



**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E  
TECNOLOGIA DE SANTA CATARINA CAMPUS  
JARAGUÁ DO SUL - CENTRO PROGRAMA DE  
INICIAÇÃO CIENTÍFICA “CONECTANDO SABERES”  
INTEGRADOS EM QUÍMICA**

EDUARDO ZALTRON

HENRIQUE GONÇALVES GOETTEN

LUCAS ADALBERTO DA SILVA

LUCAS ALEXANDRE NUNES

SANDY ROBERTA CECCONI DE PAULA

VITOR LUCAS DE OLIVEIRA MACHADO

## **K-POP: O olhar do anti-fã sobre o kpopper**

**JARAGUÁ DO SUL**

**2019**

**Instituto Federal de Santa Catarina**

**Câmpus Jaraguá do Sul-Centro**

**EDUARDO ZALTRON**

**HENRIQUE GONÇALVES GOETTEN**

**LUCAS ADALBERTO DA SILVA**

**LUCAS ALEXANDRE NUNES**

**SANDY ROBERTA CECCONI DE PAULA**

**VITOR LUCAS DE OLIVEIRA MACHADO**

## **K-POP: O olhar do anti-fã sobre o kpopper**

Projeto de pesquisa Conectando Saberes, do Curso Técnico em Química, Modalidade Integrado, primeira fase. Orientado pela professora Caroline Weiberg.

**Jaraguá do Sul**

**2019**

## SUMÁRIO

<b>1. TEMA.....</b>	<b>4</b>
<b>2. DELIMITAÇÃO DO TEMA.....</b>	<b>4</b>
<b>3. PROBLEMA.....</b>	<b>4</b>
<b>4. HIPÓTESES.....</b>	<b>4</b>
<b>5. OBJETIVOS.....</b>	<b>4</b>
5.1 Objetivo geral.....	4
5.2 Objetivos específicos.....	5
<b>6. JUSTIFICATIVA.....</b>	<b>5</b>
<b>7. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....</b>	<b>6</b>
7.1 K-Pop.....	6
7.1.1 Abrangência do K-Pop na mídia, K-Pop Star.....	7
7.2 O primeiro grupo de K-Pop.....	8
7.3 Alteridade.....	8
7.4 Indústria Cultural.....	9
7.5 K-Idols.....	9
7.6 Fãs.....	10
7.7 Anti-Fã.....	10
<b>8. METODOLOGIA.....</b>	<b>11</b>
<b>9. CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO.....</b>	<b>12</b>
<b>10. REFERÊNCIAS.....</b>	<b>13</b>
<b>11. APÊNDICES.....</b>	<b>15</b>

## **1. Tema**

Cultura pop asiática

## **2. Delimitação do tema**

K-Pop

## **3. Problema**

Atualmente, percebe-se que o fenômeno K-Pop está em ascensão no mundo e que conquista cada vez mais fãs, chamados de K-Poppers. Contudo, também vem conquistando cada vez mais *haters*, os chamados anti-fãs. Entender a concepção da cultura Pop-Coreana através do olhar do anti- fã.

## **4. Hipóteses**

- Há preconceito contra fãs e/ou cantores de K-pop;
- Quem não gosta de K-pop, muitas vezes, é confundido com anti-fã;
- Há discriminação de anti-fãs e não fãs contra homens que gostam de K-pop;
- Os anti-fãs criticam na maioria das vezes os K-Idols que são do gênero masculino;
- Um anti-fã pode tornar-se fã a partir do contato com o K-pop por meio do abandono de seus conceitos prévios;
- Os K-Idols que são homens têm sua sexualidade posta em dúvida, sendo o alvo principal do preconceito.
- Buscar compreender o olhar dos anti-fãs sobre os K-Poppers.

## **5. Objetivos**

### **5.1 Objetivo geral**

Compreender como os sujeitos que não são fãs de K-pop percebem os K-poppers.

## 5.2 Objetivos Específicos

- Compreender a inserção da cultura do K-pop em Jaraguá do Sul;
- Participar de eventos de K-pop para imergimos na cultura K-Pop;
- Compreender o fenômeno da onda coreana a partir da Indústria Cultural;
- Problematizar a questão do artista como produto formado a partir de um modelo de beleza eurocêntrico;
- Tentar compreender o pensamento de fãs (Kpoppers) e *haters* (anti-fãs) sobre a cultura K-Pop.

## 6. Justificativa

Domingo no shopping, música alta e muitas pessoas animadas, várias segurando bandeiras em miniatura da Coreia do Sul, esse foi o cenário do KVent<sup>1</sup>. O KVent é um evento anual baseado no K-Pop que teve sua última edição no dia 10 de março de 2019. Ele é uma espécie de campeonato de coreografias na qual 3 (três) júris decidem os três colocados que serão premiados com objetos temáticos coreanos. O evento aconteceu no Jaraguá do Sul Park Shopping em Jaraguá do Sul e atraiu jovens principalmente da faixa etária entre 11 e 19 anos, sendo uma parcela deles participantes do campeonato. A maior parte dos adultos que estavam no evento ou era integrante da *staff*<sup>2</sup> ou estava lá para acompanhar seus dependentes menores de idade. Os participantes, em sua maioria utilizando vestes “*hanbok*” no estilo pop sul-coreano (mini-vestidos, roupas anos 80, calças e cabelos coloridos e camisetas com os logos dos grupos) apresentam suas coreografias enquanto a maioria dos espectadores acompanham a apresentação dançando e cantando no ritmo das músicas. Nos intervalos das apresentações, há pequenas competições de conhecimento das músicas e dos cantores sul-coreanos, onde aparecem as fotos dos ídolos, são tocados trechos de música e apresentados fragmentos de videoclipes para que o público, sendo ele participantes dos grupos covers ou apenas espectadores. Os vencedores são premiados com placas temáticas decorativas.

K-Pop, abreviação inglesa para *Korean Popular*, é um gênero musical originado na Coreia do Sul, baseado em elementos audiovisuais diversos. Segundo o jornal Gazeta do Povo, pelo mundo, o K-Pop faz parte da “onda *Hallyu*” e musicalmente pode ser considerado uma releitura do hip-hop americano pelas melodias “pegajosas” e batidas aceleradas e dançantes.

---

<sup>1</sup> Para os termos em outro idioma, o grupo criou um glossário que se encontra no Apêndice A.

<sup>2</sup> membros da organização do evento

As músicas do K-Pop, geralmente bastante agitadas, estavam presentes no evento, suas letras algumas vezes com conotação sensual (letras de músicas obscenas) se relacionavam com os movimentos da dança que expressavam sentimentos de excitação, como passadas de mão sobre os corpos dos dançarinos. Dentre as pessoas que passavam e observavam o evento - antes provavelmente desconhecido - muitas apresentavam um olhar confuso e algumas observavam e diziam coisas como uma mulher segurando mão de uma criança “Olha filha, que meninas bonitas!”. Segundo o organizador do evento, em conversa com os integrantes do grupo, o evento começou com 20 inscrições e 105 pessoas como público. Já na terceira edição (2019) participaram 150 pessoas e 46 se inscreveram apesar de apenas 18 vagas estarem disponíveis.

O KVent é um evento em que pessoas que gostam de K-pop (música popular na Coreia do Sul) se reúnem para cantar, dançar e apresentar as coreografias de grupos famosos. Grande parte das apresentações foram realizadas por garotas, dando a entender que o K-Pop é mais popular entre o gênero feminino, pelo menos na região.

Os pais ou responsáveis pelos participantes não demonstraram muito conhecimento sobre o assunto e alguns até não apoiavam a ideia de tal cultura, pois, segundo conversas informais dos pesquisadores com os participantes (APÊNDICE B), estes não expressaram conhecimento ou interesse sobre o tema. Apesar de alguns não apoiarem a ideia da cultura K-Popper, outros a apoiavam e incentivavam seus dependentes.

## **7. Fundamentação teórica**

### **7.1 K-pop**

Kpop é o nome dado ao fenômeno musical que expandiu a cultura pop sul-coreana para o mundo.

Surgiu no fim da década de 1990. Enquanto a vizinha, Coreia do Norte, ameaça destruir a civilização ocidental com suas armas nucleares, a Coreia do Sul conquistou o coração de milhões de jovens exportando sua peculiar música pop e os valores culturais que a tangenciam. (Gazeta do Povo s/p, s/d).

Mas por que se tornou tão popular? O que o K-Pop tem de tão especial que fez atrair tantos fãs? Existem várias hipóteses sobre o assunto, por exemplo: a música “chiclete” com ritmos agradáveis, o visual dos k-idols, a relação dos cantores com os fãs através dos *fanmeetings*, os *fansigns* e os *showcases*, os artistas são bastante atenciosos com os fãs. Agora a pergunta é: o que é *fanmeeting*, *fansing* e *showcase*?

Bom, o fansign é basicamente um encontro onde os idols dão autógrafos e trocam palavras com as fãs, às vezes podendo ganhar um abraço, um beijo na bochecha ou uma foto com o artista. O *fanmeeting* de acordo com o blog BTS Notícia é o “encontro dos *idols* com seus fãs, onde eles apresentam poucas músicas, pois o evento é mais voltado para o contato e diálogo com o público” (2017), nesse tipo de evento os artistas brincam com os fãs e respondem perguntas, podendo trazer fãs até o palco. Já o *showcase* é um pequeno show que acontece em épocas de *debut* e *comeback* onde eles apresentam novas músicas ou alguns, resumidamente serve para mostrar o trabalho atual dos grupos, então raramente músicas já lançadas são tocadas nesses eventos. Existe também o *high touch* que é um evento onde os idols ficam enfileirados com a palma da mão aberta e os fãs passam podendo dar aquele famoso “toca aqui”, mas não é permitido nenhum outro tipo de contato com os cantores. O show é o pacote completo, podem ser tocadas tanto músicas atuais quanto músicas antigas, além de ter uma produção maior e destaca-se entre todos os outros eventos. O *pocketshow* é um evento de curta duração (não passando de uma hora) que são realizados dentro de outros eventos, como inaugurações de lojas, parques etc. As *lives* são bem comuns, não são eventos, mas sim vídeos transmitidos ao vivo que podem mostrar algum evento ou apenas os *idols* contando sobre seu dia, estas transmissões são feitas por redes sociais, televisão ou aplicativos.

### **7.1.1 Abrangência do K-Pop na mídia, K-Pop Star**

Quando falamos de mídia nos referimos às mídias mais atuais que são YouTube, Facebook, Instagram, canais de tv, revistas, blogs. De acordo com o site Aminoapps, a maior agência de talentos da Coreia do Sul, a S.M. Entertainment, foi fundada em 1995. Ela é “Conhecida por ser a agência de grupos como EXO, Girls’ Generation, Super Junior, SHINee, SM Town, TVXQ, f(x), NCT, Red Velvet, SM Rookies, BoA e outros mais” (AMINOAPPS, s/d, s/p).

No fim dos anos 90 surgiram as agências: YC Entertainment, conhecida por ser a agência de grupos como 2NE1, Black Pink, Big Bang, Winner, iKon e outros mais; DSP Media, conhecida por ser a agência de grupos como Kara, A-Jax, SS501, Rainbow, Click-B e outros mais; e JYP Entertainment, conhecida por ser a agência de grupos como Got7, 2PM, TWICE, Miss A, Wonder Girls, 2AM, 4 Minute e outros mais.

Atualmente, o grupo mais popular e mais comentado é o BTS, um grupo composto por sete integrantes. O grupo debutou em 2013 com a música “No More Dream” e é composto de

sete integrantes: Rap Monster (Kim Namjoon), Jin (Kim Seokjin), Suga (Min Yoongi), J-Hope (Jung Hoseok), Jimin (Park Jimin), V (Kim Taehyung) e Jungkook (Jeon Jungkook).

O que é o K-Pop Star? Bom, é basicamente um reality show sul-coreano onde três agências de entretenimento da Coreia do Sul abrem inscrições para audições onde os participantes inscritos podem ser de qualquer lugar do mundo. O objetivo dessas audições é procurar novos talentos de grande potencial para serem lançados no mundo do K-Pop. Os testes preliminares são realizados nos seguintes continentes: América, Ásia, Europa e também em um pedaço da Oceania, Austrália. De acordo com o site Amino Apps,

O vencedor final é lançado pela empresa de sua escolha, juntamente com um prêmio em dinheiro de três centenas de milhões de won (aprox. \$ 300.000 dólares americanos), dois novos veículos, oportunidades para se tornar modelos de comerciais e atuar em dramas, além de outros benefícios.

## 7.2 O primeiro grupo de K-Pop

Segundo a revista galileu a história do K-Pop começou em 1992 com uma apresentação de uma banda chamada Seo Taiji and Boys.

No dia 11 de abril de 1992, Seo Taiji and Boys foi a um dos shows de talento apresentar o *single Nan Arayo (I Know)*. Com um ritmo que misturava o pop norte-americano moderno e a cultura sul coreana, a letra falava sobre angústias de adolescentes e a pressão social para ser bem-sucedido. Eles não só não ganharam o show de talentos, como foram eleitos a pior banda da noite. O público discordou. Em pouco tempo, a música foi para o topo das paradas, onde permaneceu por um recorde de 17 semanas. Em 1996, a banda resolveu parar enquanto ainda fazia sucesso e se aposentou. (REVISTA GALILEU, 2018 s/p)

Com a modernização do país e a redução na censura, as redes de televisão começaram a apresentar ao público músicas novas através de shows de talentos.

## 7.3 Alteridade

Para compreender melhor o assunto abordado neste trabalho precisa-se saber qual é o conceito de alteridade. Bom, a alteridade é basicamente o olhar do outro, ou seja, está ligada com a perspectiva. De acordo com o mini Aurélio, alteridade é “Caráter ou qualidade do que é outro” (p.36, 2010), resumidamente o conceito é o olhar do outro sobre determinado assunto, objeto ou indivíduo. Pode-se citar então o trecho do texto de Todorov, “Podem-se descobrir.... eu é um outro” (TODOROV, 1993, p.3). O problema de pesquisa do trabalho está diretamente

relacionado com a alteridade, pois o que se busca compreender é o olhar do anti-fã sobre o kpopper.

#### **7.4 Indústria cultural**

É um termo utilizado para a produção de cultura no nosso período capitalista, com o objetivo principal de obter lucro através de produtos que sejam consumidos em massa, idealizando padrões e extraindo potencial cultural e artístico, tornando-os consumíveis. Fazem-nos sentir satisfeitos, criando ilusões para assim não pararmos de consumir. De acordo com Coelho (1993, pág. 5), “A ‘indústria cultural’ é um daqueles objetos de estudo que se dão a conhecer para as ciências humanas antes por suas qualidades indicativas, ou aspectos exteriores, do que por sua constituição interior, estrutural.”

O K-pop se relaciona fortemente com a Indústria Cultural. Os k-idols são moldados por suas empresas, passando por vários treinamentos e testes antes de irem ao mercado. Suas músicas são analisadas para saberem se são consumíveis, pensadas para viralizar. Um grupo não surge de repente, precisam de empresas para os sustentarem, precisam de processos, sem isto, não há sucesso.

#### **7.5 K-Idols**

O termo K-idol refere-se a Korean Idol (ídolo coreano); os k-idols são celebridades do K-Pop. Porém antes do artista tornar-se um K-idol ele passa pela fase de trainee. Os trainees são indivíduos em período de treinamento antes do debut. De acordo com o site Amino Apps, “Durante esse período, os trainees recebem aulas e ensaiam diariamente para quem sabe um dia, estrelarem como grandes idols da música coreana.” (AMINO APPS, s/d, s/p). Ou seja, todo idol já foi trainee e durante essa fase eles tiveram rotinas cansativas trabalharam duro para poderem conquistar um legado. Porém, um trainee pode treinar bastante e acabar nunca atingindo o estrelato, o debut, seu início na carreira como artista de K-pop, não é garantido.

## 7.6 Fãs

Fã é uma pessoa dedicada a expressar sua admiração por uma pessoa, grupo, ideia, esporte ou objeto. No K Pop podemos destacar os fãs *sasaengs* por serem os mais “fanáticos”. Segundo o artigo Amor ou Fanatismo? O Problema das *Sasaengs* parte 1, *Sasaengs* são pessoas obcecadas pelo K-pop ou fãs extremos que perseguem seus ídolos e invadem sua privacidade. Os cantores dizem não gostar desse tipo de fã, pois segundo eles, lhes causam transtornos, problemas na mídia e dizem aterrorizá-los. G-Dragon, um membro do grupo BigBang, chegou a fazer uma postagem no Twitter com as seguintes palavras: “Nos últimos dias alguns jovens têm vindo a minha casa...todo caminho até ao meu portão... Posso perceber tudo, mas isto não está nada certo... Quando a minha mãe e minha irmã mais velha vêm tarde para casa ficam muito surpreendidas... não se escondam. Parem de vir a minha casa.”

## 7.7 Anti-Fã

É um termo dado às pessoas que não gostam de um grupo ou dos membros daquele grupo. Os anti-fãs são semelhantes aos fãs, mas enquanto um grupo admira, o outro ataca.

São pessoas que odeiam completamente o grupo/membro ou atrizes e atores. Alguns acham que seus *K-Idols* precisam ser melhores que os outros, e por isso a disputa entre elas. Os fãs são capazes de matar ou morrer pelos seus ídolos, e não medem força quando querem defender seus nomes, mas acontece que todo esse amor acaba virando hostilidade. (AMINOAPPS, s/d, s/p)

Os anti-fãs do gênero K-Pop se opõem aos K-Idols, que são os integrantes dos grupos de K-Pop; muitas vezes essa oposição se expande para os fãs de K-Pop. Segundo o site Aminoapps “Há vários grupos anti-fãs, de vários *K-Idols*, que se reúnem para xingar e denegrir suas imagens de todas as formas possíveis, muitos até dedicam suas vidas para buscar jeitos de prejudicar esses ídolos”. (AMINOAPPS, s/d, s/p)

Os ídolos que fazem sucesso Ásia afora são produtos moldados em agências de entretenimento. “O processo de formação dos grupos de pop coreano se dá em várias etapas,

consideradas ‘estratégias de gestão’ para conseguir colocar no mercado grupos fortes e que possam tentar se destacar em um mercado cada vez mais competitivo” (OPOVO, 2017, s/p).

## **8. Metodologia**

Como metodologia será utilizado o estudo de caso. De acordo com Yin, “A pesquisa de estudo de caso seria o método preferencial em comparação aos outros em situações nas quais as principais questões da pesquisa são 'como' e 'por quê?’” (YIN, 2015, p.2). Entrevistaremos uma estudante do Curso Técnico Integrado em Química que deixou de ser uma anti-fã para tornar-se fã de K-pop. O objetivo é entender este processo como também o que mudou no olhar dela para com o K-Pop.

Outra ação será realizar um grupo focal com anti-fãs de K-pop. Os integrantes do grupo serão selecionados a partir de um levantamento prévio. Grupo focal, de acordo com as autoras Lervolino e Pelicioni

É uma técnica de diagnóstico rápida e de baixo custo, utilizada para completar informações, conhecer atitudes, opiniões, percepções e comportamentos relativos à saúde; para desenvolvimento de programas e para avaliar recursos audiovisuais. A utilização desta metodologia tem se mostrado muito adequada para a fase de diagnóstico e outros eventos de Promoção da Saúde, conforme experiências relatadas que foram vivenciadas pelos autores. (LEVORVINO; PELICIONI, 2001, p.115)

Ainda, de acordo com as autoras, as principais características é que o grupo focal pode ser usado na compreensão das diversas percepções e atitudes em torno de um fato, prática, produto ou serviço. O método, em geral, não é considerado conveniente para estudar o intervalo que na qual certos modos de agir ou ideias se desenrolam. É formado por 6 a 10 participantes que não têm relações familiares. Tais participantes são escolhidos por demonstrar características em comum que se interligam com o tópico que está sendo investigado. Seu tempo médio é de uma hora e trinta minutos.

A coleta de dados através do grupo focal tem como base na tendência humana de gerar opiniões e atitudes na comunicação com os outros convidados. Por isso adotaremos este método de estudo. (LEVORLINO; PELICIONI, 2001)

As entrevistas serão transcritas de acordo com as normas da ABNT.



Apresentação final da pesquisa											X
--------------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	---

## 10. Referências

AMINOAPPS. Site. Tudo sobre Kpop. Disponível em:

<[https://aminoapps.com/c/kpoppt/page/item/tudo-sobre-k-pop/QQRv\\_7WHYIe4N1BGzgXN4xPRj8Bn7xgJWq](https://aminoapps.com/c/kpoppt/page/item/tudo-sobre-k-pop/QQRv_7WHYIe4N1BGzgXN4xPRj8Bn7xgJWq)>. Acesso em abr/2019.

AMINOAPPS. Site. Tudo sobre Kpop. Disponível em:

<[https://www.google.com/amp/s/aminoapps.com/c/kpoppt/amp/blog/anti-fa/bvKB\\_5kCoujNbZzK3R4E7odlXrK0nvYr3](https://www.google.com/amp/s/aminoapps.com/c/kpoppt/amp/blog/anti-fa/bvKB_5kCoujNbZzK3R4E7odlXrK0nvYr3)>. Acesso em mai/2019.

AMINOAPPS. Site. Conheça o Kpop Star. Disponível em:

<[https://aminoapps.com/c/kpoppt/page/blog/conheca-o-kpop-star/dEqe\\_5dCbuEW7qLbWEbRb1oo4kPGXgRXn2](https://aminoapps.com/c/kpoppt/page/blog/conheca-o-kpop-star/dEqe_5dCbuEW7qLbWEbRb1oo4kPGXgRXn2)>. Acesso em jun/2019.

AMINOAPPS. Site. A vida de um K-Idol é perfeita? Disponível em:

<[https://aminoapps.com/c/kpoppt/page/blog/a-vida-de-um-k-idol-e-perfeita/GBZb\\_pYUnuBVDkRZX51jl1Yadw5kJMalp](https://aminoapps.com/c/kpoppt/page/blog/a-vida-de-um-k-idol-e-perfeita/GBZb_pYUnuBVDkRZX51jl1Yadw5kJMalp)>. Acesso em jun/2019.

AURÉLIO, O minidicionário da língua portuguesa. 8ª edição revista, atualizada e ampliada – Curitiba: Positivo/2010.

BTS NOTÍCIA. Site. Fanmeeting, fansign, showcase... Entenda! Disponível em:

<<https://btsnoticia.wordpress.com/2017/02/27/fanmeeting-fansign-showcase-entenda/>>. Acesso em jun/2019.

COELHO, Teixeira. O que é Indústria Cultural. Indústria Cultural, Cultura Industrial/Teixeira Coelho. Coleção Primeiros Passos; 35ª edição. Editora Brasiliense – São Paulo, 1993.

COISAS DA COREIA. Site. Amor ou Fanatismo? – O problema das Sasaengs [Parte 1]. Disponível em:

<<https://coisasdacoreia.wordpress.com/2013/06/16/amor-ou-fanatismo-o-problema-das-sasaengs-parte-1/>>. Acesso em jun/2019.

COISAS DA COREIA. Site. Amor ou Fanatismo? – O problema das Sasaengs [Parte 2]. Disponível em:

<<https://coisasdacoreia.wordpress.com/2013/06/17/amor-ou-fanatismo-o-problema-das-sasaengs-parte-2/>>. Acesso em jun/2019.

GAZETA DO POVO. Curitiba, um pedacinho da Coréia do Sul em que o K-Pop corre solto. 2017. Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/viver-bem/comportamento/k-pop-a-coreia-do-sul-fica-no-centro-civico/>>. Acesso em abr/2019.

LERVOLINO, SA.; PELICIONI, MCF. A utilização do grupo focal como metodologia qualitativa na promoção da saúde. 2001. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/reeusp/v35n2/v35n2a03>>. Acesso em jun/2019.

OPOVO. Idols. Fabricação de ídolos para o mercado local e mundial. 2017. Disponível em: <<https://www.opovo.com.br/jornal/dom/2017/09/idols-fabricacao-de-idolos-para-o-mercado-local-e-mundial.html>>. Acesso em mai/2019.

REVISTA GALILEU. 5 fatos que você precisa saber para entender o fenômeno do K-Pop. 2018. Disponível em: <<https://revistagalileu.globo.com/Cultura/noticia/2018/07/5-fatos-que-voce-precisa-saber-para-entender-o-fenomeno-do-k-pop.html>>. Acesso em abr/2019.

ROBERT K. Yin. Estudo de Caso: planejamentos e métodos. Disponível em: <[https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=EtOyBQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=info:KEh80gY64IoJ:scholar.google.com/&ots=-k9oknz-uy&sig=ht0f3\\_C1a6rzfT3C5kYctP-oC6U#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=EtOyBQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=info:KEh80gY64IoJ:scholar.google.com/&ots=-k9oknz-uy&sig=ht0f3_C1a6rzfT3C5kYctP-oC6U#v=onepage&q&f=false)>. Acesso em mai/2019

TODOROV, Tzvetan. Á conquista da América: a questão do outro / Tzvetan Todorov; [tradução Beatriz Perrone Moisés], - São Paulo: Martins Fontes/1993.

## **11. Apêndices**

### **APÊNDICE A**

#### **GLOSSÁRIO**

Alter = O outro

Comeback = Volta do grupo com uma nova música

Debut = Estreia

Fanmeeting = Encontro de fãs

Fansing = Tarde de autógrafos

Hater = Odiador

Hanbok = Vestimenta tradicional coreana

Hallyu = Onda Coreana

High Touch = Toque de mãos

Idol = Ídolo(a)

K-Idol = Ídolo de K-Pop

Korean Popular = Popular Coreano

Kpopper = Fã de K-Pop

KVent = Evento de K-Pop

Live = transmissão ao vivo

Nan Arayo = Música lançada pelo grupo musical “Seo Taiji and Boys” (1992)

Pocketshow = Show de bolso/pequeno show

Sasaengs = Fãs de K-Pop excessivamente obcecadas

Showcase = Mostuário

Single = Música de divulgação cantada pelo artista individualmente

Staff = Funcionários

Tatis = Comunidade

**APÊNDICE B** - Transcrição das entrevistas informais realizadas no K-Vent dia 10 de março de 2019

#### **Entrevista 1**

##### **Entrevistada: 3ª colocada na competição de coreografia, 13 anos**

**Integrante 1** -Boa tarde! Nós do Instituto Federal estamos fazendo um trabalho sobre a cultura asiática...

**Integrante 2** - Queremos saber o que você acha da tal?

**Entrevistada 1** - Uuh... É que eu... Desculpa, é que eu não sei o que falar.

**Integrante 1** - Pode ficar bem calma, isso não será divulgado!

**Integrante 2** - É só para nós termos uma ideia para o nosso trabalho entende... Por quê você quis dançar no evento?

**Entrevistada 1** - Eu não sei... porque... isso é uma coisa que eu queria fazer há muito tempo, sabe. E também eu gosto bastante das músicas delas.

**Integrante 2** - Faz tempo que tu dança ou não? Foi em mais algum outro evento?

**Entrevistada 1** - Sim, uh... sempre que tem evento aqui eu vou!

**Integrante 1** - De que forma tu conheceu as músicas coreanas?

**Entrevistada 1** - Então, eh... eu seguia um canal de danças no youtube e um dia eu vi um cover delas, dessa música (referente à música de fundo, do grupo Got7), e eu comecei a acompanhar mais a cultura e as músicas... foi aí que eu conheci. em torno de 2014.

**Integrante 1** - Seus pais são aceitáveis à essa cultura?

**Entrevistada 1** - Sim! eles super me apoiam, gostam que eu venha nos eventos, que eu dance...

**Integrante 1** - Muito obrigado!

## **Entrevista 2**

### **Entrevistada 2: Cabelo curto azul e verde e veste coreana, 13 anos**

**Entrevistador 1** - Oi! Estamos passando aqui perguntando sobre a cultura asiática para um trabalho nosso e a gente queria saber, por quê você se interessa pelas músicas?

**Amiga da entrevistada com vestimenta brasileira**- Porque me faz bem! Além disso nesse evento tenho um monte de amigos então acaba me fazendo bem. E também me faz bem pela música!

**Entrevistador 2** - E tu, o que que tu acha?

**Amiga da entrevistada com vestimenta brasileira**- Eu não sou muito Kpopper mais não... não me pergunta.

**Entrevistador 2 (direcionado à Entrevistada 2)** - O teu pai e tua mãe te incentivam a dançar?

**Entrevistada 2** - Incentivam bastante! Eles que compram o figurino e tudo!

**Entrevistador 1** - Por onde tu descobriu sobre as músicas?

**Entrevistada 2** - Na verdade eu descobri vendo televisão... aí passou e eu vi! aí eu comecei a me interessar, eu fui pesquisar no youtube e aí eu conheci os eventos locais. E hoje eu tô aqui!

**Entrevistador 1** - Dá para ver que a cultura tem bastante impacto!

**Entrevistada 2** - Sim! Aqui em Jaraguá do Sul bastante, mas, em outros lugares eu já não sei. Mas nas outras cidades causa menos impacto por que tem menos população também.

**Entrevistador 1** - Já foi em algum outro evento?

**Entrevistada 2** - Já. Eu fui na Kplus e mais aqui.