o quê”, mas eu acho que se eu tivesse ido pro balé muito nova, eu teria muito ido para essa área porque eu gosto muito do corpo, e movimentação também, tudo, e performance no geral, né?

Mas beleza, então, eu sempre gostei de dançar, de me movimentar, só nunca estudei pra isso. Eu gostava de dançar de boa no meu quarto, na festa e tals. Aí... é... eu lembro que teve uma época que eu tava morando no Maranhão, e eu sempre assisti muito aquela série de filmes “Ela dança, Eu danço”, se liga?

**Iago:** Eu sei.

**Ana Paula:** Eu era apaixonada por aquilo ali, tipo, meu Deus, quando eu vi o primeiro filme, que é com o Channing Tatum e acho que a Mila Kunis, não, é outra menina que faz com ele, mas enfim, que é o filme lá que ele é um menino meio do gueto e tudo e começa a dançar, e estudar dança e tudo... Enfim, eu fiquei apaixonada por aquele mundo. Eu assisti todos os filmes. São todos ruins, mas eu amo porque tem a questão da dança, entendeu? Eu ficava assim: “Meu Deus, eu queria tanto dançar assim, eu queria tanto dançar assim”. Eu ficava tentando os movimentos, só que era muito difícil para mim, né?

Mas beleza e tal. E aí, eu deixei isso meio que interno, até que em determinado momento eu tava lá na UECE... e eu tinha uma amiga que ela tava montando um grupo de K-pop pra dançar. Até então eu conhecia K-pop. Eu tinha ido no Sana, e tinha visto os grupos se apresentarem. Eu fiquei “Nossa, seria tudo, né? Tá em cima desse palco dançando. Nossa, seria tudo dançar assim. Muito massa”. Mas eu nem me considerava porque eu achava que eu não dançava bem. Eu realmente não dançava bem hahaha, mas eu tinha vontade. Aí, pronto, aí essa menina me chamou para fazer uma participação. “Amiga, impossível. Nunca vou conseguir pegar essa coreografia”. Olhava pros practices, e eu fiquei: “Meu Deus, como é que eu vou pegar isso? Não tem a menor possibilidade de eu conseguir pegar isso”. E eu peguei. Aí eu ensaiei e a gente apresentou pela primeira vez. Aí quando eu vi que era possível, eu “Nossa, então tem esse mundo do K-pop né? Dá pra dançar e tudo como um hobby e tudo. Não, vou investir e me dedicar um pouco mais a dança”. Aí pronto, aí entrei nesse mundo do K-pop, aí também entrei no Primadonna né e tals.

E aí, eu comecei a perceber que eu precisava melhorar a minha técnica, e eu comecei a fazer aula. Aí, me inscrevi pra uns cursos de danças urbanas no CUCA, e aí comecei a fazer aula também de Femme Dance né, e quero voltar também... só que é muito louco porque eu sempre pensei nisso, sempre foi um dilema para mim... de, tipo, eu queria muito viver de arte né, nesse sentido, de dança... Eu me imaginava muito na Broadway hahaha. Parece distante, mas eu me imaginava muito na Broadway. Eu sei que eu sou afinada. Se eu fizer treinamento de respiração e tals pra dançar, cantar e atuar, entendeu? Eu amo esse universo de performance no geral, pra além da dança, então... é... o K-pop me proporcionou essa mini-Broadway na minha vida porque eu interpreto também, entendeu? Eu fico lá dublando as meninas. É um processo também um pouco de atuação. Você se sente a idol né e tals, e o figurino, e subir no palco e todo mundo olhar.

Então, esse processo é muito massa. Eu acho que é isso assim. Resumindo, meu interesse pela dança tá muito ligado à performance como um todo porque eu amo performar, independente de ser numa sala de aula como

professora ou cantando num barzinho, como eu já cantei, ou num palco do Sana, entendeu? Dançando. É isso. Tá ligado a todas as artes, assim.

**(Pergunta exmanente) Iago:** E se tu pudesse, assim, viver disso daí, tu realmente escolheria?

**Ana Paula:** Com certeza! Com certeza! Eu queria poder viver de... Eu queria ter tido a oportunidade de estudar mais cedo porque infelizmente é muito difícil você entrar nesse mundo depois dos 20 anos. Você tem que começar com, no máximo, estourando, sei lá, 12 ou 13 anos a dançar, estudar pra você chegar nos seus 20 anos já dando aula de dança, entendeu? Você tem que fazer esse processo e é muito foda isso porque pra mim não rolou assim, não tinha, não existia essa possibilidade na época, né? Mas o CUCA, por exemplo, hoje proporciona isso pra outras pessoas, né? Pra juventude. Então, isso é muito massa, mas se eu pudesse escolher, com certeza eu viveria de musical hahaha. Eu pensei, tipo, há um tempo atrás, eu quase entrei numa companhia de... não de teatro, né, mas uma escola de musical, que a galera faz aula de atuação, de canto, canto pra musical, que é completamente diferente, dança também, envolve tudo isso. Então, eu sou apaixonada por isso. Eu queria muito. Se eu pudesse, eu viveria só disso, somente disso: estudar e trabalhar em espetáculos. E é isso.

**Iago:** E... sim, tu falou que conheceu o K-pop... tu já conhecia o K-pop antes de dançar, né?

**Ana Paula:** Já. Já.

**(Pergunta exmanente) Iago:** E como foi que tu conheceu o K-pop?

**Ana Paula:** Eu tava vendo um vídeo no YouTube, e aí eu caí no... acho que foi I Got A Boy do Girls Generation. Aí, eu olhei aquilo ali e eu fiquei “Meu Deus, elas são muito sincronizadas”. Nem era, né? Mas na minha concepção, na época, eu fiquei “Nossa é tão colorido, tem tanta menina”... e aí, aquilo ali não me prendeu tanto, mas eu conheci ali. Tipo, acho que foi I Got A Boy, o primeiro vídeo do YouTube.

Aí, eu acabei conhecendo o 2NE1, que aí eu vi outra sonoridade, outra estética, né, mais heavy assim, mais pesada, mais girl power. Aí, eu gostei muito. Aí eu “Caralho, é muito bom”. Aí eu ia pro Sana rezando pra ter apresentação do 2NE1, entendeu? Porque eu queria era ver as meninas fazendo o 2NE1. Então, eu comecei a gostar de K-pop por causa disso, porque eu vi um vídeo e aí eu fui entrando no limbo dos vídeos até chegar no 2NE1. Aí pronto, a YG é a minha empresa, a empresa que lançou todos os grupos que eu gosto. Aí, comecei a gostar por causa disso. Aí, eu fui no Sana e eu fui pro Sana já querendo ver. Aí eu vi as apresentações lá, e eu fiquei “Nossa, tudo! Ai meu Deus, deve ser muito legal”. E foi assim que eu conheci.

**(Pergunta imanente) Iago:** Então, tu já foi pro Sana já sabendo que tinha competição, né, de K-pop?

**Ana Paula:** Já sabia. Já. Eu fui esperando ver alguma apresentação do cover do 2NE1, entendeu? Porque eu gostava de 2NE1 na época, né? Os outros grupos eu não conhecia muito, mas eu tava entrando no limbo, escutando toda a discografia do 2NE1, vendo lives, os shows delas na época. Eu pedia pros meninos baixarem pra mim e aí eu assistia tudo. Eu amava. É isso.

**Iago:** E o Primadonna não foi o primeiro grupo que tu entrou, então né?

**Ana Paula:** Não.

**(Pergunta imanente) Iago:** Já tinha começado antes? Como foi esse processo de antes pra chegar no Primadonna?

**Ana Paula:** Foi. Foi assim, eu entrei no grupo primeiro que eu tava com 2 amigos, né? Eu ia falar “amigas das Ciências Sociais”, mas é que ele é trans. Então, esse amigo meu, na época, disse que tava tendo um grupo. Ele sabia que eu gostava de 2NE1, e falou assim “Amiga, vamo dançar num grupo, a gente vai apresentar num Sana aí da vida, no Sana K-pop” - que era outro Sana, não era o Sana mesmo, era o Sana K-pop - “lá no Sebrae, e aí a gente tá precisando de uma menina porque a nossa formação não tá completa. A menina desistiu. Tu não quer entrar não?”. Aí eu “Pode ser amiga, mas é impossível eu pegar coreografia”. Aí, como eu falei, comecei a ver

muito e elas me ajudaram e eu consegui entrar. E esse grupo foi o 4U, né, e ainda existe, tá? Esse grupo. Só que as meninas mudaram muito, não são as mesmas meninas, mas... aí, entrei nesse grupo, gostei muito da dinâmica do grupo, mas a gente era muito... as meninas tinham muita dificuldade, eu também tinha, eu tava iniciando, mas eu via que eu tinha mais potencial pra trabalhar do que algumas outras. Não todas, mas algumas outras. E era muito assim: restrito, o estilo de música que a gente ia dançar. Então, eu nunca ia poder dançar sexy. Eu nunca ia poder dançar outros estilos... ia ser só fofo porque eu lembro que a líder do grupo, ela era muito assim conservadora... então, tipo, ela era muito nada a ver comigo, com a minha personalidade, com quem eu era também, né? É tanto que, depois que esse meu amigo passou pela transição, foi muito chato porque essa menina era muito conservadora. Então, parou de falar com ele, tipo assim, ficou falando coisas que... foi muito tenso, né?

Mas na época que eu saí, eu fui a primeira a sair, porque eu já vi que não dava ali pra mim. E eu lembro que foi um baque porque... A Gabriela veio falar comigo no Facebook porque a gente dançou no mesmo evento. O Primadonna debutou junto comigo. Só que eu não dançava no Primadonna. A gente debutou no mesmo evento, né? E aí, eu tava lá no evento, as meninas me viram, viram o meu grupo dançar, mas sei lá... a gente disputava pra ficar em penúltimo, entendeu? Essa era a nossa visão lá no 4U, no meu grupo antigo. Aí beleza, e aí a gente se preparou pra outra coreografia, que foi 2NE1. Eu bati o pé e “Não gente, vamo dançar 2NE1! 2NE1!” porque eu, né, a maior fã Blackjack do mundo. “Por favor! Tem que ser!”. E eu sou a CL hahaha. Ai eu, “Não, vamo dançar 2NE1! 2NE1”. Aí eu insisti, insisti, até que as meninas “Beleza, vamo só nós 4” porque também só tinha poucas meninas. Então, aí a gente foi, fez a formação pra dançar Falling in Love, né? “Falling in Love, Falling in Love” (cantando). Aí a gente fez a formação, eu era a CL na época, e a gente foi dançar nesse evento na FIC. E aí, dançamos no evento da FIC e, tipo assim, tinham umas meninas na platéia que gritaram horrores, e elas faziam barulho, era o Primadonna. E elas faziam barulho o evento inteiro, e meu Deus do céu, e gritando e gritando. Beleza. Aí, eu vi as meninas. Depois elas se apresentaram, né? Aí eu fiquei “Ah, eram essas meninas que tavam morrendo de gritar. Meu Deus do céu!”. Ai, depois te mando os vídeos, se eu achar, dessas apresentações. Dá pra ouvir o Primadonna gritando.

Aí, a Gabriela, depois de um tempo, veio falar comigo, perguntando se eu não queria dançar uma música com elas como back, e era Roll Deep da Hyuna. Então, era muito sexy. E daí eu, “Aaaa, quero! Eu quero, eu quero, eu quero!”. Aí, eu lembro que eu cheguei pra líder lá, né, do outro grupo, e eu falei “Não, as meninas do Primadonna me chamaram pra dançar como back. Eu vou ver como é que vai ser lá”. Só que quando eu cheguei no primeiro ensaio, a Gabriela já fez o maior... “Amiga, mas se tu quiser entrar no Primadonna...”. Tipo, começou a me cotar, né? Aí eu, “Valha, mulher, eu quero”. Foi bem assim hahaha. “Valha mulher, me chama mais duas vezes que eu deixo o 4U”. Mas foi muito legal. A gente casou muito, assim, no primeiro dia que eu cheguei, a Larissa tava com a blusa do One Piece, se eu não me engano. Aí eu, “Tu assiste One Piece?”, e ela “Aaa, assisto! Tu gosta de One Piece?”. E aí a gente começou a tipo... muito a mesma vibe, entendeu? E a Gabi também, então era muito... eu sentia uma conexão com as meninas muito forte desde o primeiro ensaio... “Meu Deus, eu quero ensaiar com elas. Nossa, elas são muito legais. Eu quero ser amiga delas. Eu quero ficar nesse grupo e elas tem potencial pra não disputar pelo penúltimo!”. Porque no 4U era isso. A gente, tipo assim, “Gente, olha, o nosso foco é não ficar em último” hahaha. Era exatamente isso. Nosso foco é não ser o último, galera. Aí, a gente ensaiava, morria de ensaiar, só que era muito ruim, entendeu? Tipo, o grupo não avançava muito porque... falta de energia, falta de técnica, falta de 1000 coisas, falta até de comprometimento com o grupo, entendeu? Porque via o grupo muito mais como um... é aquilo ali. A gente tá ali pra dançar, somos amigas, e a gente era amigas e tudo, só que eu não via potencial de competir, entendeu? Então, eu... “Não, eu vou começar a ir pros ensaios”.

Aí, comecei a ir pros ensaios com o Primadonna, aí foi tudo porque a gente apresentou Roll Deep, e eu me senti muito maravilhosa fazendo aquela coreografia super sexy. E as meninas gostaram muito de mim e eu gostei muito delas. E aí, eu lembro que o Primadonna fez uma festa de confraternização no final do ano. Essa apresentação de Roll Deep, sei lá, foi em novembro. Aí no final do ano, em dezembro, que é o aniversário do Primadonna, a gente fez uma festa de confraternização e as meninas me chamaram pra ir pra essa festa, né? Meio que já tava quase todo mundo assim “Tu vem, né?” e aí eu “Eu vou. Vai dar certo. Eu vou entrar no Primadonna”. E eu tinha que ficar no 4U até o Sana de janeiro porque eu já tava ensaiando com elas uma coreografia, e eu ia apresentar com elas. Aí, quem gravou a nossa apresentação do Sana foi a Gabi, gravou o 4U lá na época, mas era a minha última apresentação com as meninas. Eu “Meninas, olha, eu vou ficar na Primadonna e tudo”. Aí as meninas super entenderam, né, os meninos super entenderam e tipo “Não, tranquilo”. Aí eles continuaram e eu saí do grupo, né?

Fui pro Primadonna porque eu senti que me encaixava melhor lá e também porque era mais perto. A Gabi mora aqui perto da minha casa. A Larissa mora perto da minha casa. E eu moro aqui nessa região desde essa época, né? Então, pra mim era mais fácil também em questão de lugares, entendeu? O Primadonna tinha uma sala de espelhos só pra ela, que era no condomínio do Bi, quando ele morava aqui em Fortaleza. Então, a gente ia lá pro condomínio dele e passava a manhã inteira lá. E aí a gente... nossa, mais conversava do que ensaiava, né? É por isso que a gente era ruim hahaha. E tinha zero foco, mas era muito bom, era muito bom, aquela época. Então, foi um casamento de personalidade muito grande, minha e com as meninas do Prima, e eu decidi entrar no grupo. Aí foi assim.

**(Pergunta exmanente) Iago:** Ah, muito massa. É... eu queria perguntar agora, já em direção ao final, um assunto até que eu conversei um pouquinho antes contigo, mas eu queria ver a tua opinião sobre, né? Que é sobre as diferenças dos lugares. Qual seria a relação do lugar com a performance? Tipo, ensaio na praça, ensaio no CUCA ou em outro lugar assim... o lugar, ele é importante? Modifica muita coisa?

**Ana Paula:** É... modifica porque...

**Iago:** Até palco também, terreno...

**Ana Paula:** Exato.

**Iago:** Tipo, apresentar no Sana e apresentar no CUCA, por exemplo. Como seria?

**Ana Paula:** Pronto. Certo. Tem 2 locais que a gente pode dividir, né? Primeiro, o local de ensaio, que eu acho que faz parte... a gente sempre procura um espaço que consiga... né nem parecer, mas é um espaço que a gente consiga fazer tudo o que a gente pretende fazer no palco, entendeu? Então, pro ensaio a gente pensa sempre nessa questão dos lugares, do chão, como é o chão, porque esse chão vai influenciar na execução da coreografia. Então, se a gente tem espaço no chão, de deslizar no chão, a gente não vai pra um calçamento tentar fazer isso, mesmo com joelheira. Não, não rola. Tem que ser um chão liso. Então, esse espaço vai influenciar na maneira que a gente vai executar. Isso do ensaio, né?

Aí, o espaço de apresentação muda porque muda os palcos, muda o público, né, muda o evento, que eu acho que o espaço tá muito ligado intrinsecamente assim ao evento, à proposta do evento. Então, por exemplo, a gente sempre tem a expressão: “Ah, é evento de shopping”. Quando fala “evento de shopping”, a gente já sabe o que é. É um evento aberto num shopping onde o ideal é a gente dançar a coreografia de grupos muito conhecidos porque vai ter uma multidão lá. Entendeu? E aí, é um evento de graça. A gente não vai gastar com figurino. Tem que ser uma coreografia com menos meninas ou coreografias de grupos menores, mais simples, que a gente consiga executar mais rápido. Uma coreografia rápida e que a gente sabe que o público vai gritar muito. Porque evento em shopping é isso. É menos perfeccionismo em coreografia. Mas aquele espaço, como tem muita gente, geralmente tá muito lotado por ser um evento aberto, a gente tenta levar... fazer com que... porque que compensa, né? Porque a gente vai tá tendo visibilidade. Então, quem gosta de K-pop vai tá conhecendo o grupo Primadonna. Aí, esse espaço pede performances diferentes, pede performance de grupos que não sejam muito flopinhos, pede performance não muito complexa porque não precisa, eles vão gritar de qualquer jeito se a gente dançar BTS, se a gente dançar BLACKPINK. Eles vão gritar... não precisa, a gente não precisa fazer perfeito, precisa só tá lá, entendeu? Então, o evento de shopping é isso. É tanto que, não sei se tu reparou, mas a gente tava mandando os vídeos do ensaio passado de Fancy, e a Aline pegou e falou assim “Nossa amiga, mas o ensaio tá muito bom, o vídeo tá muito bom, já dá para apresentar em shopping”. Entendeu? Porque é isso, tipo, shopping é isso.

Aí, quando parte pra campeonato, a gente sempre tenta ver o espaço pensando na performance no sentido de tamanho de palco, do quê que é feito o palco, se é carpete, se é liso, se é de madeira, a iluminação do lugar, porque tudo isso vai impactar na escolha do figurino. Então, o espaço pra performance de apresentação mesmo, a performance em eventos, ele é importante porque a gente tenta, por exemplo, chegar, antes de tomar a decisão, um denominador comum que seja um coringa pra todos os diferentes tipos de espaços, entendeu? As melhores escolhas pros diferentes tipos de espaço. É isso.

**(Pergunta exmanente) Iago:** E, agora pra encerrar, essa é uma pergunta mais sobre o futuro. Assim, aonde vocês gostariam de chegar como grupo? Se tem algum sonho ou algum ponto que desejam alcançar, tanto como um grupo e você como um indivíduo?

**Ana Paula:** Certo.

**Iago:** Tem algum lugar que vocês almejam?

**Ana Paula:** Como grupo, a gente conquistou já muitas coisas. Eu tô muito... eu sou muito feliz com as nossas pequenas conquistas, entendeu? De estabilidade. Porque, pro Primadonna ser o que ele é hoje, a gente já quase acabou várias vezes. Entendeu? A gente já teve muitos momentos de conflitos. E é muito louco porque eu lembro que, quando a gente tava montando a apresentação de Get Out, que é um figurino que é uma blusa azul com as botinhas brancas e tals, e a gente apresentou no KWF, e a gente na época tava só com seis meninas, e uma das meninas que completou as sete era emprestada de outro grupo que ela foi dançar com a gente. Então, essa menina tava lá. O Bi tava indo embora pra São Paulo. Depois dessa apresentação, ele foi embora, que era muito importante pra gente porque a gente ensaiava no condomínio dele. Muitas meninas tinham saído do grupo, né, meninas mais velhas. A gente diz que as Primadonnas nunca vai de um grupo pro outro, a gente se aposenta. Geralmente, sai pra se aposentar. E aí, as meninas tavam saindo porque, enfim, foco em outras coisas. Nem todo mundo tem a paixão pela dança que eu tenho, que a Gabi tem, que a Larissa tem. Então, a gente entende que, pra algumas pessoas, esse estar dentro de um grupo de K-pop é uma fase, entendeu? Tipo, mas pra Jéssica, que tem já quase 30 anos, não é. Ela tá desde que ela era adolescente dançando, entendeu? Porque ela gosta disso.

Então, o Primadonna já quase acabou muitas vezes. E aí, eu ia falar disso, que eu lembro que quando a gente foi, a gente apresentou no KWF, nossa posição não foi tão boa assim. E a gente foi apresentar num outro evento, lá no Maracanaú, e a gente conseguiu o segundo lugar. A gente nunca tinha conseguido o segundo lugar. Nunca na história do Primadonna. O máximo que a gente tinha conseguido foi um terceiro lugar num evento muito flop, que tipo não tinham muitos grupos competindo e a gente conseguiu um terceiro lugar e foi bem assim: era meio óbvio que a gente ia ficar em terceiro porque a gente... né? E aí, a gente conseguiu esse segundo lugar que a gente ficou muito muito feliz. E eu lembro da gente voltar pra casa no metrô. Eu, a Gabi e a Larissa. E eu, assim, comecei a chorar porque eu... “Caralho, a gente ia acabar”. E aí, reacendeu a chama, assim, de tipo... “A gente é boa”. Porque já era muito tempo que a gente tava dançando. Não dava certo nunca. Assim, a gente nunca conseguia o que a gente queria, sempre dava algum problema, algum erro. E você tem que ter muita insistência, assim, muita resiliência mesmo pra conseguir se manter, né? Beleza. E aí, quando aconteceu isso, deu um ânimo. “Cara, a gente é boa, acho que a gente consegue! Se a gente treinar mais, se a gente investir mais nisso ou naquilo outro, a gente consegue! Vamo fixar aqui com as poucas que a gente tem e vamo fazer uma formação pequena”. E aí a gente fez, né, beleza.

Aí... mas a pergunta era em relação a... só pra eu não fugir, pra eu voltar. Pera... é... plano pro futuro. Pronto. Foi nesse momento que eu consegui enxergar planos pro nosso futuro, entendeu, depois da gente conseguir ganhar o segundo lugar com Get Out. E eu “Caralho velho, a gente ia acabar. Ainda bem que a gente continuou porque eu acho que agora a gente vai dar certo. A gente vai conseguir alcançar outras coisas”. E aí, a gente conseguiu alcançar outras coisas. A gente ganhou primeiro lugar, a gente ganhou segundo lugar, ganhamos terceiro lugar, ganhamos primeiros lugares de novo, tipo, com Piri, né? E aí, foi uma temporada muito, muito, muito boa. A gente tava com tudo, assim, tava indo muito bem mesmo. E o nosso sonho sempre foi conseguir pelo menos tirar o primeiro lugar no Sana. É o que a gente quer, tirar o primeiro lugar no Sana. E isso a gente ainda não alcançou, né? Mas eu acho que a gente tá muito mais perto do que antes. Então, a experiência deu esse lugar. E o que eu quero pra gente, é isso, é a gente conseguir essa etapa de tirar primeiro lugar no Sana pra depois a gente pensar, talvez, em eventos fora, sabe? Participar de eventos fora daqui.

E uma coisa que eu tenho muita vontade de fazer com o Primadonna, né, é que o grupo se perpetue, entende? Que consiga passar pra outras gerações. Eu imagino muito a Carla na frente, entendeu? Tipo, coordenando o grupo daqui a algum tempo. O nome Primadonna, que a gente escolheu... eu não tava, né, na escolha, mas que o grupo consiga permanecer esse nome de peso, entendeu? Por exemplo, o K-Puzzle tem um nome de peso. Todo mundo lembra do K-Puzzle, sabe quem é o K-Puzzle, mesmo eles não estando ativos hoje ou estando bem, né? Mas é isso.

Assim, pro Primadonna, como um grupo, eu quero muito que a gente tire o primeiro lugar no Sana. Acho que, depois disso, vai ser uma bugada assim “E agora? O quê que a gente vai fazer?”. Aí, eu quero que a gente invista em alguns eventos fora, tentar ir pra São Paulo ou algum evento do tipo, né, e tal. A gente já tá tentando, né, mandando concorrer e tals, mas seria muito legal competir com o Primadonna fora daqui porque eu acho que os grupos daqui de Fortaleza são muito bons comparado ao resto do Brasil. Não que os grupos do resto do Brasil sejam ruins, mas eu acho que no Nordeste a gente tem grupos covers muito, muito, muito foda. Eu acho que o Cypher é muito foda. Fazer o que eles fazem... e não tem, cara. Não tem grupos parecidos lá no sul, entendeu? Tipo, que faz um espetáculo como eles fazem, como eles fizeram em cima do palco do Sana. Então, eu acho que aqui a gente tem grupos muito bons. Vencer os grupos daqui é uma etapa muito difícil. É tanto que a gente tá pensando pra tirar o primeiro lugar no Sana, ó (estalos nos dedos), entendeu? Porque é muito difícil, é muito concorrido aqui. A galera leva realmente a sério e tem muito grupo bom. Então, primeiro lugar no Sana, depois, talvez, conseguir viajar a alguns eventos fora daqui, né, pra competir fora. São Paulo, Recife. A gente tem muita vontade de ir pra Recife também. É isso.

E, como um grupo, eu quero que se perpetue porque eu sei que eu não vou poder ficar no grupo pro resto da vida. Vai chegar um momento que a minha vida pessoal pode não se cruzar com o grupo e tudo, mas eu quero muito que o Primadonna se perpetue porque, pra além de um grupo de dança, eu vejo Primadonna muito como um grupo de amigas, entendeu? Onde eu encontrei acolhimento, onde eu encontrei pessoas que eu quero levar pro resto da minha vida. Amigas de verdade, entendeu? Onde eu amadureci junto com elas. A gente brigava por besteira e a gente amadureceu junto. E eu quero que o Primadonna seja esse espaço pra outras pessoas também. Pra outras meninas, de outra geração, entendeu? É isso.

*Entrevista com Gabriela Rodrigues*

28/05/2022

*Sala da Diretoria de Cultura, Cidadania, Direitos Humanos e Desenvolvimento Sustentável do CUCA Mondubim*

**Pergunta inicial/gatilho (Iago):** Eu queria primeiro que tu se apresentasse e me contasse como é o processo de fazer uma performance cover no K-pop. Como se eu não conhecesse, não tivesse em campo esse tempo, tu contasse como é fazer o passo-a-passo de um cover.

**Gabriela:** Oi, meu nome é Gabriela Rodrigues, eu tenho 29 anos, sou formada em Comunicação Social, Publicidade e Propaganda. Hoje, eu trabalho como social media em uma agência. E eu tenho o K-pop como... acho que eu poderia dizer assim mais que um hobby. Já é uma coisa a que eu estou desde 2010, por aí, da minha vida. Então já são o que? Doze anos.

Então, eu acho que inicialmente eu vou falar da maneira mais básica possível para uma pessoa que de fato não entende, que é leiga no assunto, vá entender. Uma performance, ela começa primeiramente com um desejo. Um desejo da gente ao menos ter uma sensação parecida com a qual aquele grupo de K-pop passa pra gente. Por exemplo, eu tô vendo aqui o Girls Generation performar. Eu vejo que tem figurino, eu vejo que tem maquiagem, eu vejo que tem todo assim um show, todo um lance artístico, aquela performance artística muito bacana. E eu me identifico com aquilo. Então, eu acho que a premissa de você querer fazer uma performance é essa. De você querer passar o mesmo sentimento que aquela performance daquele artista te passa, né? Então, é muito importante... porque que eu falei o desejo? Porque o desejo, primeiro é o desejo, a vontade de querer passar aquilo ali para outras pessoas. E a segunda é que você tem que gostar. O que é o gostar, o amor, o tesão? Você gostar daquela música, você gostar daquela coreografia a um ponto que você já tá quase dançando aquilo ali sozinho. Isso é algo que não tem nada a ver com o K-pop, é algo que tem a ver com música num geral, né? Diversas vezes você vê assim a performance de uma Britney da vida, de um Beyoncé da vida, de qualquer outro artista e você fica “Puts que legal essa coreografia” “Puts vou fazer esse passo aqui”. Então, isso é meio que uma coisa involuntária que todo mundo já faz, a gente só faz de uma maneira mais articulada, basicamente.

Então, quando a gente escolhe uma música, é muito importante a gente gostar daquela música e daquela coreografia. Nem sempre as duas coisas são a mesma coisa. Nem sempre a gente vai gostar de uma coreografia

junto com a música e vice-versa. Então, vamos lá: primeiro o desejo de querer transmitir o sentimento de um idol para o público e ter esse mesmo tipo de reconhecimento. O outro é o tesão, o gostar, o amar aquela música e aquela coreografia e querer performar aquilo ali a um ponto que você tá saindo quase que automático os passos. E depois que você faz isso, é muito a questão de você colocar a mão na massa. E como é que a gente vai fazer isso?

Primeiramente, lá nos primórdios, e até como é hoje em dia, se você é sozinho, se você não tem um grupo ou outra coisa, como é que você começa a aprender aquela performance? Você pega o vídeo original da coreografia e você coloca no “mirror”. O que é o mirror? Você espelha o vídeo. Quando você espelha o vídeo, você vai aprender os passos da maneira correta para poder passar pro público. Então, você vai aprender passo por passo, e geralmente você aprende isso só. Eu, quando comecei, era assim. Não tinha espelho, eu não me gravava, era muito essa coisa assim de eu olhar pra televisão, de eu olhar para o vídeo no meu celular, na minha televisão, no meu notebook ou whatever, e tentar reproduzir o passo da mesma forma. Ou seja, imitar o passo que está sendo colocado lá em cima. Então, basicamente, eu vou lá imitar cada passinho, cada trejeito que aquele idol, aquele dançarino está fazendo lá no vídeo. E, dessa forma, vou pegando pouco a pouco aquela coreografia.

Mas se eu falo isso a um nível de grupo, geralmente, às vezes, existe uma pessoa que ela tem mais desenvoltura ou coisa do tipo, ela tem mais perspicácia de notar os detalhes de uma coreografia e ela vai pegar todos aqueles passos e aqueles detalhes. E quando tiver em grupo, ela vai passar a coreografia pro grupo. E isso, de certa forma, no processo da produção de uma performance, é bom por quê? Porque você vai conseguir fazer com que as pessoas tenham um padrão, entendeu? Tipo, não vai ficar aquela coisa “Ah, mas eu peguei de uma forma” aí a outra “Não, mas eu peguei doutra forma”. Não. Se você, Iago, tá me passando uma coreografia, eu vou aprender do exato modo como você tá me passando, entendeu? Então, querendo ou não, isso é uma maneira de você criar uma unidade, uma uniformização dos passos dentro de uma coreografia, dentro de uma performance.

Então, existem essas duas formas. Existe ou as pessoas pegando a coreografia sozinhas, ou existe uma pessoa passando a coreografia pra todo mundo, e isso a nível de grupo. Aí o grupo que vai decidir qual é a melhor dinâmica que vai funcionar pra ele. E assim, pelo menos assim como funciona com o Primadonna, o grupo que eu tô de K-pop, a gente tenta pegar o grosso da coreografia e chegar no ensaio e começar a limpar os detalhes. Como assim “limpar”, Gabi? Começar a padronizar cada coisinha, cada detalhe, cada altura da mão, cada dedinho, cada cabeça, cada passo. E dessa forma a gente vai criando uma padronização aos poucos. A cada ensaio que passa a gente vai melhorando essa performance.

E... ah beleza, passaram vários ensaios, pegamos a coreografia, trabalhamos o posicionamento. No caso, se você tiver fazendo em grupo, você vai trabalhar com o posicionamento, com as figuras. E se você tiver fazendo solo, você vai se preocupar mais assim com a questão de performance, de ser um bom solista, de ter presença, de ter carisma, de dublar tudo muito bem direitinho. Mas eu vou falar mais a nível de grupo porque é o que eu tenho mais como referência. A gente vai trabalhar o posicionamento, e depois que a gente trabalha o posicionamento, a gente vai ver se todas as figuras do posicionamento estão ok. E é muito importante a gente falar sobre isso, sobre essa questão do posicionamento porque existe tantos posicionamentos fixos, quanto existem os posicionamentos de transição dentro duma coreografia. Ah Gabi, como é isso? Geralmente, quando você tá passando de um lado pro outro da coreografia, você nunca pode passar só andando ou passar de qualquer jeito. Não. Você tem que obedecer uma ordem tal qual o grupo de K-pop tá fazendo. Porque isso vai fazer com que a coreografia não pareça bagunçada, vai fazer com que a coreografia pareça limpa, e com que as pessoas que estão vendo sintam de fato a identificação com o grupo original. Então, quando a gente tá produzindo uma performance, a gente sempre se preocupa com esses menores detalhes, né? Nesse quesito de coreografia, nesse quesito de performance, de energia, de dublar, de carisma. Então, é muito por aí.

Ah Gabi, mas pra você produzir uma performance de K-pop basta só ter a coreografia? Depende, porque por exemplo, se você tiver produzindo essa performance de K-pop só pra produzir, talvez um figurino ou uma produção assim não seja tão necessária. Só que, dentro do K-pop, por a gente se nominar K-pop Cover, grupos de K-pop Cover, a gente também procura reproduzir as roupas, algumas pessoas vão mais longe a ponto de reproduzir cabelos, a ponto de reproduzir às vezes até a cor do olho. Isso é muito real. Porque dentro do K-pop, os próprios idols, eles utilizam lentes durante as apresentações. Azul, verde e etc. Então, às vezes a gente tenta fazer isso pra poder ficar o mais fiel possível. Tipo assim, é o cover literalmente do cabelo ao sapato. Quando você tem a possibilidade de fazer isso, é muito legal. Porque você tá a um nível de que você não é só cover, você é quase um sócia, sabe? Isso é muito legal quando a gente tá num público que o público olhe pra gente, bata o olho, e veja assim “Puts, a Sunmi” “Puts, ali é a Chungha” “Olha ali, a menina está a cara da Chungha”. Às vezes, quando a gente tá reproduzindo, montando uma performance, que a gente pensa em tudo, que a gente pensa em figurino, a

gente pensa na coreografia, posicionamento, pensa na energia, na dublagem, no carisma, muitas vezes também é buscando esse tipo de reconhecimento porque no fundo é algo que a gente fica muito feliz de receber um elogio. “Puts, aquele grupo ali estava de fato a cara do grupo original”. Então, eu acho que essa questão de você receber esse reconhecimento é muito massa, né?

Só que a gente tá falando isso a um nível de performance e tudo mais, muitas pessoas às vezes levam isso muito ao pé da letra, que acaba se tornando exaustivo, às vezes acabam esquecendo o princípio básico, que é o desejo. Você tá ali porque você deseja sentir aquela mesma energia, você tá ali porque você tem tesão naquela coreografia, porque você tem tesão por K-pop, porque você gosta daquilo ali, porque você ama. É um lance que, querendo ou não, às vezes vai além do hobby. Não é só “Ai, jogo vôlei aqui aos fins de semana”. Não é só bem isso. Então, às vezes as pessoas levam isso tão ao pé da letra que acaba se tornando exaustivo e elas esquecem esses princípios básicos de desejar transmitir uma emoção parecida pro público pro qual você vai se apresentar, ou então pro público que vai te ver, e também esquecem de que você tem que dançar aquilo ali porque você gosta, porque você ama, porque você tem tesão naquela coreografia, porque você acha o máximo, você gosta de se ver dançando aquilo ali, né? Então, as pessoas acabam esquecendo isso às vezes no meio da produção, depois de um tempo, quando a gente produz tanto, isso fica de uma maneira muito automática, entendeu?

Então, de fato, resumindo esse lance de como é que a gente produz uma performance, o passo a passo disso. Basicamente a gente, de fato, escolhe uma coreografia que a gente goste bastante, isso é muito importante, a gente vai aprendendo os passos de pouquinho em pouquinho, seja com uma pessoa passando pra gente, seja a gente olhando pelo vídeo no YouTube... e aí a gente vai aprendendo a limpar os nossos próprios passos, a gente vai aprendendo a aprimorar a nossa performance. E é basicamente isso.

Aí vai ter o figurino, que a produção do figurino também é algo muito específico. É quase como se fosse um *cosplay*. Pelo menos assim, pra mim, tem que ser. Mas pra mim tem que ser no quesito de campeonato, a nível de campeonato. Quando não é a nível de campeonato, eu acho que dá pra poder a gente dar uma adaptada. Não precisa ser algo, tipo assim, tão engessado. Mas quando é a nível de campeonato, é algo que eu me importo bastante. Puts, tem que estar igual. Aquela pedrinha tem que estar no mesmo canto. Então, sempre quando eu trabalhei com as produções de figurino do Primadonna para performances em campeonato, sempre foi com esse foco. A fivela é desse jeito, pois vamo caçar até achar essa mesma fivela. Então, no quesito da produção de figurino, já produzi diversos figurinos pro Primadonna. Hoje em dia, eu sinto que de fato eu tenho uma... quase como se fosse uma expertise nesse sentido assim de tanto que a gente vai e quebra a cabeça, e tenta e faz e faz e faz... Se não deu certo dessa vez, mas quando for pra próxima vez a gente já vai pensar nisso e nisso e nisso. Então é sempre procurando não repetir os mesmos erros do figurino passado. Então, levando em consideração se for algo pra shopping ou se for algo pra vídeo, a gente tenta adaptar esses figurinos, ficar dentro do conceito daquele figurino, do original do grupo de K-pop, mas se for pra performances em campeonatos e coisas do tipo é um lance que eu faço questão de “Puts, tem que ser igual”. Se não for igual, vai ser o mais próximo possível a um ponto de realmente não terem a noção do que é o original e do que é o nosso, no caso. E é basicamente isso.

Você vai lá, terminou de aprender a coreografia, pode até ser durante aprender a coreografia, aprendeu a coreografia, limpou a coreografia, viu questão de carisma e expressão ou coisa do tipo, aí você começa a desenvolver o figurino, desenvolveu o figurino. E depois disso, aí você vai escolher, ou se você já tiver em mente aonde é que você vai fazer isso. “Ah, eu tô fazendo isso pra um campeonato”. Aí você vai lá e apresenta lá no campeonato. “Tô fazendo isso pra um shopping, pra poder apresentar num shopping”. Aí você vai e apresenta no shopping. “Ah, estou fazendo isso pro vídeo”. Aí você vai, e grava o videozinho lá com a sua performance. No caso, pra mim, existe uma clara distinção entre os três, do nível dos três, mas eu acho que seria algo até mais específico. Mas eu acho que, no quesito básico, de uma forma leiga pra poder a pessoa entender como é que produz uma performance é isso. Você escolhe uma música, gosta da música, aprende a música, aprende a coreografia, aprende cada passo, cada detalhe, escolhe um figurino, uma roupa legal pra poder você dançar que te aproxime do conceito daquela música. E tá pronto o sorvetinho. Aí você vai escolher aí onde é que você vai dançar.

**(Pergunta exmanente) Iago:** Como tu falou sobre a experiência ter sido formada, né, durante o passar do tempo tu foi sentindo que “Ah, melhorei no figurino”. E eu queria saber se essa melhora também é vista na dança, começando a primeira dança com as danças atuais, tu percebe que isso também vai se desenvolvendo ou já precisaria inicialmente a pessoa já ter uma habilidade pra isso?

**Gabriela:** Olha, aquela velha pergunta, quando a gente nasce, a gente já sabe andar? A gente já sabe mamar? A gente já sabe falar? Não. Então, com o K-pop, com a dança no sentido geral além de K-pop para além de qualquer coisa, é a mesma coisa, entendeu? Não é algo que você vai, “Ai, você precisa saber dançar”, não. Eu, por exemplo, eu acho que dançar dançar mesmo, eu sabia dançar forró, já tinha dançado em gincanas de colégio, e esses foram os meus contatos reais com dança. Nunca tinha tido um contato profissional, um contato de aulas de dança, até já fiz, mas não foi algo realmente tipo assim “Ah, balé” ou “Ah, jazz” ou “Ah, hip hop”. Não foi nada disso. Eram danças mais contemporâneas, que às vezes a gente produzia coreografias pro colégio, mas eu sempre gostei de dançar. Independentemente do ritmo, de tudo, sempre adorei dançar, seja funk, seja É o Tchan quando eu era pequena, ou esse tipo de coisa.

Então, assim, eu acho que talvez pra você começar a dançar K-pop, você só tem que gostar de K-pop. Então é novamente: Você tem que gostar, você tem que desejar, você tem que amar, você tem que se sentir bem com aquilo, você tem que simplesmente entender se aquilo ali te faz bem ou não. “Puts, ai, me faz bem, eu gosto de escutar K-pop, eu gosto de assistir os cliques”. Então, pra mim foi muito assim, foi muito assim, bati o olho, vi aquelas pessoas dançando, né? Foi mais ou menos assim que eu conheci. Então, eu tava no Sana, fui pra ver os *cosplays*, as apresentações, e dei de cara com o campeonato de K-pop. E foi um amorzão à primeira vista porque eu olhei assim “Gente, o que é isso? Eles estão dançando sincronizados demais. Que é isso? Nunca vi isso na vida”. Então, a partir daquele momento eu passei a gostar muito e a minha primeira coisa na minha cabeça foi: Eu quero dançar com eles, ou eu quero dançar igual a eles, ou então eu quero estar num palco me apresentando.

Então, é basicamente isso. E foi assim que começou. Então, eu acredito que para as outras pessoas também não é diferente. Quem descobre o K-pop e começa a ver aquelas pessoas dançando aquelas coreografias que são muito legais, você fica “Puts, quero tentar”. É aquele lance, quando você tá numa festa, quando você menos espera, você tá fazendo um passinho ali, uma coisinha ali e tatatatata. Você sabe, você já viu na TV, você já o cantor fazer, então você acaba reproduzindo aquilo ali também involuntariamente. Então, no K-pop também não seria diferente. Quando você começa a gostar daquilo ali, você pega gosto, você vai aprendendo ali, você vai absorvendo aquilo ali, e do nada, você já tá fazendo um passinho ali e um passinho aquilo ali. O K-pop também começa assim, não precisa você “Ah, sou especialista em dança”. Acontece muito com pessoas que já estão envolvidas na dança conhecerem o K-pop e fazerem parte do K-pop? Sim. Mas também como acontece o contrário, pessoas que estão no K-pop, passam a ter contato com outros tipos de dança, e acabam também abrangendo o seu leque de dança, de estilos de dança que gosta de performar. Então, assim, não precisa, não precisa. Basta você querer, gostar e começar a dançar, entendeu?

**(Pergunta imanente) Iago:** Então, no teu caso, tu conheceu o K-pop com o K-pop Cover, né? No Sana, tu viu o cover e tu conheceu os dois simultaneamente.

**Gabriela:** Foi. Eu conheci primeiro de fato o K-pop Cover. E foi assim, uma sensação muito massa porque eu nunca tinha visto nada parecido. Nada, nada. Até pra poder encontrar a música que eles tavam dançando foi difícil porque, por ser em coreano, eu entendia umas coisas assim totalmente... “O gente, o quê que tá tocando?”. Eu gostava muito de J-Pop, J-Rock, essas coisas, por conta das aberturas dos animes e tal. Então, eu tinha esse contato, não era um contato assim de diretamente com o K-pop. Nunca apareceu pra mim, juro assim pra ti. Foi um outro lado do YouTube que eu descobri na época. Então, nunca tinha visto.

E, voltando assim no quesito de dançar, de ah como é que isso foi, né, do início pra cá agora. Assim, da mesma forma como a gente estuda e a gente vai melhorando, a gente vai aprimorando aquele conhecimento, com a dança também é da mesma forma. A gente vai aprimorando, e melhorando, e vai se desenvolvendo, vai melhorando a definição dos passos, vai melhorando a execução, vai também desenvolvendo um senso de autocrítica pra poder entender “Puts, eu posso melhorar isso, posso melhorar aquilo”. E por aí vai assim. Também, da mesma forma como você exercita o seu cérebro pra você ir se tornando expert em algum tipo de assunto, em alguma coisa, com a dança também não é diferente. É tudo uma questão de estudo mesmo. Basta você querer mesmo, sabe? Querer. No sentido de “cara, eu quero entender o que é que eu tô errando” pra você melhorar. Entendeu? É a mesma coisa.

Se você realmente não tiver a modéstia e a humildade pra entender que você precisa melhorar sempre e cada vez mais, não é que você é ruim, é porque a diferença entre eu e uma pessoa que está no K-pop há cinco anos é que ela já tá no K-pop há cinco anos. Ela já dança há cinco anos. Então, essa é a nossa diferença, ela tem cinco anos de experiência, e eu tô aqui começando agora, um exemplo. Então, talvez, se eu for realmente aprendendo e

estudando, eu consigo dançar melhor, tipo assim muito bem, em menos tempo. Só que assim, você também tem que ver que é toda uma questão de experiência, é toda uma questão assim de desenvolvimento e de experiência. Da mesma forma como você não nasce sabendo que um mais um é dois. É a mesma coisa, sabe? Você vai se desenvolvendo e vai estudando, e com dança e conhecimentos gerais não são diferentes. É a mesma coisa.

**(Pergunta exmanente) Iago:** Eu queria que tu me falasse sobre a criação do Primadonna e sobre o teu papel como líder do grupo, sobre como é ser líder do grupo.

**Gabriela:** Pra poder falar do Primadonna, eu vou precisar falar um pouco do que foi antes. Lembra quando eu te falei que eu vi o K-pop no Sana e etc. e eu vi “Puts, muito foda, muito legal, vou criar um grupo de K-pop também”. E eu não conhecia outras pessoas de outros grupos, entendeu? Não conhecia. E, nessa época, eu tinha amigos que também gostavam de K-pop, tipo assim, que estavam lá comigo na hora e “Vamo criar?” “Vamo dançar?” “Vamo! É competição, vamo ganhar!” e etc. Muito isso. Então, o K-pop nasceu aqui em Fortaleza nesse sentido de competição. Nunca foi no sentido de “Vamos gravar vídeos”. Nunca foi. Sempre foi no sentido de competir. E eu sempre fui uma pessoa muito competitiva, e eu achava, eu tinha na minha cabeça que eu vou conseguir fazer melhor que eles e vou dançar e vai ser muito massa. E esse início foi dessa forma.

Só que assim, nos ensaios em geral, era muito aquela coisa de “Ah, vamos brincar, vamos conversar, vamos rir e etc. e depois a gente ensaia”. Era muito assim. E na época eu devia ter uns 18 anos, por aí, né? Então, o que normalmente pro pessoal do K-pop hoje em dia começa, que é com 12 ou 13 anos, por aí, pra mim já foi assim com 18 anos. Então, eu era muito aquela coisa assim “Não, mas vamos dançar!”. E nisso a gente criou o grupo em 2010, mas a gente só foi dançar mesmo no Sana Fest 2013. A gente até se apresentou no Sana 12 só como pocket mesmo porque eu achava que puts vai ser uma boa experiência a gente se apresentar no palco antes da gente realmente dançar como grupo.

Só que os ensaios eram um caos. E na época tinha muito aquilo... era muito assim “Ah, eu vou fazer a fulana porque eu sou a melhor!”. Era muito assim. Era muita questão de ego, era muita questão de maturidade e coisa do tipo. Então, era muito problemático. Sempre tinham brigas, sempre tinham coisas, sempre tinha fofoquinha, panelinha, etc. e tal. Só que... na minha cabeça né, eu sempre tive muito esse lance de querer liderar, de querer ficar a frente das coisas, de querer resolver porque pra mim eu conseguia resolver as coisas da melhor maneira possível, entendeu? Tipo assim, eu tinha criatividade para resolver as coisas, era eu quem pegava as coreografias, era eu quem passava a coreografia. Você ser líder de um grupo de K-pop é difícil porque geralmente é a pessoa que lidera, é a pessoa que desenvolve tudo. E as outras pessoas vão tá lá pra poder pegar as coisas com você, aprender as coisas com você. Isso eu tô falando dum grupo de um modelo muito primitivo. Mas no início nesse grupo funcionava muito dessa forma. Então, chegou a um ponto em que era tipo um mês ou semanas ou dias antes da gente se apresentar sempre a coreografia tava muito ruim. Muito ruim, muito ruim, muito ruim mesmo. E eu ficava revoltada com isso, revoltada porque o pessoal conversava muito, revoltada porque o pessoal não prestava atenção em nada, nada com nada. Aí até que a gente dançou, a gente finalmente conseguiu dançar, finalmente conseguiu desenvolver uma coreografia.

Só que, nesse meio tempo, o pessoal, as pessoas que dançaram comigo preferiram criar um outro grupo sem mim. Um grupo masculino, sem mim, que era entre aspas masculina porque tinham algumas meninas. E eu “Tá bom, se vocês querem sair daqui só pra poder dançar isso aí, tá. Tranquilo, tá de boa. Então eu vou chamar mais meninas aqui pra poder dançar”. É isso que eu pensava. Então, chamei outras meninas pra dançar, fiz audições, algumas meninas entraram, e a gente começou a ensaiar. E sabe o que foi legal? Porque as meninas, elas tinham mais compromisso. As meninas que entraram nessa *unit* feminina eram mais responsáveis, eram mais compromissadas, e a gente conseguia ensaiar direito.

E aconteceu um caso muito chato em que a *unit* masculina que simplesmente tinha saído inteira, e algumas meninas, para poder fazer as músicas que eles queriam, estavam indo para o ensaio da *unit* feminina, que era a minha. E vendo que o ensaio tava se desenvolvendo, que a gente tava ensaiando, que a gente tava fazendo as coisas. Tudo eu liderando, tudo eu liderando, tudo eu fazendo tudo e etc. Só que o pessoal ia pro ensaio pra quê? Pra bagunçar, pra conversar, pra tudo. E o ensaio não... e eu acabava ficando muito perturbada porque era eles conversando, eles falando e tudo mais. E o outro grupo tentando ensaiar, o meu grupo tentando ensaiar e etc. E eu sou uma pessoa que eu sou muito curta e grossa, principalmente quando eu tô com fome, quando eu tô com sono, aí piorou. Eu lembro que eu já tava quase desmaiando de fome, de cansaço, de sono. E eu simplesmente surtei.

Falei “Galera, não não não. Tá bom, tá bom. Não rola. Por favor, vão embora. Eu não aguento. Tô cansada. Tô com sono. Tô com fome. Não dá. Não dá, por favor”. E eu comecei a colocar todo mundo pra fora da minha casa.

**(Pergunta imanente) Iago:** Tu ensaiava na tua casa, né?

**Gabriela:** É. Ensaiava lá na minha casa. E comecei a colocar todo mundo pra fora da minha casa. Aí, quando eu fiz isso, algumas muitas pessoas não tinham percebido que eu tava passando mal mesmo. Tipo, teve uma hora que eu fui dar um giro na coreografia que eu simplesmente “vum” (onomatopeia), ia caindo. E aí foi que pegou... eu peguei... o pessoal fez muita rechação sabe, assim, comigo. Tipo assim, me criticaram muito, me esculhabaram muito, fizeram exposed no facebook. Toda aquela coisa de adolescente. Exposed, e etc., e tatata, me marcaram, me bloquearam, e não sei quê e lalala. Um monte de coisa. Aí eu... simplesmente lidei com a situação. Foi uma época muito difícil porque essas ficaram fazendo bullying comigo mesmo. Fazendo bullying assim de pegar foto, de fazer montagens, de ficar espalhando as coisas por aí, de fazer amigos se virarem contra mim. Mas as meninas que estavam na *unit* comigo sabiam da história toda e sabiam que eu estava certa. Sabiam que puts como é que a galera vai pro ensaio do outro grupo pra poder bagunçar, pra poder fazer essa putaria inteira. E a gente querendo ensaiar aqui, e realmente querendo se apresentar pra sair uma coisa legal.

Aí foi um lance que foi muito engraçado por quê? Porque a minha *unit* prevaleceu. A gente conseguiu dançar as duas coisas. Na época no Sana eram duas coreografias. A gente conseguiu fazer as duas coreografias mesmo assim. Muito difícil, mas a gente conseguiu. E o outro grupo não apresentou nada. Tipo, não tinha coreografia pra apresentar. Aí, é... só que também foi muito revoltante na época porque foi cansativo. Também os ensaios com o outro grupo também eram muito cansativos. E eu tava meio que assim muito saturada de K-pop. Aí foi uma época que eu decidi dar um tempo. Dar um tempo. “Não, quero dar um tempo, quero apresentar mais nada, quero focar aqui nos meus estudos”.

Aí, depois eu acho que de um ano, algumas meninas do grupo anterior né, do Perfection na época, pegaram e falaram “Ei, vamo voltar a dançar?”. “Vamo! Vamo! Vamo!”. Aí, “Vamo atrás de menina? Porque a gente precisa de meninas”. Aí a gente foi atrás. E na época, depois que eu parei de dançar, outra menina que dançou comigo na época, a Thalyse, ela reviveu o grupo antigo dela e juntou e pegou algumas outras meninas novas. Aí elas dançaram até na eliminatória, só que elas não passaram. Aí eu conversei com a Thalyse na época pra Thalyse voltar, e a Thalyse falou tipo “Oh Gabi, eu não consigo, mas eu tenho duas pessoas que eu posso te indicar”. A Larissa, a loira, e a Bia na época. E pronto. Tenho essas duas pessoas. E com elas duas, seriam cinco pessoas né. Na época era a Kemi, a Nadiane, eu, a Larissa e a Bia. E foi que... aí eu conversei e “Não, bora!” “Bora dançar” e tal “O quê que nós vamos dançar?”. Aí a Nadiane não continuou no grupo. Eu acho que foi porque ela não aguentou os ensaios né e tal. Parece que ela não tava conseguindo ensaiar. Os horários de ensaio. Mas aí... eu, Kemi, Larissa e Bia pegamos e começamos a nos desenvolver.

E dançando, e ensaiando, e ensaiando e fizemos audição. Na época entrou a Madalena, eu acho que tu não chegou a conhecer a Madalena, mas a Mads, ela entrou e no início ela só ficava como staff mesmo. Só depois de outra formação que ela foi fazer parte assim de dançar mesmo. Mas foi basicamente assim, eu cheguei pra elas e falei “Ei, bora dançar? Fulana te indicou e eu tô querendo montar um grupo de K-pop aqui. Bora?” “Bora!”. Aí quando a gente juntou essas meninas, aí a gente tava tentando decidir o nome do grupo. Aí foi que a Kemi que deu a ideia na época porque na época tava muito em alta aquela música da Marina and Diamonds. (cantando) “Primadonna girl”. Né? E a gente tinha pensado em vários nomes. Aí ela falou assim “Por que vocês não colocam Primadonna? É legal, autêntico e tal. Tipo, não tem grupo com esse nome”. Aí a gente “Ah, Primadonna é um nome bonito. Então vai ser Primadonna”.

Aí foi que eu comecei a estudar estética e tal. “Ah é uma estética meio vintage, meio pin-up, meio ta ta ta. Eu quero essa estética pro meu grupo porque eu acho que não tem nenhum outro grupo assim”. Então eu utilizava na comunicação visual do Primadonna. A comunicação visual do Primadonna tinha uma estética vintage, tinha uma estética de pin-up, tinha uma pin-up no nosso logotipo na época. Era um emblema. Tinha uma pin-up. E era muito legal. E na época eu até lembro que pra poder a gente não ficar levando hate da galera antiga, daquele grupo lá que tava fazendo bullying comigo, eu demorei muito muito muito muito muito muito até revelar quem é que estava no grupo. Era tipo assim. Foi tenso e tal. Então, a criação do Primadonna basicamente foi isso.

Como a Nadiane saiu e a Mads só entrou tipo assim alguns meses depois, a gente tava ensaiando uma coreografia com quatro pessoas, né, que foi Four Ladies, a gente ia dançar I Swear do Sistar. Aí na época a Nadiane ficou tipo assim “Ah, mas I Swear... que coreografia besta”. Aí a gente conheceu Four Ladies, e na época não

tinha muito esse negócio de não dançar grupo flop. Era tipo assim, “Ah, vamo dançar o que a gente quer”, né? A gente não pensava isso com a visão do público, né? Aí a gente “Não, vamo dançar Four Ladies, vamo. Até porque é tipo um estilo de música diferente, o estilo da temática da dança também é muito com a proposta que a gente quer passar. Então, vamo fazer isso”. Então, foi isso, a gente debutou no Sana K-pop 2015, né?

A data oficial de nascimento do grupo é dezembro de 2014. 13 de dezembro de 2014. Mas ele ainda foi criado um tantinho antes disso, mas a data oficial é essa. E aí a gente debutou no Sana K-pop 2015, que foi em março, ou foi em março ou foi abril não lembro, e a gente debutou com Four Ladies. A formação era eu, a Larissa, a Bia, a Kemi, na época. Então, a criação do Primadonna foi basicamente assim, e até hoje, da formação original, dessas quatro pessoas originais, até hoje só tem eu e a Larissa. Então, meio que a gente já viu esse grupo se desfazer e refazer e refazer diversas vezes até ser o que ele é hoje. Tipo assim, foi muita coisa que já aconteceu.

**(Pergunta exmanente) Iago:** E já em relação ao que tu acabou de falar, né, comparando com essa época 2014, 2015, do início grupo né pra agora 2022, como é que tu vê essa nova geração das meninas. Eu acho que tem um salto, já, geracional. Como que é lidar com a nova geração, líder de um grupo com meninas mais jovens, e como são essas pessoas?

**Gabriela:** Assim... o primeiro parâmetro pra comparação que começa é o quê? O Primadonna, antigamente, ele era muito um grupo de amigas. Até hoje é. Gosto de manter esse conceito. Só que assim, antes a gente levava muito mais em consideração a amizade. É... “Ah, eu não posso falar isso pra fulana porque ela vai se magoar, ela vai levar pro pessoal e etc.” Do que os desempenhos e as habilidades mesmo dentro duma coreografia, dentro duma performance. E até o tempo que a gente levou isso muito mais em consideração do que a performance em si, a gente não conseguia ter um desempenho em colocações em campeonatos bacana. Tipo assim, a gente até conseguia, mas sempre batia no limite ali. Tipo, a gente não conseguia além daquele limite porque infelizmente a gente não tinha muito essa coisa assim de “Ah, não vou falar pra fulana que ela não tá com a energia muito boa porque ela vai levar isso pro lado pessoal e etc.”, sendo assim que querendo ou não é muito importante esses feedbacks. É muito importante a pessoa saber no que ela tá errando, saber no que ela não é tão boa, pra ela poder entender e ela saber melhorar. Então, na época, a gente não tinha muito esse filtro assim, sabe? Tipo assim, de “Ah, eu não vou fazer isso porque fulano vai achar ruim”. Era muito assim. E tinha muita panelinha.

Então, quando tudo isso acabou, que a gente teve meio que quase refazer o grupo do zero, que ficaram acho que só cinco pessoas, quatro pessoas, de novo... Então foi que quando o grupo chegou a esse ponto, aí a gente “Não, vamo aqui levar mais em consideração a questão da dança, e também a gente vai levar se a pessoa se dá bem conosco ou não”. Então, foi assim, a gente começou a se desenvolver e tudo mais. E um ponto grande de partida em relação a isso pro Primadonna foi a coreografia de AOA Get Out, né? Porque foi uma diferença monstruosa.

A coreografia anterior foi Hobgoblin, eu acho que foi. A coreografia anterior foi Hobgoblin e Rookie. Foram essas duas coreografias. Essas duas coreografias, elas foram muito exaustivas porque em Hobgoblin a gente tirou décimo quinto lugar. E todo mundo era amigo e tinha muito esse lance assim “Ah, eu não vou falar isso pra fulana porque ela vai chatear”. E Rookie foi tipo assim um... um caos. A gente ficou muito desesperada porque a gente queria competir, e a gente não tinha muita gente. A gente tinha uma coreografia ali que era muito boa, mas os ensaios eram péssimos porque todo ensaio era uma energia muito pesada. A gente sempre tava discutindo. Então, nunca era uma experiência muito massa.

E aí foi que a gente voltou, né, com tudo com AOA Get Out. “Vamos fazer aqui AOA Get Out”. Acho que foi isso. Acho que foi por aí. Foi? Foi. Só sei que, quando chegou aí, a gente meio que começou com esse negócio “Oh gente, ou o Primadonna dá certo agora, ou a gente faz esse grupo dar certo agora ou esse grupo não vai dar mais certo”. Aí foi que a gente parou de conversar menos nos ensaios, aí foi que a gente já chegou no ensaio com a coreografia pronta. Sabe? Assim, a gente realmente botou na cabeça e “Não, vamos fazer isso aqui”. Ah, teve MOMOLAND aí no meio, mas MOMOLAND também foi outro caos. Aí beleza, aí foi que a gente começou assim “Puts, tiramos boas colocações”. Tipo, a gente passou no KWF, que é o K-pop World Festival. A gente tirou o segundo lugar no “Hana, Dul, Hallyu”. Então, foram coisas muito importantes pro grupo continuar. E quando o grupo continuou, aí a gente pensou justamente isso “Não, a gente precisa, precisa porque a gente precisa, levar em consideração a questão da dança porque isso que pra gente é o que tá importando no momento”. Aí foi isso.

Aí foi que veio o Piri. E quando veio o Piri, foi que quando a gente realmente focou assim numa forma que a gente decidiu “A gente precisa ser um grupo de K-pop no qual a gente se valorize e realmente estude as coisas que a gente tá errando pra poder a gente melhorar”. Aí foi só chute e premiação e premiação atrás de premiação. Então, foi um lance complicado por quê? Porque a gente mudou a forma que a gente levava as pessoas que estavam dentro do grupo. Antes era muito por amizade. Agora a gente já tá levando em consideração a dança. Então, era meio assim que uma dificuldade pra poder se conectar com estas novas pessoas e criar um ambiente que todo mundo gostasse, que todo mundo amasse estar ali. Porque para além do K-pop, nós também éramos amigas. Então, a gente gostava de desenvolver esse vínculo com todo mundo que tava dentro do grupo, né?

Então, quando a gente puxa isso, trazendo a sua pergunta agora à tona, quando a gente puxa isso pra essa nova geração do K-pop... é uma galera assim que tá com a mente ali a mil. A mil assim... no quesito assim de coisas que tem que fazer, de projeto que quer participar, de coisas que quer desenvolver. É tudo tipo assim muito pra ontem. E, querendo ou não, o Primadonna, ele ainda tem um pensamento antigo, que é o mesmo pensamento de campeonato, que é o mesmo pensamento basicamente de grupo de festa junina. Que dança o Sana e terminou o Sana, vai aprender a outra coreografia pro Sana seguinte, que é só daqui a seis meses. Porque no K-pop antigamente era assim, não era tipo evento em cima de evento.

Então, foi um lance assim, meio assim, complexo de lidar. Lidar com essa velocidade com que essas novas pessoas raciocinavam, com que essas novas pessoas queriam. E não só isso, mas também a questão do compromisso. Porque o quê que acontecia? A gente também buscava pessoas que fossem compromissadas, pessoas que pudessem estar ali, que a gente pudesse contar ali. Pau pra toda obra. E isso também era um lance muito difícil. Muito difícil. Tipo assim, pessoas compromissadas que estão ali porque querem, porque querem crescer com grupo, querem se desenvolver com grupo. Então, nós sempre buscamos pessoas assim também acima de tudo.

Então, pra poder as pessoas mais novas do K-pop lidarem com esse quesito de compromisso... Também a gente levando em consideração que essas pessoas novas do K-pop, elas sempre estão pulando de grupo em grupo, e indo pro grupo que mais favorece ou indo pro grupo que é mais legal ou indo pro grupo que dá mais oportunidade ou então “Eu vou pra esse grupo porque esse grupo aqui vai me dar um solo”. Era muito assim. Então, é um lance muito difícil porque o que a gente tem a oferecer é: um grupo de pessoas que juntas vão se desenvolver pra poder atingir determinado objetivo, e nessa trajetória a gente também quer ser amiga de você pra poder a gente também entender as suas dores, também ter empatia por você, também aprender a se relacionar com você. Então, é basicamente isso.

É muito difícil. Tipo assim, desenvolver este vínculo com pessoas mais novas assim, sabe? Porque é muito urgente, é umas coisas assim muito pra ontem, é umas coisas assim muito “Ah, porque tal grupo me chamou pra poder fazer uma participação”. “Ah, porque tal grupo tatata”. Gente, antes não tinha esse negócio de você tá em dois grupos. Até porque o Sana só te permitia você participar de um. Então não tinha esse lance tipo assim “Ah, eu estou em dois grupos”. Não era. Ou você tá num, ou você não tá, entendeu? Lidar com esse raciocínio atual de que uma pessoa pode fazer parte de mais grupos também é complicado porque você tem que lidar com a partilha. Um grupo tem que entender o lado do outro. Tipo “Puts, a gente ensaia sábado, amanhã, então eu só posso ensaiar com essa pessoa a partir do sábado à tarde e respeitar” Entendeu? E não tentar tomar o membro do grupo, entendeu? E assim, é complicado, não é fácil, mas é um jogo de cintura que a gente tem que ter ali o tempo inteiro.

**(Pergunta exmanente) Iago:** Agora indo pras últimas perguntas, né? Pro final. Eu queria que tu me dissesse se com a dança, com o K-pop, com as artes, né, você pudesse se sustentar, te desse dinheiro, você deixaria de lado outras carreiras pra seguir esse caminho? Seria um caminho ideal pra ti?

**Gabriela:** Sim. Sem sombra de dúvida. Sabe, assim, hoje em dia eu não tô com o K-pop porque... não é algo que é rentável pra mim. Eu não acredito que talvez eu participaria tipo assim dançando e etc. o tempo inteiro. Mas eu acho que seria muito massa desenvolver eventos, desenvolver feiras, desenvolver *workshops*. Trabalhar com isso nesse sentido. Sabe, assim, seria muito massa. Ou administrar uma loja com esses produtos ou coisa do tipo que eu também acho legal. Eu sempre tive a ideia assim de uma confecção mesmo de blusas com estampas autorais de grupos de K-pop e tal. E eu acho muito massa porque eu vejo que é uma coisa assim que tem, até tem, mas é um lance muitas vezes assim de outros estados do país. Eu não vejo muito aqui em Fortaleza. E eu acho que seria muito bacana, né? Produzir coisas diferentes que talvez a galera fosse gostar. Mas é por aí. E talvez, tipo assim, uma moda K-popper também. Eu vejo outras marcas fazendo, mas eu não vejo que fazem numa maneira tão com a qualidade tão boa assim, né? Então, eu acho que eu já pensei nisso.

Só que assim, é tudo um risco. Eu não sei se de fato eu ficaria cem por cento dentro, mas se fosse algo que me desse uma boa renda, eu não pensaria duas vezes além de respirar K-pop todos os dias, entendeu? Eu acho que é porque, hoje em dia, eu Gabriela me divido em tantas Gabrielas que é complicado pensar que o K-pop, que é uma coisa que eu amo muito de paixão e que eu sou apaixonada, pudesse de fato me rentabilizar. Porque é um lance que é muito incerto. É muito incerto. Então, querendo ou não, como uma boa taurina que eu sou, eu ainda gosto de uma segurança. Eu gosto de oportunidades que elas possam me dar uma segurança, que elas possam me dar uma estabilidade. Mas eu cogitando se o K-pop me desse uma estabilidade, e uma boa estabilidade, tipo um bom dinheiro, eu não pensaria duas vezes. Sabe? Eu não pensaria duas vezes. É um negócio assim que... é um tem que ver. Mas se fosse tipo assim, se realmente desse, se realmente existisse essa possibilidade, “Não, Gabi. Existe”. Então, estaria eu lá vivendo e respirando K-pop todo santo dia porque é uma coisa que é muito boa e eu gosto. Por mais assim que tenha os grupos novos e etc., eu não acho que seria algo que me impediria de tá lá vivendo e respirando aquilo também não. Porque eu gosto bastante.

**(Pergunta exmanente) Iago:** E eu gostaria de saber também, agora como pergunta final, aonde vocês, o Primadonna e você Gabriela, gostariam de chegar com o grupo, sabe? Se vocês tem algum objetivo que querem alcançar pro futuro. Tipo, tanto como você e como grupo.

**Gabriela:** Olha, eu vou contar isso aqui porque isso aqui é uma coisa que eu acho que eu nunca contei pra ninguém, nem pras meninas do Primadonna. Mas um tempo atrás, eu já fiz coaching. Sessões de coaching, né? E eu também, muitas vezes, eu colocava muito Primadonna em pauta e aí muitas vezes ela me perguntava: “Assim, um lance assim de sonho, o que você tem como sonho pro Primadonna?”. Eu acho que o sonho, um dos sonhos mais na época que eu queria mais realizar, que também era uma época problemática para o próprio Primadonna, era tirar o primeiro lugar no Sana. Então, isso ainda é um objetivo pra mim. Isso ainda é um bom objetivo pra mim. E eu sinto que atualmente, com a formação que temos, com as coisas que nós temos, isso está mais próximo de ser realizado. É como se... não é algo como era anteriormente que depende de N fatores, mas hoje em dia pra mim é algo que depende puramente do próprio Primadonna... da gente desenvolver as coisas e se esforçar de uma forma, agora que a pandemia basicamente tá num final, que vai depender único e exclusivamente do próprio Primadonna. Então assim, é algo que eu anseio muito, mas eu não tô tão mais ansiosa por isso porque eu sei que isso é algo plenamente realizável porque nós também já tiramos primeiros lugares em outros campeonatos. Então assim, hoje em dia é o meu objetivo, mas não é algo que eu coloco mais assim como sonho porque sonho, pra mim, é algo que tá num patamar ainda impossível de se realizar e que talvez eu vou galgar, galgar e trabalhar, trabalhar pra poder aquilo ali um dia se tornar um patamar realizável.

Então, eu diria que talvez um sonho muito massa com o Primadonna seria chegar a um concurso na própria Coreia do Sul. E talvez, antes disso, até mesmo um concurso em outro estado do Brasil, sabe? A gente tendo condições de se desenvolver e ir, né? Meu sonho também com o Primadonna é a gente desenvolver conteúdos bacanas pra internet, não focados só na coreografia, mas focados em diversas outras coisas.

Meu sonho também com o Primadonna é que a gente seja referência no que a gente faz, né? Eu vejo que muitas pessoas levam muito em consideração o que a gente faz, gostam muito do nosso trabalho, mas eu queria ser de fato “a referência”. Querendo ou não, eu sou muito ambiciosa e eu penso muito nisso, tipo assim, “Puts, eu quero ser a referência, quando as pessoas pensam em K-pop, pensam em grupo feminino de K-pop, eu quero que essas pessoas, primeira coisa que eu quero na cabeça delas é o Primadonna”. Sabe? Então, não sei se isso é algo bom ou se é algo ruim, mas eu acho que seria algo ruim se eu quisesse passar por cima de tudo e de todos pra poder fazer isso. Mas eu acho que é uma questão assim de... de chegar a esse nível.

Eu não sei se já chegou a esse nível. Porque eu sinceramente, pra te falar a verdade, pra mim o Primadonna talvez ele seja algo muito grande. E talvez as pessoas vejam como algo grande, só que por eu tá dentro, tão imersa dentro do Primadonna, eu não tenho compreensão do tamanho que o meu grupo tem, sabe? Já tive em momentos de trabalho em que as pessoas “Tu é do Primadonna?” e eu fiquei assim “Ai valha, tu conhece o meu grupo?” e aí “Ah, o Primadonna!” e eu fico tipo assim “Hmmmm, nossa, o Primadonna, né?” E eu fico tipo assim... Cara, será que o meu grupo é tudo isso? Será que o meu grupo tem toda essa popularidade?

Então, eu acho que se tem ou não tem, não sei. Mas eu queria muito que existisse algo ou alguma coisa que fosse de forma palpável ou que eu pudesse contabilizar ou pudesse ver assim, e que me mostrasse tipo assim... nós somos a referência nesse sentido, nesse segmento e que um dia a gente possa se desenvolver de tal forma em que as pessoas sempre vão se lembrar da gente da mesma forma que eu lembro os grupos anteriores, entendeu?

Assim, porque... é... nossa, eu até me emociono um pouco quando eu falo isso porque quando eu lembro dos grupos anteriores assim, eu fico pensando... cara, eles eram tanto a referência, hoje em dia eu falo deles sendo que eu vivi na mesma época em que eles estavam lá, mas eu era muito mais amadora, eu era muito muito mais iniciante e eu via eles assim em outro patamar, em outro nível. E eu ficava tipo assim “Puts, o Dancemotion!” “Puts, o Tsubasa Kuro!” “Puts, as Yeppeun Girls!”. E hoje em dia, a Jéssica, que é do Yeppeun Girls, dança com a gente. Sabe? Então, eu fico pensando assim... cara, eu quero chegar a um ponto em que as outras pessoas vão olhar o Primadonna com a mesma grandiosidade, com a mesma magnificência, que eu olhava os grupos anteriores.

E eu quero que elas olhem pro Primadonna e vejam como um grupo de referência em tudo. Como um grupo de referência em uma boa relação. Em um grupo como uma referência em um exemplo de liderança porque, querendo ou não, eu sempre estou aprendendo como ser uma líder melhor com as pessoas que mais me fazem raiva do mundo, que são essas meninas. E é basicamente isso.

E também como referência em dança porque obviamente foi assim que a gente começou e é assim que um dia, caso eu não dance mais, eu acho assim que vai chegar o momento que talvez eu não dance mais, mas eu não acho que vá chegar o momento em que eu vou sair do Primadonna, sabe? Eu acho assim, como outros grupos anteriores, eles meio que elevaram isso pra outros patamares, de se desenvolverem eventos, de se desenvolverem companhias, de se desenvolverem projetos. Vai virar uma marca de alguma outra coisa, não sei. Então, assim, eu não sei pro que o Primadonna vai evoluir num futuro. Não sei. Mas eu sei que nunca vai chegar esse momento. Eu espero que não. A não ser que eu acho que tenha um pau e briga medonho. Mas eu acho que nunca vai chegar o momento em que a Gabriela vai abrir a boca e dizer “Ah, eu vou sair do Primadonna”. Não acho. Eu acho que vai chegar a um momento em que o grupo vai virar outra coisa, sabe? Porque, querendo ou não, é algo que eu tenho assim como objetivo mesmo.

Eu já pensei do Primadonna se desenvolver pra diversas outras coisas. E é assim que eu imagino o futuro. Eu acho que no momento em que a gente conquistar essa referência, eu acho que a gente vai poder galgar outras coisas. Puts, a gente atingiu esse nível aqui, a gente não precisa mais se preocupar com isso porque a gente já galgou um caminho longuíssimo pra caralho pra poder chegar até aqui. E no momento em que a gente já chegou até aqui, a gente tem que buscar novos ares, novas coisas. Não que a gente vá abandonar isso aqui. Não que a gente vá abandonar a dança. Mas que eu acho que a gente tem que conquistar outras coisas porque, querendo ou não, o nosso amor pelo K-pop, o nosso amor pela dança, não só está em campeonatos. Entendeu? O nosso amor pelo K-pop não é só estar em campeonatos, mas sim estar pela cultura asiática, por tudo que foi o início de tudo, que tudo começou no Sana. Entendeu? Então, é pra onde eu quero desenvolver o grupo. É basicamente isso. Espero que eu tenha respondido a pergunta.

*Entrevista com Jéssica Araújo*

*04/06/2022*

*Sala da Diretoria de Cultura, Cidadania, Direitos Humanos e Desenvolvimento Sustentável do CUCA Mondubim*

**Pergunta inicial/gatilho (Iago):** Então, eu queria que tu me dissesse, né, com a tua experiência, como é o teu processo de fazer uma performance cover, o passo a passo, desde antes, de escolher música, até apresentar. Como seria o teu processo?

**Jéssica:** É uma boa pergunta. Porque, tipo assim, antes do Primadonna, eu era de outro grupo. Quer dizer, eu já participei de um outro grupo antes do grupo que eu era, que era o Yeppeun Girls, eu participei do G-Blue. A gente fez o grupo porque a gente gostava do Super Junior e queria dançar Super Junior. Aí, juntou várias meninas, só que, tipo assim, o Super Junior é um grupo com treze, dependendo da formação há alguns grupos que são com dez, né? Tu vê as coisas que a gente passa ali no Primadonna, em questão de formação. Aí, a gente tinha escolhido na época Mister Simple, que eram onze ou eram dez, eu não lembro agora, e nós tínhamos tipo umas quinze meninas. Aí, o quê que a gente decidiu? Separar o G-Blue e o Yeppeun. Só que nisso, antes de chegar até esse dia da separação, a gente chegou até a ensaiar, escolher quem ia ser quem, até pensar no figurino e essas outras coisas, que é um processo normal de cover, né? Mas aí depois, a gente separou. E ficou as meninas que queriam muito dançar Super Junior, ficou com o G-Blue, e as outras que queriam dançar girl band, ficou com o Yeppeun.

Aí, até então o Yeppeun era o grupo que eu era líder. E o Yeppeun é completamente diferente do Primadonna em todos os seus aspectos, jeitos, movimentos, tudo, tudo, tudo. Porque, tipo assim, no Primadonna eu vejo que é muito assim: a Gabi é a cabeça, a Ana Paula e a Larissa elas são os ombros. Né? Então, tipo assim, a Gabi tá sempre ali na frente e as outras meninas tão só no apoio. E no Yeppeun não, era tudo um todo. Todo mundo se ajudava. Tipo, pegar a coreografia. Uma pegava um pedaço, outra pegava outro pedaço, outra pegava outro pedaço, e a gente pegava... Na realidade, a gente até pegava a coreografia nos ensaios, o que atrasava bastante, né? Porque quando a gente pega em casa e chega no ensaio só pra repassar, acaba agilizando. Mas do jeito que a gente fazia, apesar de atrasar mais, a gente ficava mais padronizada. Porque todo mundo pegava junto, via aquele erro que uma fazia, outra não fazia e outra não fazia, e padronizava de um jeito uniforme. Aí, era muito assim, muito tranquilo pra escolher figurino, pra escolher música. Era muito democrático também, tipo, se uma pessoa não queria, falava assim “Não gente, vocês podem dançar, eu não faço questão”. Aí, só se fosse um negócio que a gente queria muito que a pessoa dançasse, “Não, então vamo outra música, vamo ver outra possibilidade e tal”. Aí, a gente fazia as... as... como é que fala? Valha, como é o nome? As flexibilizações, essas coisas assim. Aí pronto.

E o Primadonna não. O Primadonna, ele é mais rígido. Tipo, a gente acaba escolhendo uma música em grupo sim, mas tipo a formação é a Gabi e as meninas que escolhem, o figurino acaba sendo mais elas que escolhem, apesar da gente dar opinião pra essas coisas, mas é mais as meninas sendo cabeça mesmo, e no Yeppeun era mais todo mundo. Aí, tipo, é tudo muito diferente. Desde de tudo, o processo de ensaio que, como eu falei, a gente pegava a coreografia no ensaio e ensaiava todo mundo junto e, às vezes, por conta disso a gente desistia de dançar tal música porque a gente via que aquela coreografia não ia andar. Porque, se a gente não tava conseguindo pegar as seis juntas, a gente não ia conseguir pegar sozinha em casa, né? Então, “Não, vamo escolher outra música, vamo ver outras possibilidades”.

E, outra coisa que também já ajudava muito no processo de escolha, era que a gente já escolhia a música e já olhava todos os figurinos pra ver se tinha algum figurino que tinha uma possibilidade de ser fácil. Porque a gente também queria um figurino bonito, mas não queria um figurino os olhos da cara porque tudo é incerto pra gente que dança K-pop, né? Todas as competições, elas são incertas. A gente vai, a gente investe, e nem sempre tem retorno. Então, é mais nisso mesmo, as diferenças que eu vejo e o processo em si, as diferenças dos grupos que eu passei e tudo. É mais isso.

**Iago:** E tu foi líder do Yeppeun, então, né?

**Jéssica:** É, fui.

**(Pergunta imanente) Iago:** Então, como que tu veria a diferença entre a liderança, quando você tava como líder, e agora no Primadonna, onde você não é líder e vê a Gabriela, né, como líder?

**Jéssica:** É porque, tipo assim, no Yeppeun eu era a líder burocrática. Era, tipo, eu que ia pra reunião de evento, eu que fazia inscrição do grupo e eu que preparava, assim, algumas coisas mais burocráticas, né? Mas, tipo, tudo era todo mundo que fazia alguma coisa. Quando era época de comprar tecido pro figurino, aí às vezes ia eu, às vezes ia a Jamile e ia outras meninas, né, pra comprar tecido. Aí a questão de limpar a coreografia, era outras meninas. Tudo era muito bem dividido. Trabalho manual também, todo mundo se ajudava. Era mais... todo mundo fazia alguma coisa. Eu era uma líder mais burocrática, eu era a administração hahaha. A gente diz “líder” porque era porque eu ficava mais responsável, mais na frente das coisas, né? Tipo, quando o pessoal ia atrás de coisa do Yeppeun, ia falar com quem? Falava comigo. Por conta que eu tava sempre na frente de reunião de evento, de ir atrás de inscrição. Essas coisas assim era eu que preparava. E no Primadonna, a Gabi faz tudo isso também, mas a Gabi faz isso e muitas outras coisas também, né? Ela limpa a coreografia, ela vai atrás dos tecidos, ela faz todos os outros processos também, o que no meu grupo anterior era dividido.

**(Pergunta exmanente) Iago:** E, agora indo pro início disso, eu queria que tu me informasse, né, me contasse na verdade, como tu conheceu o K-pop e o K-pop cover.

**Jéssica:** O K-pop, K-pop em si, eu tinha uma amiga que a irmã dela gostava muito de anime. Muito, muito, muito, muito, muito mesmo. Eu sempre gostei também, mas tipo, não tanto quanto ela. E ela era dessas pessoas que assiste

o anime, gosta das aberturas, e vai atrás, escuta as aberturas do anime no ônibus, lavando roupa, fazendo essas coisas, né? E, por conta disso, ela assistiu One Piece, e no One Piece tinha a abertura do TVXQ, que é uma banda de K-pop, mas que eles cantavam em japonês, eles fizeram essa abertura. Aí, ela descobriu o TVXQ por conta dessa abertura. Por conta do TVXQ, ela conheceu o BIGBANG. E ela se apaixonou perdidamente, assim, por todos do BIGBANG, os meninos, a personalidade, as músicas e tudo, que é bem comercial mesmo, né, o BIGBANG, desde sempre. Aí pronto. E eu estudava com a irmã dela, na realidade.

Aí uma vez, eu na casa dela, ela chegou para mim: “Deixa eu te mostrar isso aqui”. Aí ela me sentou no sofá e me mostrou todos os cliques do BIGBANG em ordem cronológica hahaha. Todos, todos, todos, todos. Até na época, tipo, na época, eu acho que era... o clipe deles... era... era 2008, eu não lembro mais, eu acho que era Haru Haru, não lembro a música exata, mas era uma música mais do começo. Então, foi nessa época que eu conheci o K-pop, né? Aí eu achei muito legal, interessante, diferente. Não é algo que eu escutava porque eu sempre escutei música latina, espanhol, por conta do RBD e tal. Aí, achei legal. Quando eu ia lá pra casa dela, eu ouvia com ela, mas não era algo que eu sozinha ouvia.

Aí, quando foi uma outra vez, um belo dia, ela mandou para mim no MSN: “Jéssica, a empresa do BIGBANG vai lançar um girl group, e eles vão lançar uma música pra lançar o grupo”, que era um comercial de celular com o 2NE1, do BIGBANG com 2NE1, aí ela “Vai lançar dia tal. Vem aqui em casa nesse dia”. E ela morava lá perto de casa, da minha casa, aí eu “Tá bom”. Aí fui. E o clipe do LOLLIPOP, do 2NE1 com Big Bang, é muito colorido, e a vozinha é muito fofinha que é “Lolli, Lolli, oh Lollipop” (cantando). E eu fiquei assim óh: “Gente, o que é isso?”. Aí, um novo horizonte abriu pra mim, né? Porque as músicas do BIGBANG são mais hip hop, né? As músicas do começo mesmo eram mais sofridas. Eles foram mudando um pouquinho o estilo no decorrer da carreira, mas no começo elas eram mais sofridas e tal. E o LOLLIPOP do 2NE1 com o BIGBANG foi outra vida, assim, ó: Paaah (onomatopeia), que era colorido, com dança, e eles com roupa neon e... um monte de informação jogada assim na sua cara.

Aí, tudo bem. Nesse mesmo dia que ela me mostrou, que foi o lançamento né, lançou na Coreia de manhã e chegou aqui de tarde, mais ou menos assim né. Aí, quando foi nesse mesmo dia, ela me mostrou Gee do Girls' Generation. E Gee... “Gee, Gee, Gee, Gee, Baby, Baby” (Cantando). Aí eu saí da casa dela, fui pra minha casa, “Gee, Gee, Gee, Gee, Baby, Baby, Baby” na minha cabeça. Aí, tudo bem ainda, não foi aí que eu fiquei viciada, apesar de que me chamou muito mais atenção nessa época.

Aí, um belo dia, eu estava no shopping, e tinha uma TV LG na loja das Casas Bahia tocando o clipe do 2NE1... Juro! Aí, eu parei e falei assim: “Eu conheço essas pessoas”. Aí, o menino que tava comigo falou assim ó: “Como é que tu conhece isso?”. Aí eu “Não, é um grupo coreano. Essa daqui é a CL e essa daqui é a Dara”. Porque ela falava tanto, e eu já tinha aprendido os nomes. Aí ele ficou olhando assim pra minha cara. Aí eu “Pois é. Conheço. Amiga minha gosta. Vou perguntar pra ela o nome dessa música”. Aí fui perguntar pra ela, só que na minha cabeça doida era o Gee, o Gee do Girls' Generation. Aí, fui perguntar pra ela o Girls' Generation. Aí eu falei, “Taila, como é o nome daquele grupo que canta ‘Gee, Gee, Gee, Gee, Baby, Baby’?”. Aí ela, “Ah, é o Girls' Generation” e me mandou o clipe no MSN. Aí, eu fui assistir de novo e depois eu fui assistir todos os outros vídeos. Aí isso já era 2010. E isso ela me mostrou em 2008, o BIGBANG, foram 2 anos até eu realmente começar a gostar.

Aí, eu fui ver todos os cliques do Girls' Generation. Aí fui ver o nome de todas elas. E pronto. Aí ali foi quando eu comecei a gostar mesmo. Em 2010. Aí, pronto, aí por conta disso, fiquei apaixonada porque dentro do Girls' Generation eu via apresentações delas, aí via a apresentação... Hoje em dia, não tem mais tanto isso, mas antigamente, 2009, 2010, os grupos faziam muito parcerias de uns grupos entre os outros. Aí tem um clipe do Girls' Generation que é com o 2PM, que é outro grupo, masculino. Aí eu conheci o 2PM. E o 2PM era da empresa da JYP, que tinha o Wonder Girls, aí conheci o Wonder Girls. Aí o Wonder Girls tinha música com o BIGBANG, aí daí eu vi o BIGBANG de novo. E do BIGBANG eu vi o 2NE1. Aí eles iam pras apresentações do final de ano, e lá eu conhecia os outros grupos. E assim eu fui conhecendo todos os outros grupos e vendo as músicas e tudo, tudo, tudo.

Aí, beleza. Ok, era viciada, ouvia todos os dias o Girls' Generation, direto. E procurando o vídeo... aí pronto... aí tem o clipe LOLLIPOP do 2NE1 com o Big Bang. É um comercial do telefone LG pra Coreia. Aí a LG foi e lançou esse mesmo telefone, uma versão mais atual, mas na China. E o clipe era o f(x) e um grupo chinês, e a música também se chamava LOLLIPOP porque LOLLIPOP é o nome do celular. Aí eu fui ver o clipe, e o clipe também tão colorido quanto o do 2NE1 e tal. Aí, perfeito. Só que tipo, o K-pop é muito coreografia. E eu queria muito ver a coreografia dessa música, muito, porque era muito legal. E eu “Meu Deus, será se tem vídeo da

coreografia?”. Aí eu botava lá “F(x) e M.I.C.”, eu acho que era “M.I.C.” o nome do grupo, “M.I.C. lollipop dance”. Aí não parecia nada. “Show”, “Pratice”, botava todas as palavras que eu conhecia.

Aí apareceu um cover daqui de Fortaleza, que era o Dancemotion, dançando essa música. Só que o quê que o Dancemotion fez? Eu fiquei sabendo disso depois que eu conheci os meninos: eles pegaram as partes do clipe, né. A parte que aparecia no clipe eles pegaram a coreografia, o que não aparecia no clipe eles criaram e dançaram no Sana.

**(Pergunta imanente) Iago:** Não tinha Dance Pratice?

**Jéssica:** Não tinha Dance Pratice. Aí, foi quando eu conheci que existia o K-pop Cover em Fortaleza. Foi por conta dum vídeo do Dancemotion dançando f(x). Aí pronto. Aí nesse evento, eu acho que é o Sana... 2010... não... o Sana Fest 2011, é um negócio assim, aí eu vi o vídeo do Dancemotion, eu vi o vídeo do Anystar, vi o vídeo do Kyoumei, que era os grupos da época, né. E fiquei assim: “Meu Deus, existe um pessoal que dança K-pop!”.

Aí fui atrás nas comunidades do Orkut hahaha. Aí, tinha um grupo de Super Junior, Super Junior BR, e tinha a parte lá das cidades, né? Na parte de Fortaleza, a gente foi perguntar, eu e uma amiga minha, a Priscila, se tinha algum grupo em Fortaleza que queria dançar Super Junior. Aí foi quando começou, assim, a gente ia atrás, mas tudo começou por conta do Dancemotion. Aí, a gente chegou a participar ainda do Sana Fest 2012 porque teve... a gente ia dançar como G-Blue na época, só que não deu certo. Eu não lembro o que foi que deu. Eu acho que a gente não tinha menina o suficiente na época.

E a gente acabou dançando só no Special Stage que teve, que a... foi um especial pra um dos meninos que ajudou a organizar o K-pop em Fortaleza no Sana, e que ele acabou falecendo. Ele sofreu um acidente. Aí fizeram uma homenagem pra ele no Sana, com todas as músicas que ele gostava, né, que ele mais gostava, e dividiu pra todos os grupos que dançavam no Sana dançar um pedacinho, como uma homenagem para ele, o Victor Winter. Aí... Aí, pronto. Aí assim foi quando eu dancei a primeira vez num palco K-pop, foi no Sana Fest 2012. Aí no Sana seguinte, que já era o Sana de julho, foi quando eu já me apresentei como Yeppeun Girls.

**(Pergunta imanente) Iago:** Foi a primeira performance do Yeppeun Girls?

**Jéssica:** Primeira performance do Yeppeun Girls. Aí a gente... No Fest, a gente dançou esse negócio... Eu dancei com o G-Blue, aí depois teve a separação do G-Blue e do Yeppeun, aí foi quando a gente começou a ensaiar Girls’ Generation. E na época, no Sana dançava 2 músicas por grupo. Aí a gente ensaiou... e na época, as músicas do Sana eram... podia até 13 minutos de áudio porque não eram tantos grupos, né? Aí, podia assim, porque tinha que preencher a agenda, as coisas lá né, as atrações. E era um tapa buraco mesmo. Tapa buraco. Era tipo assim, a gente não tinha um horário fixo pra dançar.

Teve um Sana... pronto, teve esse Sana mesmo, o Sana Fest, que ia ter as apresentações, ia ter esse especial e ia ter pockets. Não teve nenhum pocket porque tava ultrapassando já o limite de horário do Sana e não ia poder mais ter. E era na época do Centro de Convenções, ainda, na Unifor. Foi o último Sana no Centro de Convenções. O seguinte, que foi o Sana de julho de 2012, já foi no Centro de Eventos. Foi? Não, minto, foi o último Sana de julho, foi o último no Centro de Eventos, o Sana 12 de julho. É. Aí o primeiro... o Sana Fest 13 que já foi no Centro de Convenções, no Centro de Eventos no caso. Aí... perdi o fio da meada, o que eu estava falando...

**Iago:** Tava falando sobre a performance do Yeppeun, né? A tua primeira.

**Jéssica:** A primeira apresentação, assim, meu *debut* mesmo como grupo foi em julho, no Sana de 2012. Esse foi o último do Centro de Convenções, que foi ainda na Unifor, né? Aí a gente preparou uma música com 7 minutos. Podia 13, a gente preparou com 7. No caso, eram 2 músicas emendadas. E no outro dia, a gente dançou BIGBANG Fantastic Baby hahaha, mas é um vídeo que eu gosto de manter ele escondido no fundo do baú, trancado a 7 chaves.

**Iago:** E já era Yeppeun né? Então, era um grupo feminino dançando masculino, né?

**Jéssica:** Era. E a gente fez um remix, uma intro de Lee Hyori, que é uma solista do K-pop, pra dançar com o Fantastic Baby. Aí é da música U-Go-Girl, que ela é tipo uma... ela conquista os caminhoneiros. Aí tem um break

nessa música e é “tu-du-du-du-du-du-du”, barulho tipo de motor. Ai é muito legal, a coreografia. A gente pegou esse pedaço do break e colocou como intro pra dançar Fantastic Baby do BIGBANG. Nada a ver.

Tinha umas apresentações que eram nada a ver. Tinha um grupo, que era o Lyrics, que eles faziam remix. Eles pegavam, tipo assim, “Ah, quero dançar...”. Por exemplo, se a gente fosse dançar, “Ah, quero dançar Fancy, Paint the Town e Step Back, agora”. Aí pegava um minuto de cada música e fazia um mix, um remix. Aí fazia uma formação, assim, toda doida. E era isso que acontecia.

**(Pergunta imanente) Iago:** Vocês, assim, pareciam ter bem mais liberdade nisso daí, né?

**Jéssica:** Era... é como eu falo sempre, antigamente, o campeonato era cover. Hoje em dia, é um campeonato de dança com músicas cover. Mas antigamente, era um campeonato cover. É tanto que figurino valia muito mais ponto. Tinha muito grupo que ganhava posição muito boa por conta de figurino porque o figurino era incrível. Você ficava assim ó “Meu Deus, é o próprio grupo que tá ali”, mas você ia ver a performance e era “Meu Deus, eles ensaiaram nada” hahaha. Porque era mais diversão mesmo. A gente se divertia muito.

**(Pergunta imanente) Iago:** Então, podia acontecer da pessoa tá com um figurino maravilhoso, não dançar tanto, e ganhar porque parece o idol?

**Jéssica:** Assim, falando desse jeito, parece um pouco que eu falei isso, né? Mas não. Tinha que ter a coreografia também. Tanto que sempre quem ganhava eram o Dancemotion e o Kyoumei, que eram os grupos que os meninos dançavam melhor. Tipo, você vê que os meninos eram sincronizados, eles tavam com o figurino legal e... você via que eles se preocupavam realmente com isso, né? Tanto que depois muitos deles se formaram em dança, viraram professores de dança e... fazem esportes. Um deles, se eu não me engano, na época, os meninos do Kyoumei, se eu não me engano, eles faziam academia de dança.

Aí, lembro que na época o pessoal vivia falando “É muito injusto porque os meninos dançam, a gente é totalmente amador, e eles já são profissionais e tal”. Mas não, eles eram tão amadores quanto a gente, só porque eles estudavam um pouquinho mais. Mas aí eram sempre mais eles que ganhavam. Tanto que no Sana 13, foi quando teve um evento... o Super-Con, que é em Recife. E o Super-Con também era em julho, era na mesma data do Sana. E os grupos que dançavam em janeiro e ficavam nas primeiras colocações tinham uma vaga garantida no Super-Con, que era tipo um campeonato regional. Aí, os meninos do Kyoumei, do D-Side, do Dancemotion foram tudo pro Recife.

Aí, né, os grupos daqui tudo com os olhos desse tamanho “É a nossa chance! Os grupos bons não vão estar aqui! É a chance de nós, meros mortais, ganharmos alguma coisa”. Aí foi quando o Yeppeun ganhou o primeiro lugar a primeira vez hahaha.

**Iago:** Então, foi no Sana 13, né? Vocês tinham mais ou menos um ano aí de grupo.

**Jéssica:** Se contar de *debut*, da primeira apresentação, é 1 ano. Mas se contar dos ensaios, é um pouco mais. Porque a gente começa a ensaiar mais ou menos em março, mais no início. Porque era pra dançar em julho.

**(Pergunta imanente) Iago:** Sim, sim. E, naquela época só tinha o Sana, né? Ou tinha mais algum evento?

**Jéssica:** Não, naquela época só tinha o Sana. Aí, às vezes até tinha outros eventos de anime na época. Tinha o Animaster, tinha o Animefest, essas coisas assim. E eles tinham uma parte, um palco lá que “Vamos fazer uma competição”, aí tinha. Aí, chamava os grupos e participavam, né. Os grupos se inscreviam e tudo e... mas aí eram os mesmos grupos do Sana.

**(Pergunta exmanente) Iago:** Uhum, mesma lógica. E a tua experiência com a dança? Ela começou no K-pop ou ela já veio de antes?

**Jéssica:** Totalmente do K-pop... depende, eu dançava RBD com as minhas amigas no meio da rua hahaha, mas, fora isso, não. É só do K-pop, mesmo. Tanto que eu nem acho que eu danço essas coisas todas não, assim. Eu sou esforçada.

**Iago:** Dança.

**Jéssica:** Hahaha, aí... mas é totalmente do K-pop mesmo. Não faço nada, assim.

**(Pergunta exmanente) Iago:** Mas comparando com o começo, de quando tu começou no K-cover, pra agora, tu percebe que melhoraram as coisas?

**Jéssica:** Ah! Sim. Porque, tipo assim, antigamente eu via um vídeo e eu ficava assim “Gente, o que é isso? Que movimentos são esses? O que é que ele está fazendo? O que é isso aqui? Como é que faz isso?”. E eu não sabia fazer uma virada de mão, fazer esse movimento assim com os dedos, era algo muito mais complicado até porque os vídeos eram em 144p. A gente não via nada de qualidade. Mas hoje em dia é mais fácil, tipo, eu já consigo ver um vídeo e pegar alguns passos só de tá olhando a coreografia. Claro que às vezes tem que olhar assim “Vixe, será se esse passo é assim?”. Aí faz, né, alguma coisa. Mas consigo pegar mais rápido do que antigamente. Antigamente era um sacrifício.

A Jamile, que era do Yeppeun, ela dança jazz desde que ela tava na barriga da mãe dela. Ela nasceu abrindo um espacate. E... aí, era ela quem pegava as coreografias e passava pra gente porque ela tinha mais jeito, né. Aí, com o tempo a gente foi se adaptando, foi melhorando.

**(Pergunta exmanente) Iago:** E como foi a tua entrada pro Primadonna?

**Jéssica:** Foi assim: eu me ofereci mesmo hahaha. Foi porque a Gabi tinha postado no Instagram, assim, uma audição, mas não era pro Primadonna, era pra um outro grupo. Aí eu peguei e mandei assim “Aff, se fosse pro Primadonna, eu ia me inscrever”. Aí ela só mandou assim “Tu quer?”. Aí eu “Quero”. “Pera aí”. Aí foi falar com as meninas. E a gente já se conhecia por conta dos eventos, né. Eu, a Gabi, a Larissa já dançou com o Yeppeun, aí... a Larissa, a Ana Paula, algumas meninas, né, do Primadonna, as mais antigas eu conhecia já. Aí, pronto. Aí ela falou com as meninas, e as meninas “Ah, show, pode botar”. Aí, pronto. Aí, eu entrei.

**Iago:** Então, a seleção foi assim: “Ah, eu tenho interesse”. “Venha”.

**Jéssica:** Foi o QI, né? O “Quem Indica” hahaha

**(Pergunta exmanente) Iago:** Hahahaha. E eu queria que tu me contasse se tu tem alguma performance, assim, da tua vida no K-cover que é a favorita que tu já performou. Uma das que tu mais gostou, assim, de apresentar.

**Jéssica:** Tem uma que eu gosto demais... Tem 2, na realidade, né. Uma delas é BAAAM duma dupla de hip-hop, que é o Dynamic Duo, que eles, assim, é... eles são um duo de hip-hop e eles só cantam e performam, né, tipo “Ta-ta-ta-ta-ta”. E tem o clipe com as backdancers, que são 10. E eu achava essa coreografia sensacional. E toda a vida que a gente ia escolher uma música, eu falava “Gente, vamo dançar BAAAM” e mandava pras meninas. E as meninas “Não! Tem esse passo véi duma abertura, essas perna pra cima, a gente não vai conseguir fazer!”. Aí eu desistia. Quando era de novo, “Gente, vamo escolher a música pra gente pro Sana. Gente, essa daqui ó, BAAAM, Vamos!”.

Aí, um belo dia, depois de muita insistência, muitos anos insistindo, finalmente quiseram dançar BAAAM. Aí eu “Aaaaaaaa”. Aí, pronto. A gente ensaiou muito, a gente se preparou muito pra BAAAM. E deu tudo certo porque a gente teve, assim, integrantes incríveis. Porque, o grupo, ele passa por muitas transformações, né, no decorrer do processo de dança. E no Yeppeun não era diferente. A gente veio conseguir mais estabilidade depois que a gente se consolidou com 6, que aí a gente se entendia muito melhor. Porque quanto mais gente, mais complicado é, né? Porque são mais pessoas com outras rotinas, mais rotinas pra tá ajustando pra todo mundo tá sempre igual, né? Então, era mais complicado.

Mas, na época de BAAAM foi muito bom porque a gente tinha as meninas fixas, a gente só precisava arrumar 3 meninas. E a gente arrumou 3 meninas que eram do Dancemotion porque a gente por conta da carreira, longos anos de carreira, foi criando amizade. Aí, chamou as meninas do Dancemotion e foi, assim, incrível porque elas tinham uma experiência muito maior. Porque, além delas serem do Dancemotion, que era o K-pop, elas tinham

o Side Project, que era o grupo de hip-hop mesmo que eles faziam, participavam daquele campeonato de hip hop, né, CH2, um negócio assim o nome. E é um projeto incrível deles também.

Aí, quando as meninas entraram pra dançar, e foi só pra isso mesmo, a gente chamou só pra dançar essa música, fluiu muito porque todo mundo tava com a mesma mentalidade ali. Todo mundo querendo fazer aquilo. Aí, aconteceu, e foi muito bom. Aí, é uma das minhas apresentações favoritas, é essa. BAAAM.

E a outra é Spellbound do TVXQ, que foi tipo assim: a gente tava... tinha acabado um Sana e a gente tava num processo de escolher a música pro próximo, né. Aí a gente tava aqui no CUCA, conversando com os 2 amigos nossos, e a gente “Ai, a gente podia ver alguma coisa pra gente dançar junto e não sei o quê”. Aí a gente “É verdade” e tal. E só que já tava, tipo, perto da hora de ir embora e a gente foi embora. Quando a gente tava na metade do caminho... a gente ia embora sempre todo mundo junta... quando a gente tava na metade do caminho pra parada do ônibus, uma das meninas falou assim “Por que que a gente não dança a música do TVXQ, que é os 2 meninos e as dançarinas? A gente pode ser as dançarinas e os meninos serem os 2 meninos, né, do TVXQ?”. Aí foi todo mundo assim ó: “Paaah” (onomatopeia). Aí, a gente voltou correndo. Os meninos ainda tavam aqui no CUCA. E a gente voltou correndo. “Vamo dançar Spellbound!”, “Vamo dançar TVXQ! Vai ser perfeito! Vamo!”.

Aí, pronto. Foi a ideia que todo mundo acatou na hora, e os ensaios também super fluíam. Eram muito bons. E a gente teve só um pequeno perrengue no Sana mesmo porque uma das meninas chegou... ela foi depois, né, ela tipo “Gente, eu não vou com vocês, eu vou depois, mas eu encontro vocês lá”. E... e a gente já desesperado, porque ela não chegava e ela era uma das principais, né, uma das dançarinas principais. Aí, a gente desesperada. “Meu Deus, cadê a Débora? Cadê?”. E o Janderson morrendo de chorar porque era, tipo, a música que ele sempre quis dançar e era a oportunidade da vida dele, assim, entre aspas, de dançar essa música. E a Débora não chegava. Aí, foi quando a Jane tava assim ó “Gente, não dá mais pra aguardar, vou chamar vocês”. E a gente “Não, tá bom, vamo dançar sem ela”. Todo mundo desesperado. Aí ela “E com vocês, Yeppeun Girls!”.

E a gente dançou com uma mesa, a gente fez uma mesa imensa, porque o conceito de Spellbound é de cassino, tipo poker, né? Tinha as cartas de baralho, aí a mesa a gente fez, a gente comprou um tampo de madeira e colocou numa mesa e fez a mesa toda de cassino. Eu que fiz com papel contact até 4 horas da manhã. Aí, foi uma preparação muito grande.

E a gente subindo com a mesa... porque antes tem que preparar, né, a performance. Aí a Jane anunciou “E com vocês, Yeppeun Girls!”. E a gente subindo com a mesa, e lá vem a Débora correndo, subindo o palco. Ela chegou na hora que chamou o grupo pra subir. A gente desesperada. Aí, a gente não falou nada, só dançou. Parece que nada tinha acontecido. No final, quando a gente terminou a performance, que foi tirando a mesa, aí as meninas começaram a discutir. Mas aí, antes da apresentação, tudo impecável, nada tinha acontecido.

Mas a apresentação foi muito boa, não teve nenhum erro. Eu... tinha umas cornetas, tinha um passo que a gente fazia com umas cornetas e fazia assim “Ê-ê-ê-ê-ê-ê-ê”, e jogava as cornetas. Só que o meu lado era o lado que ficava o equipamento de som, e eu não medi. Aí eu fiz assim ó: “Vrá” (onomatopeia). Quase que taca no homem que opera o som do Sana hahaha. Só que por sorte, não pegou. Mas aí depois, a Jane me deu um cartão... ela “Vocês tem que prestar atenção nessas coisas. Se machucasse o pessoal da organização... e não sei o quê”. Aí eu “Desculpa, Jane, foi na empolgação e tal”. Aí, tinha essa parte das cornetas... aí, foi muito trabalho, teve muita coisa, vários artifícios pra apresentação.

Só que assim, a gente gostou muito da apresentação, mas a gente tava totalmente desacreditado de que ia conseguir alguma coisa. Aí, a gente tava passeando tranquilo no Sana, deixou as coisas nas docas, e a gente foi passear no evento. Aí é quando vem o Filho, o primo da Jamile, “Por que que vocês não tão lá vendo os resultados? Vocês ficaram em terceiro lugar!”. Aí a gente “O quê?!”. “Foi! Vocês! Tão chamando vocês!”. Aí lá se foi, a gente tudim correndo pra subir no palco. Aí, os meninos começaram a chorar porque aparentemente ia dar tudo errado por conta que a menina não tinha chegado, mas deu tudo certo e a gente ainda ganhou um dinheirinho (Som de beijo). Aí pronto, são as minhas 2 apresentações favoritas. É BAAAM e Spellbound.

**(Pergunta imanente) Iago:** E essa foi quando? Essa última.

**Jéssica:** Vixe, com data, assim? Mas deixa eu olhar aqui porque aí eu te digo bem direitinho. Porque BAAAM... E BAAAM, que é do Dynamic Duo, a coreógrafa, que é a Buckey... eu postei um vídeo e marquei ela, né, claro. Aí, ela deu um coração e comentou, e eu fiquei “Aaaa, meu Deus! Aaaaa!”. Na época, eu fiquei morta de feliz. Aí eu “Jamile! A Buckey comentou no meu vídeo! Olha!” e mandei pra ela...

**(Pergunta imanente) Iago:** A coreógrafa original?

**Jéssica:** A coreógrafa original.

**Iago:** Vixe, que coisa massa!

**Jéssica:** Mas foi tipo assim um coração e falou assim, tipo, “Tá muito bonito”. Só que botou lá em coreano, né?

**Iago:** Ela viu, né? E isso é muito legal!

**Jéssica:** Aqui! Por sinal, Iago. O vídeo do nosso *debut* tá no seu canal.

**Iago:** Sério? Aquele é o *debut* de vocês?

**Jéssica:** Uhum!

**Iago:** Hahaha valha, que massa!

**Jéssica:** Ó, BAAAM a gente dançou há 6 anos atrás. Deixa eu ver aqui qual é a data exata mais ou menos... julho de 2015. Foi BAAAM. Foi no Sana de julho de 2015. E Spellbound... ela é de... (som do vídeo) Tudo bom? De julho de 2016. Foi um ano depois.

**(Pergunta exmanente) Iago:** Uhum! Ah, massa! Eu queria também, uma coisa interessante pra saber, considerando a tua experiência, é... o que é que tu vê de diferente nas pessoas do cenário atual do K-cover e no cenário mesmo. Assim, o cenário e as pessoas, o que mudou em comparação a antes e agora? Tu percebe alguma diferença?

**Jéssica:** Vixe, tem! Porque tipo assim, como eram poucos grupos, todo mundo se conhecia. Então, todo mundo se ajudava no todo mesmo. Tipo, ai, sapato emprestado. Ai, figurino, que “Eu vou dançar tal música, tenho que fazer um pocket de tal música, e tu tem o figurino e tu me empresta o figurino?” Aí a pessoa vai e empresta. E todas essas coisas, né? O pessoal se ajudava bastante. Muito mais.

E hoje em dia, como tem tanta gente, tanta gente, a gente acaba não conhecendo. Por exemplo, a Ana Carla, a gente às vezes fala, eu e a Gabi, que a gente conhece o pessoal que é mais antigo, a gente fala do pessoal e ela fica “Quem é?”. E a gente “Ah, é fulano do grupo tal”. “Não sei quem é”. Aí, da mesma forma que se fala alguém do grupo novo, eu vou ficar “Quem é? Não sei, não conheço”. Porque a gente já não tem mais a intimidade, a proximidade de todo mundo.

O Yeppeun, na época, a gente era muito, muito próxima do WAT-B, que era um dos grupos que sempre ganhou evento e tal, essas coisas. Que os meninos que dançaram BAAAM com a gente também, eles eram do WAT-B. Deixaram de dançar com o WAT-B pra dançar com a gente. Isso pra tu ver o nível de proximidade. E nós somos amigos até hoje. São amizades que a gente leva pra sempre mesmo. E eu vejo mais isso, tipo, o pessoal era mais unido, todo mundo se conhecia. Eu sabia a cara de todo mundo, todo mundo sabia a minha cara, e essas coisas. Hoje em dia, é muito mais gente e é mais difícil.

E tem também a diferença de foco, né, também. Porque eu lembro que a gente vinha ensaiar e, tipo, o Yeppeun ensaiava uma música que tava dançando pro evento. O WAT-B, eles ficavam ensaiando a música que eles dançavam pro evento deles. O Katsu ficavam ensaiando a música que eles dançavam pro evento deles. E cada um ficava ensaiando a sua música. Você ouvia repetidamente a mesma música, mas era sempre aquela música até chegar o evento.

Hoje em dia, não. Tu passa aqui no corredor, tá tocando uma música. Daqui a pouco, tu passa de novo, tá o mesmo grupo, mas dançando outra música nada a ver que não é música de campeonato nem música de nada. Tão dançando random play, que é coisa que não tinha antes. Não tinha de jeito nenhum. Até tinha, mas era muito difícil ter. O pessoal fazia mais pocket mesmo e apresentava a música inteira. Mas o random, de dançar só o refrão das músicas, era mais difícil. E eu fico passada que tem gente que ensaia o random. Tipo, não pega uma coreografia inteira, pega o áudio do random, das músicas, né, aleatórias, e ensaia aquela parte. Quando tem evento, que vai

pro evento, que vai tocar o random play, sabe todas as coreografias. Mas, na realidade, sabe os pedaços que vai tocar no random. E tem gente que vem pra ensaiar. Porque eu já vi isso.

**(Pergunta imanente) Iago:** Pra ensaiar o random?

**Jéssica:** Pra ensaiar random play. E, assim, o maior choque na minha vida é esse porque a gente ensaiava 6 meses... Ah, outra coisa que eu acho muito interessante, porque, por exemplo, a gente antigamente ensaiava 6 meses uma coreografia pra dançar num evento. Os grupos ensaiam 2 fins de semana pra gravar um vídeo. E, tipo, caraca, a gente passava 6 meses... beleza, que a gente ensaiava só nos fins de semana, mas tipo, se você contar, um mês tem 4 fins de semana. Se a gente ensaiava 6 meses... 6 vezes 4, faz aí as contas porque eu sou ruim de matemática hahaha

**Iago:** 6 vezes 4. 6, 12, 18, 24.

**Jéssica:** 24. 24 fins de semana pra dançar uma música. E o pessoal ensaia 2 fins de semana... é tipo... outra coisa. Mas também, o K.-Pop ajudou muito, né? Antigamente, a gente tinha que caçar vídeo de apresentação. Apresentação que eles fizeram no exército, aí tem uma câmera Tekpix que gravou, assim, de lado, aí dá pra ver alguns passos. Aí, teve um outro cara que gravou de um Moto G3, que também dá pra ver a fulana, e dá pra gente pegar tal passo pela fulana. E transmitiu nesse mesmo dia essa performance na TV, só que fica cortando as apresentações, né? Então, você pega alguns passos com detalhes dessa apresentação, mas não pega formação. Por formação, você tem que adivinhar. Aí, você vai vendo aqui... ó aqui a fulana tá no meio, e aqui atrás tá a outra e aqui tá a outra, vamo ver aqui nesse vídeo aqui. Aí, a gente tinha que estudar totalmente uma coreografia.

E hoje em dia, não. O grupo lança a música, lança uma dance version do clipe e lança um dance practice. Sem contar que os programas musicais semanais já lançam as fancams do membro, de uma pessoa, e lança a fancam do grupo inteiro. Tipo, é muito mais fácil hoje em dia.

**(Pergunta imanente) Iago:** A própria...?

**Jéssica:** As emissoras.

**Iago:** Caramba.

**Jéssica:** As emissoras, elas lançam. Tipo, o grupo vai apresentar... a MNET, que é a primeira que começou a fazer isso, ela... Por exemplo, o LOONA. O LOONA apresentou Paint the Town. Aí, tem a gravação da performance editada, né, com foco nelas, foco na coreografia e foco de cima, ba-bá-bá. Editado, bem bonito. Mas se tu for no canal deles, tem um vídeo parado, os caras gravando e é da própria emissora mesmo. O vídeo parado, aí você vê o cara da câmera... a câmera que tá focando vê ele passando assim no palco, tudo, você vê tudo. Aí, tem essa câmera inteira, que é uma fancam do grupo. E se você procurar, ainda tem individual das meninas, que tem uma pessoa pra tá filmando aquela menina específica. Aí, tipo, quando ela vai pra lá, ele vem pra cá, e ele segue toda a movimentação da pessoa. Aí, é muito mais fácil hoje pegar a coreografia, né? Porque antigamente a gente tinha que deduzir os passos. E hoje em dia, não precisa mais disso.

**Iago:** Caramba, é bem diferente mesmo isso daí.

**Jéssica:** Bem diferente.

**(Pergunta imanente) Iago:** Não imaginava que... ainda tinha a possibilidade de vocês acabarem criando o passo, né? Então, já que não tem o que colocar, vamos inventar uma coisa aqui.

**Jéssica:** Sim! Demais, demais. E era muito legal, porque, tipo assim, tinha uma menina no meu grupo, no Yeppeun Girls, na época que a gente dançava Girls' Generation, que era a Érica. E a Érica, ela tinha mais dificuldade de pegar coreografia, né? Aí, pra ela memorizar, ela inventava o nome do passo. Aí, por exemplo, de The Great Escape, que foi a música que a gente dançou, tinha um passo que era assim ó "ma-ta-nai-de". Aí, ela ficava "Ah,

é o passo do passando manteiga no pão. Passando-manteiga-nopã-ão”. E ela fazia no ritmo da música. Aí, tinha outra música também, que era a do Into The New World, né? Que tem um passo que elas fazem... é... levanta o braço esquerdo assim, aí depois abre tipo assim avião e volta. Aí ela fazia... não, minto, é ao contrário. Fazia assim, voltava e depois fazia assim com o braço direito, né. Aí ela fazia “Tá certo. Então, o passo é: vou, não vou, airplane” hahahahaha. A gente dançou EXID do Feel Good e a música era “I-I-I-I Feel”, e o passo era fazendo assim, movimentando a mão noventa graus. Aí ela: “Certo, gente. É noventa graus. No-ven-ta-gra us, no-ven-ta-gra us, no-ven-ta-gra us”. Aí, a gente sempre memorizava. A gente nunca errava o passo por conta disso. Porque ela fazia essas coisas.

Aí, às vezes a gente até criava os passos porque tinha... a gente dançou uma música que era HimNae! do Girls Generation, que elas dançam com o microfone. E quando elas dançam com o microfone de mão, elas deixam de fazer o passo com um braço, né? Passa a fazer a coreografia todinha só com uma mão. E a gente não tava dançando de microfone, a gente tava dançando com uns pompons. Então, a gente não tinha muita movimentação de detalhe de dedos e de punho, essas coisas. A gente fazia mais o pompom. Então, acabou ajudando um pouco a gente a dançar essa música. A gente tava de líder de torcida. Mas, tudo o que era com a mão parada, a gente fazia repetido, o passo. Ou seja, talvez nem era a coreografia desse jeito, mas a gente teve que fazer assim porque elas tavam com microfone de mão. Então, a gente meio que criava um passo por conta disso. Aí, acabava a gente tendo que adaptar essas coisas.

E hoje em dia também, os grupos... têm performances que eles tão com o microfone de mão, mas na outra apresentação eles tão com o microfone sem fio. Então, eles fazem o passo completo. Aí, tem isso também, que ajuda mais a pegar a coreografia. A gente não cria, não tem que criar as coisas.

**(Pergunta exmanente) Iago:** Realmente. Agora, indo em direção ao final da entrevista, se o K-cover, né, esse mundo do K-cover te desse muito dinheiro, tu abandonaria outras carreiras pra ficar nele?

**Jéssica:** Não sei... porque é uma visão meio utópica, né? Assim, porque justamente por eu dançar há muito tempo, eu sei que é só gasto. Não chega a ser investimento porque, por exemplo... o melhor exemplo é Paint the Town do Primadonna, que cada figurino foi, no mínimo, 100 reais. Nós somos 12. Então, tipo, se cada figurino foi 100 reais, a gente gastou 2000 reais de figurino. E a gente ganhou 400 reais. Então, tipo, foi um gasto pro grupo, né? Fora o gasto individual. Mas falando numa visão de grupo mesmo. Agora, por exemplo, se a gente tivesse gastado esse dinheiro com o figurino e tivesse ganhado um KWF, que a premiação é 2500, aí valia a pena porque a gente teve o retorno do que a gente gastou e um lucro. Aí, valia a pena.

Mas as premiações, elas não são... elas não enchem os olhos. A gente dança num evento porque a gente gosta. Porque retorno financeiro, não tem. É só o retorno... o prazer mesmo de tá lá em cima do palco, aquela adrenalina, endorfina que dá. Porque é isso que é o bom, o gostoso, né? De subir no palco e ver aquele pessoal gritando. E a adrenalina, assim, no alto da sua cabeça. E aquela música estourada, porque você não consegue ouvir nada. É totalmente memória muscular. E você tá aqui, e a música começa “Baaaaaam”, aí você “Taaaaam”, faz o movimento no automático porque você ensaia tanto que já sabe fazer aquilo. Mas é bom. Quando termina, a gente passa 5 meses ensaiando um negócio pra dançar 3 minutos, mas é bom. É bom.

Mas eu não trocaria isso, tipo... não é que não trocaria, né? Mas não valeria a pena fazer uma coisa dessa. Não que o trabalho que eu tenha hoje seja a melhor coisa do mundo haha. Claro que não. Mas, tipo, não dá pra trocar uma coisa pela outra até porque eu vejo mais como hobby mesmo. Apesar de ser um hobby bem caro... mas eu vejo mais como hobby. E a partir do momento que eu trocasse pra poder viver daquilo, ia deixar de ser hobby. Ia ser trabalho e obrigação, e não é legal haha.

**(Pergunta exmanente) Iago:** E... aonde você gostaria de chegar? Eu queria saber se tu tem algum sonho, algum ponto que gostaria de chegar como um indivíduo no K-cover e com o Primadonna. Assim, se tem algum lugar que vocês, como grupo, e como você gostaria de chegar: “Não, isso daqui eu quero fazer ainda”.

**Jéssica:** Hoje em dia, eu sou bem mais pé no chão, né? Eu vejo que é mais complicado porque todo mundo tem a sua própria vida e tal, mas antes tinha o KWF, né? Que era o K-pop World Festival. E o KWF, se você passasse em primeiro lugar, o grande prêmio, você ia para São Paulo. E São Paulo, você dançava pra emissora, que era a SBS, da Coreia e os jurados coreanos iam lá. E se você passasse pelos votos e essas outras coisas, você ia pra

Coreia do Sul e participava de um campeonato na Coreia do Sul. E isso era, assim, o sonho de todo cover. Eu acho que ainda é, né? Tipo, ir conhecer o país dos nossos idols. É esse o sonho mesmo.

Mas hoje em dia, eu já sou mais pé no chão. Sei que isso é uma realidade mais distante. Ainda mais uma coreografia com muita gente. O Primadonna é um grupo grande. Então, tem muito conflito de horários, e a rotina das meninas também. E aí é mais complicado. Mas antigamente eu tinha, assim, essa vontade de, como grupo, participar, nem que fosse só pra participar, de um evento fora do país.

Teve grupos já, aqui, que era o Dancemotion, o Tsubasa Kuro, que é um grupo de Maracanaú, eles foram pra Argentina. Dançar lá num campeonato na Argentina, mas foi 2010, 2011, assim, tem muito tempo mesmo. E tipo, foi uma realização pra eles e é algo que eu acho que seria interessante de ter, essa experiência. Mas assim, hoje em dia mesmo, não tenho mais hahaha. É tipo assim, é um sonho que eu tive que, se acontecer, vai ser muito bom, vai ser uma experiência incrível, mas é algo que eu tenho ciência de que se acontecer, show, e se não acontecer, tá tudo bem.

**APÊNDICE B – TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM****TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM**

Eu, \_\_\_\_\_, portador de identidade com RG \_\_\_\_\_, inscrito no CPF \_\_\_\_\_, residente no município de \_\_\_\_\_/Ceará, **AUTORIZO** o uso de minha imagem (ou do menor \_\_\_\_\_ sob minha responsabilidade) para o projeto de pesquisa intitulado previamente “K-pop em Fortaleza: consumo e performances no cenário da dança cover”, realizado pelo pesquisador Iago Fillipi Patrocínio Macedo, mestrando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará (UFC).

**AUTORIZO** o pesquisador a realizar fotos e/ou vídeos e/ou a colher meu depoimento (ou do menor sob minha responsabilidade) sem quaisquer ônus financeiros a nenhuma das partes.

Ao mesmo tempo, **LIBERO** a utilização destas fotos e/ou vídeos e/ou depoimentos para fins científicos e de estudos (por exemplo: livros, artigos e slides), em favor do pesquisador do projeto, acima especificado. Por ser a expressão da minha vontade assino a presente autorização, cedendo, a título gratuito, todos os direitos autorais decorrentes dos depoimentos, artigos e entrevistas por mim fornecidos, abdicando do direito de reclamar de todo e qualquer direito conexo à minha imagem e/ou som da minha voz, e qualquer outro direito decorrente dos direitos abrangidos pela Lei 9160/98 (Lei dos Direitos Autorais).

---

Fortaleza, dia \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2021

ANEXO A – RELATÓRIO DA FIEC

Relações Comerciais

COREIA DO SUL

ANUAL/2021



**CIN**

Centro Internacional de Negócios  
do Ceará

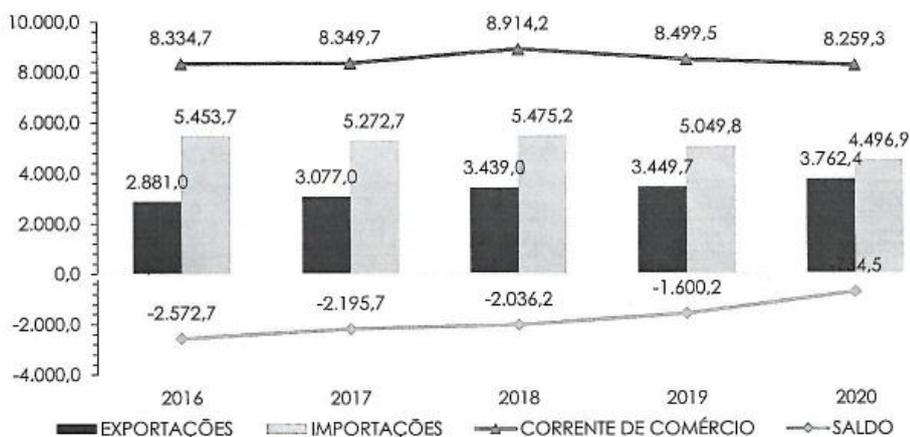
**FIEC**

Federação das Indústrias do Estado do Ceará  
**PELO FUTURO DA INDÚSTRIA**

## RELAÇÕES COMERCIAIS

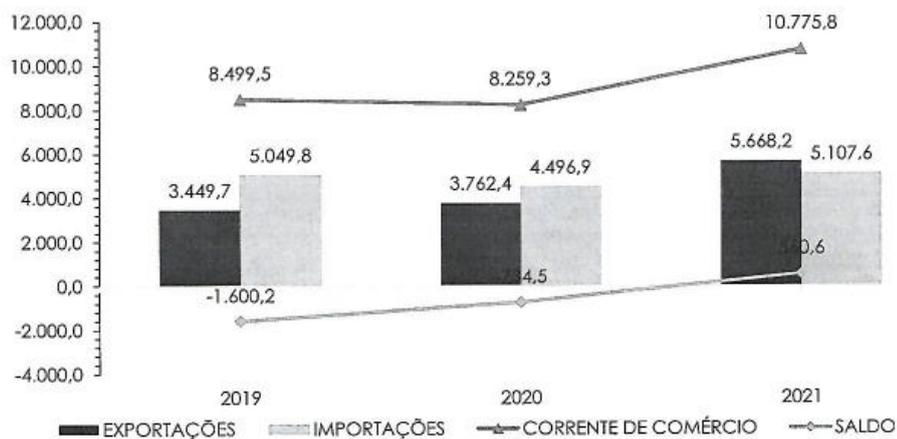
# COREIA DO SUL

### ▶ BALANÇA COMERCIAL ANUAL BRASIL X COREIA DO SUL (janeiro a dezembro)



Os valores correspondem ao período de janeiro a dezembro dos anos mencionados.  
Referência: Valores em US\$ Milhões (FOB).  
Fonte: Comexstat. Elaboração: Centro Internacional de Negócios da FIEC.

### ▶ BALANÇA COMERCIAL DO PERÍODO BRASIL X COREIA DO SUL (janeiro a dezembro)



Os valores correspondem ao período de janeiro a dezembro dos anos mencionados.  
Referência: Valores em US\$ Milhões (FOB).  
Fonte: Comexstat. Elaboração: Centro Internacional de Negócios da FIEC.

RELAÇÕES  
COMERCIAIS

# COREIA DO SUL

ESTADOS EXPORTADORES BRASIL X COREIA DO SUL			
Setores	2021 (US\$) FOB	Part <sup>a</sup> 2021	Varição 21-20
Rio de Janeiro	1.390.197.823	25%	177%
São Paulo	605.430.983	11%	-7%
Minas Gerais	588.108.175	10%	70%
Pará	575.253.633	10%	59%
Rio Grande do Sul	509.682.828	9%	56%
Paraná	442.514.605	8%	27%
Mato Grosso	334.920.833	6%	-21%
Maranhão	264.799.513	5%	315%
Bahia	220.303.800	4%	23%
Goiás	201.583.406	4%	-15%
Espírito Santo	186.713.793	3%	336%
Mato Grosso do Sul	136.969.196	2%	23%
Santa Catarina	112.767.278	2%	6%
<b>Ceará</b>	<b>82.782.145</b>	<b>1%</b>	<b>108%</b>
Amazonas	5.225.166	0%	1%
Não Declarada	3.312.471	0%	-70%
Rio Grande do Norte	2.748.161	0%	329%
Tocantins	2.200.475	0%	-31%
Piauí	939.438	0%	-34%
Rondônia	672.365	0%	-54%
Paraíba	579.678	0%	-60%
Distrito Federal	453.297	0%	-73%
Acre	40.657	0%	99%
Pernambuco	5.865	0%	-97%
Alagoas	1.959	0%	-83%
<b>Total</b>	<b>5.668.207.543</b>	<b>100%</b>	<b>51%</b>

Fonte: Comexstat. Elaboração: Centro Internacional de Negócios da FIEC.

RELAÇÕES  
COMERCIAIS

# COREIA DO SUL

ESTADOS IMPORTADORES BRASIL X COREIA DO SUL			
Setores	2021 (US\$) FOB	Part <sup>a</sup> 2021	Varição 21-20
São Paulo	2.639.893.188	52%	32%
Amazonas	792.057.970	16%	14%
Santa Catarina	509.815.107	10%	91%
Rio de Janeiro	417.282.674	8%	-37%
Minas Gerais	161.644.711	3%	-5%
Paraná	143.446.500	3%	17%
Rio Grande do Sul	130.332.707	3%	-45%
Espírito Santo	74.192.162	1%	18%
Goiás	62.079.261	1%	-29%
Pernambuco	43.368.643	1%	40%
Bahia	42.184.506	1%	9%
Distrito Federal	37.046.098	1%	-19%
<b>Ceará</b>	<b>23.367.305</b>	<b>0%</b>	<b>-8%</b>
Alagoas	5.990.195	0%	-4%
Mato Grosso	5.524.921	0%	50%
Rondônia	4.866.499	0%	42%
Mato Grosso do Sul	4.574.797	0%	160%
Paraíba	2.935.655	0%	11%
Piauí	2.741.476	0%	25070%
Sergipe	1.578.273	0%	25%
Rio Grande do Norte	1.117.781	0%	1066%
Maranhão	750.059	0%	-97%
Pará	682.460	0%	103%
Amapá	122.490	0%	87%
Roraima	1.133	0%	-99%
Tocantins	1.000	0%	-12%
<b>Total</b>	<b>5.107.597.571</b>	<b>100%</b>	<b>14%</b>

Fonte: Comexstat. Elaboração: Centro Internacional de Negócios da FIEC.

RELAÇÕES  
COMERCIAIS

# COREIA DO SUL

▶ EXPORTAÇÕES BRASIL X COREIA DO SUL

SETORES EXPORTADOS BRASIL X COREIA DO SUL			
Setores	2021 (US\$) FOB	Part <sup>a</sup> 2021	Varição 21-20
Combustíveis minerais, óleos minerais e produtos da sua destilação; matérias betuminosas; ceras minerais	1.469.362.802	26%	142%
Minérios, escórias e cinzas	1.156.189.958	20%	110%
Resíduos e desperdícios das indústrias alimentares; alimentos preparados para animais	643.030.981	11%	18%
Ferro fundido, ferro e aço	464.155.817	8%	151%
Bebidas, líquidos alcoólicos e vinagres	392.965.279	7%	2%
Sementes e frutos oleaginosos; grãos, sementes e frutos diversos; plantas industriais ou medicinais; palhas e forragens	260.198.442	5%	28%
Cereais	239.985.293	4%	-43%
Carnes e miudezas, comestíveis	219.589.379	4%	4%
Algodão	129.422.822	2%	67%
Pastas de madeira ou de outras matérias fibrosas celulósicas; papel ou cartão para reciclar (desperdícios e aparas).	118.635.733	2%	-8%
Demais Setores	574.671.037	10%	29%
<b>Total</b>	<b>5.668.207.543</b>	<b>100%</b>	<b>51%</b>

Fonte: Comexstat. Elaboração: Centro Internacional de Negócios da FIEC.

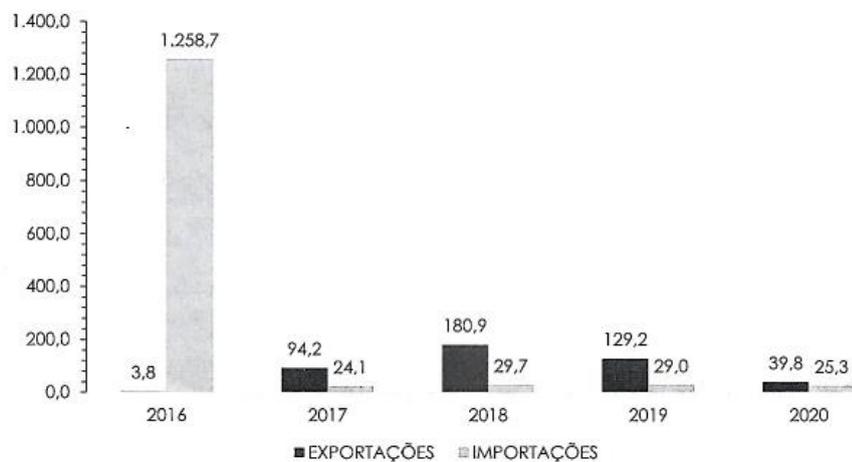
▶ IMPORTAÇÕES BRASIL X COREIA DO SUL

SETORES IMPORTADOS BRASIL X COREIA DO SUL			
Setores	2021 (US\$) FOB	Part <sup>a</sup> 2021	Varição 21-20
Máquinas, aparelhos e materiais elétricos, e suas partes;	1.694.590.122	33%	19%
Reatores nucleares, caldeiras, máquinas, aparelhos e instrumentos mecânicos, e suas partes	724.444.604	14%	50%
Veículos automóveis, tratores, ciclos e outros veículos terrestres, suas partes e acessórios	518.013.870	10%	-1%
Plásticos e suas obras	469.192.777	9%	49%
Produtos farmacêuticos	245.614.623	5%	17%
Ferro fundido, ferro e aço	230.013.536	5%	28%
Embarcações e estruturas flutuantes	178.944.982	4%	-66%
Instrumentos e aparelhos de óptica, de fotografia, de cinematografia, de medida, de controle ou de precisão; instrumentos e aparelhos médico-cirúrgicos; suas partes e acessórios	173.907.979	3%	34%
Produtos diversos das indústrias químicas	168.635.780	3%	27%
Produtos químicos orgânicos	161.164.751	3%	-5%
Demais Setores	543.074.547	11%	36%
<b>Total</b>	<b>5.107.597.571</b>	<b>100%</b>	<b>14%</b>

Fonte: Comexstat. Elaboração: Centro Internacional de Negócios da FIEC.

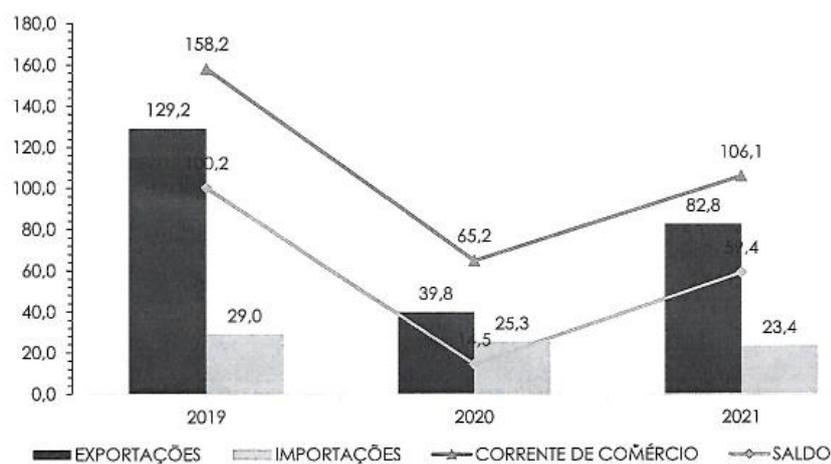
## RELAÇÕES COMERCIAIS COREIA DO SUL

### ▶ BALANÇA COMERCIAL ANUAL CEARÁ X COREIA DO SUL (janeiro a dezembro)



Referência: Valores em US\$ Milhões (FOB).  
Fonte: Comexstat. Elaboração: Centro Internacional de Negócios da FIEC.

### ▶ BALANÇA COMERCIAL DO PERÍODO CEARÁ X COREIA DO SUL (janeiro a dezembro)



Referência: Valores em US\$ Milhões (FOB).  
Fonte: Comexstat. Elaboração: Centro Internacional de Negócios da FIEC.

RELAÇÕES  
COMERCIAIS

# COREIA DO SUL

► EXPORTAÇÕES CEARÁ X COREIA DO SUL

SETORES EXPORTADOS CEARÁ X COREIA DO SUL			
Setores	2021 (US\$) FOB	Part <sup>a</sup> 2021	Varição 21-20
Ferro fundido, ferro e aço	79.357.970	96%	110%
Calçados, polainas e artefatos semelhantes; suas partes	1.353.289	2%	-5%
Gorduras e óleos animais ou vegetais; produtos da sua dissociação; gorduras alimentares elaboradas; ceras de origem animal ou vegetal	1.186.984	1%	124%
Cobre e suas obras	492.335	1%	*
Sabões, agentes orgânicos de superfície, preparações para lavagem, preparações lubrificantes, ceras artificiais, ceras preparadas, produtos de conservação e limpeza, velas e artigos semelhantes, massas ou pastas para modelar, "ceras" para dentistas e Comp	237.026	0%	*
Preparações de produtos hortícolas, de frutas ou de outras partes de plantas	85.680	0%	-11%
Peles, exceto as peles com pelo, e couros	32.641	0%	*
Peixes e crustáceos, moluscos e outros invertebrados aquáticos	31.774	0%	1219%
Obras de couro; artigos de correeiro ou de seleiro; artigos de viagem, bolsas e artefatos semelhantes; obras de tripa	1.817	0%	5091%
Reatores nucleares, caldeiras, máquinas, aparelhos e instrumentos mecânicos, e suas partes	1.421	0%	*
Demais Setores	1.208	0%	-98%
<b>Total</b>	<b>82.782.145</b>	<b>100%</b>	<b>108%</b>

Referência: (\*) Não se aplica.

Fonte: Comexstat. Elaboração: Centro Internacional de Negócios da FIEC.

PRODUTOS EXPORTADOS CEARÁ X COREIA DO SUL			
Produtos	2021 (US\$) FOB	Part <sup>a</sup> 2021	Varição 21-20
Outros produtos semimanufaturados de ferro ou aço não ligado, de seção transversal retangular, que contenham, em peso, menos de 0,25 % de carbono	79.357.970	96%	117%
Ceras vegetais	1.186.984	1%	124%
Outros calçados cobrindo o tornozelo, parte superior de borracha, plástico	923.967	1%	12%
Desperdícios e resíduos, de cobre	492.335	1%	*
Calçados de borracha ou plásticos, com parte superior em tiras ou correias, fixados à sola por pregos, tachas, pinos e semelhantes	395.075	0%	-19%
Preparações para dar brilho a pinturas de carroçarias e produtos semelhantes, exceto preparações para dar brilho a metais	181.544	0%	*
Suco de acerola (Malpighia spp.), com adição de açúcar e outros edulcorantes ou não	64.080	0%	*
Outras preparações para dar brilho em vidros, metais, etc.	39.384	0%	*
Outros couros e peles inteiros, de bovinos (incluindo os búfalos), divididos, com o lado flor	32.641	0%	*
Outros calçados de matéria têxtil, sola de borracha/plástico	27.745	0%	-72%
Demais Produtos	80.420	0%	-94%
<b>Total</b>	<b>82.782.145</b>	<b>100%</b>	<b>108%</b>

Referência: (\*) Não se aplica.

Fonte: Comexstat. Elaboração: Centro Internacional de Negócios da FIEC.

RELAÇÕES  
COMERCIAIS

# COREIA DO SUL

MUNICÍPIOS EXPORTADORES CEARÁ X COREIA DO SUL			
Municípios	2021 (US\$) FOB	Part <sup>a</sup> 2021	Variação 21-20
São Gonçalo do Amarante - CE	79.357.970	96%	110%
Fortaleza - CE	1.474.447	2%	326%
Sobral - CE	1.335.134	2%	-5%
Eusébio - CE	455.339	1%	-5%
Marco - CE	220.000	0%	121%
Aracati - CE	64.080	0%	*
Maracanaú - CE	32.641	0%	*
Itapipoca - CE	21.600	0%	-78%
Quixeramobim - CE	14.502	0%	*
Brejo Santo - CE	6.502	0%	-68%
<b>Total</b>	<b>82.982.215</b>	<b>100%</b>	<b>107%</b>

Obs: Os dados de comércio exterior do campo "Municípios" se referem ao código do município cadastrado como domicílio fiscal da empresa responsável pela operação de exportação ou importação. Por essa razão, os valores podem divergir dos demais dados do estudo.

Referência: (\*) Não se aplica.

Fonte: Comexstat. Elaboração: Centro Internacional de Negócios da FIEC.

## ▶ IMPORTAÇÕES CEARÁ X COREIA DO SUL

SETORES IMPORTADOS CEARÁ X COREIA DO SUL			
Setores	2021 (US\$) FOB	Part <sup>a</sup> 2021	Variação 21-20
Produtos diversos das indústrias químicas	5.273.880	23%	-14%
Produtos cerâmicos	4.232.665	18%	-24%
Reatores nucleares, caldeiras, máquinas, aparelhos e instrumentos mecânicos, e suas partes	3.834.976	16%	90%
Alumínio e suas obras	2.912.620	12%	-54%
Obras de pedra, gesso, cimento, amianto, mica ou de matérias semelhantes	1.284.018	5%	4056%
Plásticos e suas obras	1.127.863	5%	75%
Tecidos de malha	1.078.231	5%	5%
Ferro fundido, ferro e aço	847.801	4%	75%
Máquinas, aparelhos e materiais elétricos, e suas partes; aparelhos de gravação ou de reprodução de som, aparelhos de gravação ou de reprodução de imagens e de som em televisão, e suas partes e acessórios	689.619	3%	157%
Produtos químicos orgânicos	450.976	2%	-33%
Demais Setores	1.634.656	7%	-22%
<b>Total</b>	<b>23.367.305</b>	<b>100%</b>	<b>-8%</b>

Fonte: Comexstat. Elaboração: Centro Internacional de Negócios da FIEC.

RELAÇÕES  
COMERCIAIS

# COREIA DO SUL

PRODUTOS IMPORTADOS CEARÁ X COREIA DO SUL

Produtos	2021 (US\$) FOB	Part <sup>a</sup> 2021	Varição 21-20
Outros concretos e composições semelhantes, refratrários	3.234.242	14%	-4%
Ligas de alumínio, em formas brutas	2.911.653	12%	-54%
Outros tijolos refratrários magnesianos ou à base de óxido de cromo	2.729.131	12%	-14%
Outros cimentos e argamassas, refratrários	1.668.737	7%	-33%
Obras que contenham magnesita, dolomita ou cromita, crus, aglomerados com aglutinante químico	1.253.262	5%	*
Outros produtos cerâmicos refratrários, que contenham, em peso, mais de 50 % de alumina (Al <sub>2</sub> O <sub>3</sub> ) ou de uma mistura ou combinação de alumina e sílica (SiO <sub>2</sub> )	1.152.506	5%	3%
Outros mancais sem rolamentos	726.772	3%	*
Ferro-vanádio	611.565	3%	*
Redutores, multiplicadores, caixas de transmissão e variadores de velocidade, incluindo os conversores de torque	467.756	2%	1405%
Outros tecidos de malha-urdidura (incluindo os fabricados em teares para galões), exceto os das posições 60.01 a 60.04, de fibras sintéticas, tintos	454.763	2%	156%
Demais Produtos	8.156.918	35%	-6%
<b>Total</b>	<b>23.367.305</b>	<b>100%</b>	<b>-8%</b>

Referência: (\*) Não se aplica.

Fonte: Comexstat. Elaboração: Centro Internacional de Negócios da FIEC.

MUNICÍPIOS IMPORTADORES CEARÁ X COREIA DO SUL

Municípios	2021 (US\$) FOB	Part <sup>a</sup> 2021	Varição 21-20
São Gonçalo do Amarante - CE	19.561.283	84%	-9%
Itapipoca - CE	766.027	3%	52%
Quixeramobim - CE	493.279	2%	-30%
Pentecoste - CE	469.465	2%	32%
Maracanaú - CE	442.319	2%	-32%
Sobral - CE	361.604	2%	-30%
Caucaia - CE	352.225	2%	1124%
Brejo Santo - CE	265.873	1%	571%
Fortaleza - CE	262.461	1%	2%
Horizonte - CE	201.474	1%	12%
Demais Municípios	191.295	1%	-64%
<b>Total</b>	<b>23.367.305</b>	<b>100%</b>	<b>-8%</b>

Obs: Os dados de comércio exterior do campo "Municípios" se referem ao código do município cadastrado como domicílio fiscal da empresa responsável pela operação de exportação ou importação. Por essa razão, os valores podem divergir dos demais dados do estudo.

Fonte: Comexstat. Elaboração: Centro Internacional de Negócios da FIEC.

 (85) 4009.6300  [www.cin-ce.org.br](http://www.cin-ce.org.br)  /CinFIEC



**CIN**

Centro Internacional de Negócios  
do Ceará

**FIEC**

Federação das Indústrias do Estado do Ceará

PELO FUTURO DA INDÚSTRIA