

KPOP: MODA, MÚSICA E ESTILO DE VIDA

Kpop: fashion, music and lifestyle

Doria, Scarllet Ramos; Graduação; Pontifícia Universidade Católica do Paraná,
scarlletdoria@yahoo.com.br
Duarte, Gabriela Garcez; Mestre; Pontifícia Universidade Católica do Paraná,
gabriela.garcezduarte@gmail.com
Grupo de Pesquisa Tendências em Design

Resumo: O trabalho apresenta uma análise do estilo de vida da subcultura Kpop, na cidade brasileira de Curitiba (PR). É observada a sua relação com a música, o vestuário, o circuito e as manchas urbanas, meios pelos quais é evidenciada a globalização desta cultura de origem sul-coreana. Os dados são levantados por entrevistas quantitativas e qualitativas via internet e também por etnografia na “mancha urbana” que se destaca na cidade: o Museu Oscar Niemeyer.

Palavras chave: Kpop; subculturas; manchas urbanas.

Abstract: The work presents an analysis of Kpop subculture' life style, in the Brazilian city, Curitiba (PR). Its observed their relation with the music, the outfit, the circuit and the urban mound, ways that evidenced their globalization. The data are collected through quantitative and qualitative interviews via the internet and also by ethnography on the “urban mound” that stands out in the city: the Oscar Niemeyer Museum.

Keywords: Kpop, subculture, urban mounds.

Introdução

Este trabalho é o relatório final da pesquisa de Iniciação Científica 2016/2017 cujo objetivo principal é estudar os jovens que se apropriam da cultura sul-coreana em Curitiba e são conhecidos como *Kpoppers*. Para isso é analisado o papel da globalização e o seu reflexo no espaço urbano, bem como no consumo de moda.

De acordo com o site Use Fashion e com a observação das notícias em outras mídias, o *Kpop* é um gênero musical com raízes na Coreia da Sul, proveniente da mistura de vários ritmos como pop, rock, eletrônico, rap, hip hop

e R&B. Suas principais características são as músicas dançantes e coreografias, assim como artistas com visuais altamente produzidos.

O *Kpop* tornou-se um fenômeno mundial a partir de 2009 e sua expansão no Brasil veio crescendo desde então. A “Hallyu” ou Onda Coreana, é o termo que a mídia usa para se referir à crescente invasão sul coreana no mundo. O termo foi apresentado no final de 1990, por jornalistas chineses que ficaram surpresos com o sucesso deste tipo de entretenimento em seu país (PUTZILLA, 2017).

Os fãs são chamados de *Kpoppers*, possuem em sua maioria de 14 a 24 anos de idade e se interessam ainda por outras vertentes da cultura oriental. Os Doramas, definição para séries de televisão oriental, seja ela *K-Drama* (coreano), *J-Drama* (japonês), tem feito sucesso por toda a Ásia e tornaram-se populares entre esses jovens. A maioria dos cantores de *K-pop* também atuam nas carreiras de atores e modelos, por isso muitos deles participam dos *K-Dramas*, e isso acaba impulsionando o sucesso das séries, já que os fãs são fiéis seguidores dos seus ídolos.

Subculturas e estilo de vida

Segundo Helena Abramo (1994), a formação dos grupos subculturais se dá por um ideal em comum, um líder ou qualquer outro elo central podendo ser também um meio musical. Grande parte dos jovens possui a necessidade de diferenciação entre si, seja por meio da moda, da música ou de outros hábitos de consumo. O indivíduo busca sua identidade em comum a grupos com a mesma aspiração, tornando assim, a individualização algo paradoxal pois, ao mesmo tempo em que se busca uma diferenciação, está se fazendo parte de um grupo.

Por estarem ligadas ao vestuário e aos elementos de moda, as subculturas marcam épocas com uma linguagem diferenciada do *stablishment*. Elas se constroem, principalmente no tempo de ócio e espaços públicos por meio também de atividades de diversão, tendo muitas vezes, como forte elo a música. (ABRAMO, 1994).

Os locais públicos oferecem, além do lazer, uma maior exposição do indivíduo. Somado a isso, consumir roupas adequadas transforma-se em uma condição de circulação nesses espaços. José Guilherme C. Magnani (2007) utiliza o termo “circuitos” para designar o uso do espaço e dos seus mobiliários urbanos que possibilita aos jovens socializar por meio de encontros. É um termo mais abrangente e por isso o autor também utiliza o termo “manchas urbanas” para identificar “áreas contíguas do espaço urbano dotadas de equipamentos que marcam seus limites e viabilizam uma atividade ou prática predominante” (pág.20, 2007). A mancha une um conjunto de estabelecimentos e serviços de gosto particular dos frequentadores, um espaço urbano mais particular, um ponto de referência, estreitamente ligado à dinâmica do grupo que com ele se identifica. O autor considera os circuitos e os espaços urbanos onde os indivíduos circulam parte importante para distinção de estilos e formação de subculturas nos centros urbanos.

De acordo com Ortiz (1994) muitas dessas subculturas começam a se construir a partir da mundialização, a qual desconstrói os limites nacionais. Dentro disso, a tecnologia é um fator importante, pois, ao aproximar as pessoas, torna o mundo cada vez “mais pequeno e idêntico”.

A difusão da subcultura sul-coreana

O *Kpop* se expandiu nos últimos anos via Internet e mídias sociais graças aos próprios fãs. A grande popularidade de vídeos musicais de *Kpop* no site de compartilhamento YouTube pode ser considerado como um indicador do sucesso global do *pop* coreano (CORDEIRO, 2013). Abaixo, verifica-se a quantidade de curtidas (um artifício da página para usuários mostrarem que gostaram do conteúdo) em vídeos de grupos musicais de *Kpop* atuais.

Tabela 1: Os 10 vídeos de Kpop mais populares do Youtube com o número de visualizações.

 Os 10 vídeos de Kpop mais populares			
1	PSY - Gangnam Style 2.886.650.387 visualizações	6	PSY (ft. CL of 2NE1) - Daddy 281.724.673 visualizações
2	PSY - Gentleman 1.088.720.534 visualizações	7	BIGBANG - BANG BANG BANG 242.498.699 visualizações
3	PSY (ft. Hyuna) - Gangnam Style 693.471.319 visualizações	8	TWICE - TT 223.024.503 visualizações
4	BIGBANG - Fantastic Baby 302.309.405 visualizações	9	Girls' Generation - I Got I Boy 192.301.263 visualizações
5	PSY (ft. Snoop Dogg) - Hangover 297.806.802 visualizações	10	TWICE - CHEER UP 186.633.617 visualizações

Fonte: Elaborada pelo autor

Existe ainda, uma disseminação da cultura por meio da formação de grupos de dança e de grupos *cover* de *boy bands* ou *girl bands* como são chamados os grupos femininos e masculinos de *Kpop*. Fazem parte desse movimento eventos de competição ou exibição nas rodas de amigos e nos encontros de entretenimentos abertos ao público no geral.

Localmente, em Curitiba (PR), o público é percebido de maneira significativa e a cidade oferece uma variedade de eventos e produtos para os membros da subcultura, como será exposto nesta pesquisa. Existe uma facilidade em encontrar indivíduos com o estilo *Kpopper* na cidade, frequentando os circuitos, manchas ou sendo notificado por publicações na internet.

***Kpop* em Curitiba**

O Museu Oscar Niemeyer é, desde a eminência dessa cultura juvenil na cidade, o principal ponto de encontro dos *Kpoppers*. Isso se dá aparentemente não apenas pelo museu ser um espaço público, mas especialmente porque há uma grande área com vidros que são utilizados como espelhos para ensaiar as coreografias. Essa movimentação atrai o interesse e a curiosidade das pessoas que passam pelo local e conseqüentemente conhecem o *Kpop*. Observado isso, nota-se que o M.O.N. carrega a característica de uma “mancha urbana”, pois como aponta Magnani (2007, p. 20), a “mancha” é mais aberta e oferece

possibilidades de encontro para diversos frequentadores, sem saber ao certo o que ou quem vai se encontrar.

O encontro no M.O.N. se torna algo mais casual, pois, apesar de todos estarem bem arrumados, o vestuário para essa ocasião de prática de dança necessita de conforto. O vestuário dos *Kpoppers* ali presentes possui algumas características marcantes. O traje feminino com suas peças que misturam referências dos uniformes colegiais da Coreia do Sul é bem comum. São compostos em sua maioria por: tênis, shorts ou saia, camiseta e blusa amarrada na cintura. Elas usam meias-calças três-quartos nas cores preta ou branca. O uso da saia de pregas é também característico nesses uniformes. Os meninos também optam por peças confortáveis como tênis, calça e camiseta. O que chama mais a atenção no visual dos rapazes são os cabelos coloridos. O interessante é que em alguns momentos, peças de roupa e acessórios diziam respeito a ambos os gêneros, como por exemplo, camisas xadrez, jaquetas *bomber*, bonés e camisetas com estampas de grupos de *Kpop*, como BTS e EXO. Isso se deve ao fato de que alguns grupos produzem peças iguais às das bandas das quais são fãs, com as suas logo marcas, para usar nas apresentações e durante os ensaios.

Além dos encontros no M.O.N., eventos em outros locais são oferecidos ao público. Eles têm como atração principal os concursos de dança, com categoria grupo e *solo*. Os grupos *cover* buscam popularidade por suas contas oficiais no Youtube e Facebook, como evidenciado na tabela abaixo, que contém uma lista de grupos *covers* de Curitiba e o número de curtidas na rede social Facebook:

Tabela 2: Lista de grupos covers de *Kpop* de Curitiba e número de curtidas na página oficial do Facebook

Grupos covers de <i>Kpop</i> de Curitiba					
	ATLAS Dance Group 3231 curtidas		Lunna 847 curtidas		Showdown 1174 curtidas
	Beat Eaters 1413 curtidas		Oh Girls 666 curtidas		Sorjilleo 713 curtidas
	BreakSystem 1166 curtidas		One Destiny 76 curtidas		Taly 346 curtidas
	Candy Machine 87 curtidas		Pandora 1414 curtidas		Wicked Girls 581 curtidas
	Fantastic Babies 1343 curtidas		Rebirth 657 curtidas		Wondrus 1DS 146 curtidas
	Lotus Dance Group 347 curtidas		Sheen Dance Team 2285 curtidas		

Fonte: Elaborada pelo autor

Além da procura pela dança, o público movimenta também restaurantes especializados em culinária sul-coreana e escolas de idiomas. Dados do Centro Ásia, escola de línguas orientais de Curitiba, mostram que a procura por cursos de dança de *Kpop* e de língua coreana aumentaram 50% do ano de 2016 para o ano de 2017. (BEM PARANÁ, 2017)

Discussão

Os *kpopers* têm como conexão central a música, o gênero musical *Kpop* é o principal motivo pelo qual eles se reúnem. São a temática central de grande parte da sociabilidade que acontece entre eles: o próprio ouvir música, a prática da dança e as festas, bem como os artigos de moda que são quase réplicas do estilo dos *idols*. As relações dessa subcultura com o “estilo espetacular” que se diferencia por meio da música, vestuário, e comportamento, vão de acordo com as análises levantadas por Helena Abramo (1994) em sua pesquisa com os jovens *punks*.

Abramo (1994) afirma que os *punks* viveram uma luta contra a mídia e a indústria cultural, para evitar a mudança de seu estilo para modismo. Porém, diferentemente desta subcultura, para os *kpopers* curitibanos a difusão de seus hábitos de consumo é vista de forma positiva. A entrevistada Ana Gabriele Brito (2017) afirma, por exemplo, que o crescimento do *Kpop* em

Curitiba é bom não só para os fãs, porque fornece maior variedade de eventos e produtos na cidade, mas também pela oportunidade que o público encontra para fazer novas amizades.

Segundo Ortiz (1994), grande parte dos jovens buscam compartilhar algumas preferências de bens entre si, como por exemplo: vestuário, ídolos da música *pop*, pôsteres e objetos de artistas. Esses elementos instituem a identidade desses jovens e conecta os indivíduos que se encontram dispersos.

O número de adeptos ao estilo de vida *kpopper* vem crescendo em relação ao ano de 2009 na cidade de Curitiba, é possível notar que a divulgação da subcultura dá-se através da internet, principalmente por meio das redes sociais. Por se tratar de uma subcultura de origem internacional, os adeptos da cultura sul-coreana dependem da internet para obter conteúdo e para difusão do estilo. Conforme Ortiz (1994, p. 31) as tecnologias de comunicação, ao aproximarem as pessoas, tornaria o mundo cada vez mais “pequeno e idêntico”.

Todavia, como já foi colocado, fica evidente o M.O.N. como uma mancha urbana que é bastante responsável pelo crescimento do número de indivíduos que se apropriam da cultura sul-coreana na cidade. O autor Magnani (2007) coloca que os equipamentos desses espaços públicos são essenciais na escolha do público pelo local de encontro.

Conclusão

Essa conexão entre jovens e o *Kpop* é ampla e bastante significativa, pois se pode perceber um elo passional não apenas com a música, mas também com outras vertentes da cultura sul-coreana, como a língua, a culinária, a literatura e o cinema. Essa amplitude de elementos que eles consomem transforma o *Kpop* em um estilo de vida subcultural, uma vez que ainda não é comum para grande parte dos consumidores de massa.

Apesar de a música ser o principal propulsor do *Kpop*, nota-se que o vestuário ganha destaque como meio de expressão visual. A mesma entrevistada citada acima, que é *kpopper* e dançarina, declarou que grande

parte do seu guarda roupa é inspirado nos cliques de *Kpop*. Além de usar peças inspiradas nos ídolos, acaba usando-as em seu dia a dia e sente falta de ter mais possibilidades de aquisição deste estilo:

Eu me identifico muito com a maneira que os *k-idols* se vestem, mas sinto falta de marcas em Curitiba que ofereçam um vestuário semelhante ao sul-coreano, quando vou comprar roupa às vezes levo a foto de um look para procurar algo semelhante em lojas de departamento (BRITO, 2017).

A cena *Kpopper* em Curitiba passou a ser percebida como uma oportunidade para novos negócios e eventos na região, desde 2013 que o número de festas e feiras destinadas ao público cresceu e vem acontecendo frequentemente.

Os momentos de ócio dos jovens são ainda o principal motivador das reuniões do grupo e, na capital paranaense, os indivíduos se reúnem principalmente para dançar e socializar com outros membros que simpatizam com a subcultura. Com isso, o Museu Oscar Niemayer se tornou referência quando se trata de encontros de *kpoppers* na cidade.

Percebe-se neste estudo, um efeito da mundialização defendida por Ortiz (1994), que é a transição das referências visuais e culturais sul-coreanas para o estilo de vida *kpopper* em Curitiba, entretanto adaptado para o clima e o contexto social brasileiro.

Referências

ABRAMO, Helena W. **Cenas juvenis: punks e darks no espetáculo urbano**. São Paulo: Scritta, 1994.

BEM PARANÁ. **Invasão coreana toma conta de Curitiba**. Disponível em <<http://www.bemparana.com.br/noticia/491311/invasao-coreana-toma-conta-de-curitiba>> Acesso em 19 de maio de 2017.

CORDEIRO, Talita Gomes de Oliveira. **O fenômeno do k-pop no Brasil: práticas de lazer a partir da web 2.0**. Trabalho de conclusão de curso apresentado à Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de

São Paulo. São Paulo, 2013. Disponível em
<<http://pt.scribd.com/doc/143405739/TCC-Talita-Cordeiro-OFenomeno-Do-K-Pop-No-Brasil-2013#scribd>>. Acesso em 04 de junho de 2017.

FACEBOOK. **Prefeitura de Curitiba.** Disponível em <
<https://www.facebook.com/PrefsCuritiba/>> Acesso em 14 de maio de 2017.

GUILHERME CANTOR MAGNANI, José; MANTESE DE SOUZA, Bruna (orgs.). **Jovens na Metrópole: etnografias de circuitos de lazer, encontros e sociabilidade.** São Paulo: Editora Terceiro Nome, 2007.

ORTIZ, Renato. **Mundialização e cultura.** São Paulo: Brasiliense, 1994.

PUTZILLA. **Hallyu - a onda coreana.** Disponível em <
<http://www.putzilla.net.br/hallyu-a-onda-coreana/>>. Acesso em 04 de junho de 2017.

USEFASHION. **K-pop.** Equipe de Pesquisa UseFashion, 2014



APOIO



REALIZAÇÃO

