



PRAJNA

revista de culturas orientais

**DOSSIÊ: “POLÍTICA, ENTRETENIMENTO E
INDÚSTRIAS CULTURAIS NAS COREIAS”**

LAPECO

アジア文化研究所
ウベコロ

JAN./JUN. 2025 / VOLUME 6 / NÚMERO 10

APRESENTAÇÃO DO DOSSIÊ “POLÍTICA, ENTRETENIMENTO E INDÚSTRIAS CULTURAIS NAS COREIAS”

Giovana Santana Carlos¹

Krystal Urbano²

Luisa de Mesquita³

Virgine Borges de Castilho Sacoman⁴

Nas últimas décadas, as Coreias consolidaram-se como um dos espaços mais relevantes para compreender as transformações contemporâneas da cultura, da política, da comunicação e das indústrias criativas em escala global. Se durante grande parte do século XX os fluxos culturais internacionais foram interpretados a partir de perspectivas centradas nos Estados Unidos e na Europa Ocidental, o século XXI tem sido marcado pela emergência de novos polos de produção simbólica capazes de disputar mercados, audiências e imaginários em diferentes regiões do mundo. Nesse contexto, a Coreia do Sul ocupa posição singular. A expansão global da Hallyu – Onda Coreana – transformou-se em um dos fenômenos culturais mais significativos da contemporaneidade, reconfigurando dinâmicas de circulação cultural e evidenciando a crescente influência das indústrias culturais do leste asiático na produção de bens simbólicos, estilos de vida e formas de pertencimento transnacionais.

Mais do que um conjunto de produtos culturais de sucesso, a Hallyu tornou-se um importante objeto de investigação para pesquisadores interessados nas relações entre cultura, mídia, tecnologia, economia e política. K-pop, K-dramas, K-filmes, K-food, K-beauty, Webtoon⁵ e outras manifestações associadas à cultura sul-coreana participam de um ecossistema complexo que articula estratégias econômicas, processos de mediação cultural, práticas de consumo, dinâmicas participativas e formas de projeção internacional. Ao mesmo tempo, o crescimento dos Estudos Coreanos em diferentes partes do mundo tem contribuído para ampliar as abordagens analíticas sobre esses fenômenos, permitindo que eles sejam compreendidos

para além das narrativas celebrativas frequentemente associadas ao sucesso global da cultura pop sul-coreana.

É neste cenário que se insere o dossiê “Política, Entretenimento e Indústrias Culturais nas Coreias”, organizado por Giovana Santana Carlos, Krystal Urbano, Luisa de Mesquita e Virgine Borges de Castilho Sacoman. Concebido como um projeto editorial desenvolvido ao longo de três edições consecutivas da *Prajna: Revista de Culturas Orientais*, o dossiê busca reunir pesquisas que investiguem as múltiplas interfaces entre cultura, comunicação, mídia, sociedade e política na Península Coreana e em seus circuitos transnacionais de circulação. A proposta nasceu do reconhecimento de que as Coreias constituem hoje um campo privilegiado para refletir sobre temas centrais da contemporaneidade, como globalização cultural, plataformas digitais, circulação transnacional de conteúdos, culturas participativas, diplomacia cultural, mobilidade internacional, identidades e disputas simbólicas. Ao longo das três edições previstas, pretende-se mapear diferentes perspectivas teóricas, metodológicas e empíricas que vêm contribuindo para a consolidação dos Estudos Coreanos no Brasil e na América Latina.

Ao propor este dossiê, as organizadoras buscaram reunir pesquisas que permitissem observar as Coreias para além de leituras restritas ao consumo cultural ou às narrativas celebrativas frequentemente associadas à expansão da Hallyu. O conjunto de trabalhos selecionados evidencia como entretenimento, tecnologia, comunicação, arte e política constituem dimensões profundamente articuladas, oferecendo perspectivas capazes de iluminar tanto especificidades do contexto coreano quanto processos mais amplos de transformação cultural em escala global.

O presente volume, o primeiro do dossiê, reúne contribuições que exploram diferentes dimensões das relações entre cultura e sociedade nas Coreias contemporâneas. Embora abordem objetos diversos, os artigos compartilham o interesse em compreender como produtos culturais, tecnologias de comunicação, práticas de fandom e experiências transnacionais participam da produção de sentidos, da construção de

identidades e da circulação de imaginários sobre as Coreias em diferentes contextos sociais e geográficos.

Abrindo o dossiê, Ana Paula Granados Flores, Rosario Barba González e José de Jesús Fernández Malváez apresentam o artigo “Gangnam Kpop Café: un fenómeno del Hallyu en Querétaro”. A partir de uma investigação etnográfica sobre um espaço cultural dedicado à cultura pop sul-coreana na cidade mexicana de Querétaro, os autores analisam como a Hallyu é apropriada, reinterpretada e incorporada às experiências cotidianas de seus públicos. O texto revela os hábitos de consumo dos frequentadores do café e situa sua existência no fluxo global da Hallyu, apontando que o engajamento com a cultura sul-coreana vai para além do consumo, traduzindo-se na criação de novos hábitos encarnados pelos proprietários e clientes do espaço investigado. O artigo evidencia a capacidade da cultura coreana de produzir formas de sociabilidade, pertencimento e identificação que ultrapassam os limites geográficos da Península Coreana, revelando as dinâmicas locais que acompanham os processos globais de circulação cultural.

Na sequência, Aline Corso, em “Do ruído à pausa, a antena se ajusta: Nam June Paik, Kim Namjoon e a linhagem crítica na geopolítica do sensível sul-coreano”, propõe uma reflexão original sobre as conexões entre arte, tecnologia e pensamento crítico na Coreia do Sul. Nesta cartografia sensível, a autora compara e contrasta o trabalho de Nam June Paik, pioneiro da videoarte e Kim Namjoom (RM), integrante do grupo BTS, argumentando que o estilo ruidoso da videoarte de Paik é atualizado e incorporado por RM em sua obra, servindo como inspiração para a circulação da Hallyu em plataformas digitais. O artigo amplia e atualiza a discussão sobre a Hallyu ao inseri-la em uma tradição mais ampla de produção artística e reflexão crítica, evidenciando continuidades e rupturas em diferentes momentos da história da produção cultural sul-coreana.

O artigo “A construção e a exportação da realidade na Coreia do Sul a partir dos K-dramas”, de Juliana Palmeirim da Silva e Helen Pinto de Britto Fontes, desloca o olhar para uma das mais influentes expressões da Hallyu. Ao discutir a trajetória histórica dos K-dramas, as autoras apresentam aos leitores

os impactos sociais associados com a circulação dos dramas para além da Coreia do Sul. Articulando conceitos como *nation branding* e *soft power*, o trabalho discute as maneiras pelas quais os K-dramas podem ser utilizados para formatar a imagem internacional da Coreia do Sul e os perigos associados aos resultados de tal prática. Ao analisar os K-dramas como dispositivos de construção simbólica, o texto evidencia seu papel na projeção cultural da Coreia do Sul e na difusão global de determinadas narrativas sobre modernidade, relações sociais e identidade nacional.

Em “Remediação dos quadrinhos nas telas dos smartphones: construções intermediáticas nos webtoons sul-coreanos”, Laiza Ferreira Kertscher, investiga as transformações narrativas e tecnológicas associadas ao desenvolvimento das webtoons. A partir de uma leitura crítica e semiótica desse formato de história em quadrinhos (HQ), a autora apresenta as particularidades dessas narrativas no ambiente digital, sua relação com as plataformas onde circulam e com a cultura sul-coreana de forma mais ampla. Ao analisar os processos de remediação e intermedialidade presentes nesse formato, o texto discute sobre as maneiras pelas quais os webtoons integram e rejeitam as formas midiáticas com as quais estão associados. O artigo evidencia a importância dos webtoons como expressão das dinâmicas contemporâneas de convergência midiática e inovação tecnológica.

As mediações promovidas pelos fãs brasileiros da cultura pop sul-coreana constituem o foco de “Nunca Pause o Jornalismo Alternativo: análise da organização Nunca Pause o MV (NPOMV) como mídia alternativa rizomática e contra-hegemônica”, de Louise Queiroga Max Marins. A partir de um estudo de caso sobre a organização criada e mantida por fãs brasileiros de K-pop, a autora examina formas alternativas de difusão de informações sobre a Hallyu, destacando o papel desempenhado por coletivo de fãs na produção e distribuição de notícias, traduções e conteúdos relacionados a Onda Coreana. Ao argumentar que o NPOMV deve ser entendido como um veículo de jornalismo alternativo com características rizomáticas e contra-hegemônicas, o artigo enfatiza o papel que o trabalho de fãs pode ocupar no ambiente informativo digital, produzindo conteúdo reflexivo e político.

Em “From Brazil with Hallyu: Female Empowerment and Radical Migration”, Ingyu Oh, Haerin Shin e Virgine Borges de Castilho Sacoman analisam as relações entre Hallyu, gênero e mobilidade transnacional. A partir de entrevistas com influencers brasileiros da Hallyu, os autores discutem como os processos de identificação com esse fenômeno cultural podem contribuir para trajetórias migratórias, construção de pertencimentos e projetos de vida baseados no interesse na cultura sul-coreana. O artigo oferece uma contribuição importante para os estudos da Hallyu, ao articular estudos migratórios e de gênero, evidenciando como o consumo cultural pode influenciar práticas e decisões que extrapolam o âmbito do entretenimento.

Encerrando o volume, Virgine Borges de Castilho Sacoman apresenta “Cultural Studies and Hallyu Phenomenon: uma entrevista com Ingyu Oh”. Ao longo da conversa, o pesquisador aborda sobre questões centrais para a compreensão da expansão da cultura pop sul-coreana, refletindo sobre os caminhos dos estudos da Hallyu a partir do seu percurso e trajetória acadêmica. O pesquisador também discute as transformações das indústrias culturais sul-coreanas, os papéis desempenhados pelos fandoms transnacionais e as semelhanças e diferenças entre audiências sul-coreanas e internacionais. A entrevista oferece ao leitor uma oportunidade ímpar de compreensão sobre os desafios e oportunidades teórico-metodológicas que atravessam o campo de pesquisa dos estudos da Hallyu, a partir do olhar de um dos pesquisadores mais influentes da área, ampliando e aprofundando debates presentes nos artigos que compõem esse dossiê.

Tomados em conjunto, os trabalhos reunidos na presente edição evidenciam a pluralidade de abordagens que hoje caracteriza os Estudos Coreanos. Entre espaços de sociabilidade, práticas artísticas, produtos audiovisuais, plataformas digitais, culturas participativas, experiências migratórias e formas alternativas de comunicação, os artigos demonstram que as Coreias constituem um campo privilegiado para refletir sobre as transformações da cultura e da comunicação em escala global. Mais do que observar fenômenos específicos, os textos aqui reunidos contribuem para compreender os modos pelos quais cultura, mídia e sociedade se articulam

na produção de sentidos e na configuração das dinâmicas contemporâneas de circulação cultural. Entretanto, este é apenas um esforço inicial no que diz respeito às diversas abordagens tomadas no campo de estudo sobre Coreias, campo marcadamente interdisciplinar, em que metodologias diferentes dialogam, unidas pelo interesse pelos diferentes aspectos das sociedades coreanas.

Ao inaugurar este projeto editorial, esperamos contribuir para o fortalecimento dos Estudos Coreanos no Brasil e na América Latina, estimulando novas agendas de pesquisa e ampliando os diálogos acadêmicos sobre as múltiplas relações entre política, entretenimento e indústrias culturais. Em um momento em que as Coreias ocupam posição cada vez mais relevante nos circuitos globais da cultura e da comunicação, torna-se fundamental produzir análises capazes de apreender a complexidade desses fenômenos e suas implicações sociais, culturais e políticas.

Agradecemos aos autores que confiaram seus trabalhos a este dossiê e à equipe editorial da *Prajna* pelo apoio na construção desta edição. Agradecemos, igualmente, àqueles que acompanham a trajetória da revista, fortalecendo os estudos sobre a Ásia no contexto acadêmico brasileiro.

Que este primeiro volume do dossiê seja também um convite para os próximos números e para novas reflexões sobre as múltiplas formas pelas quais as Coreias continuam a transformar e desafiar nossa compreensão da cultura, da comunicação e da sociedade contemporâneas.

As organizadoras.

NOTAS

¹ Giovana Santana Carlo é professora substituta na Universidade Federal de Pelotas (UFPel). ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-1439-646X>.

² Krystal Cortez Luz Urbano é doutora e professora da área da Comunicação da Universidade Federal Fluminense (UFF). ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0918-8383>.

³ Luisa Davi Oliveira de Mesquita é analista internacional e doutora em Relações Internacionais pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC/RJ). ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2382-6898>.

⁴ Virgine Borges de Castilho Sacoman é mestranda e doutoranda (MS-to-PhD) em Sociologia pela University of North Texas (UNT). ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9318-909X>.

⁵ Os termos fazem referência a diferentes produtos originados na Coreia do Sul. K-pop faz referência à indústria cultural de música pop na Coreia do Sul, conhecida por seu formato de treinamento extensivo de artistas em áreas como canto e dança. K-dramas são as séries televisivas, semelhantes (mas com importantes diferenças) às telenovelas brasileiras. De forma análoga, K-filmes relaciona-se com a indústria cinematográfica sul-coreana, que tem se tornado cada vez mais popular a partir do filme vencedor do Oscar, *Parasita* (2019). Webtoons são histórias em quadrinhos desenhadas digitalmente e postadas em plataformas destinadas a este tipo de conteúdo, gênero dominado por histórias sul-coreanas. K-food, ou *hansik* [한식], refere-se à culinária coreana e aos hábitos alimentares coreanos. Por último, K-beauty descreve a indústria de beleza da Coreia do Sul, seus produtos de cuidado com a pele e outras tendências estéticas.

Recebido em 25/09/2025 e aprovado em 30/10/2025

GANGNAM KPOP CAFÉ: UN FENÓMENO DEL *HALLYU* EN QUERÉTARO

Ana Paula Granados Flores¹

Rosario Barba González²

José de Jesús Fernández Malváez³

Resumen: Este trabajo analiza la apropiación de la estética Hallyu en Querétaro, México, tomando como caso de estudio el Gangnam Kpop Café. El objetivo es examinar cómo jóvenes y emprendedores locales resignifican elementos de la cultura popular surcoreana, específicamente el K-pop, en un contexto mexicano, contribuyendo a la comprensión de la globalización cultural y la hibridación. La metodología es etnográfica, basada en observación participante y entrevistas semiestructuradas a 10 participantes (clientes y propietarias). Se fundamenta teóricamente en conceptos como globalización (Thompson, García Canclini), poder blando (Nye) y apropiación mediática. Los resultados revelan que la apropiación del Hallyu trasciende el consumo e incluye la creación de comunidades (fandoms), prácticas participativas (eventos, fanmade), y la resignificación de espacios y estéticas en clave local. Se concluye que el fenómeno no homogeneiza, sino que fomenta identidades híbridas y creativas.

Palabras clave: Hallyu. Apropiación. Fandom.

GANGNAM KPOP CAFÉ. A HALLYU PHENOMENON IN QUERÉTARO

Abstract: This paper analyzes the appropriation of Hallyu aesthetics in Querétaro, Mexico, using the Gangnam Kpop Café as a case study. The objective is to examine how young people and local entrepreneurs reinterpret elements of South Korean popular culture — specifically K-pop — within a Mexican context, contributing to the understanding of cultural globalization and hybridization. The methodology is ethnographic, based on participant observation and semi-structured interviews with 10 participants (customers and owners). It is theoretically grounded in concepts such as globalization (Thompson, García Canclini), soft power (Nye), and media appropriation. The results reveal that the appropriation of Hallyu transcends consumption and includes the creation of communities (fandoms), participatory practices (events, fanmade productions), and the resignification of spaces and aesthetics in a local key. It is concluded that the phenomenon does not promote homogenization but instead fosters hybrid and creative identities.

Keywords: Hallyu. Appropriation. Fandom.

GANGNAM KPOP CAFÉ. UM FENÔMENO HALLYU EM QUERÉTARO

Resumo: Este artigo analisa a apropriação da estética Hallyu em Querétaro, México, usando o Gangnam Kpop Café como estudo de caso. O objetivo é examinar como os jovens e os empresários locais reinterpretam elementos da cultura popular sul-coreana — especificamente o K-pop — dentro do contexto mexicano, contribuindo para a compreensão da globalização e hibridização cultural. A metodologia é etnográfica, baseada na observação participante e em entrevistas semiestruturadas com 10 participantes (clientes e proprietários). Teoricamente, baseia-se em conceitos como globalização (Thompson, García Canclini), soft power (Nye) e apropriação da mídia. Os resultados revelam que a apropriação da Hallyu transcende o consumo e inclui a criação de comunidades (fandoms), práticas participativas (eventos, produções feitas por fãs) e a resignificação de espaços e estéticas em uma chave local. Conclui-se que o fenômeno não promove a homogeneização, mas, ao contrário, fomenta identidades híbridas e criativas.

Palavras-chave: Hallyu. Apropriação. Fandom.

1.Introducción

En las últimas décadas, la globalización ha posibilitado el intercambio e hibridación cultural a una escala sin precedentes, transformando los referentes y consumos cotidianos de diversas sociedades. México no ha permanecido ajeno a este proceso, recibiendo y adaptando modas, estilos y productos provenientes de otras latitudes. En este contexto, la llamada “ola coreana” o *Hallyu*, un fenómeno de difusión global de la cultura popular surcoreana se ha consolidado como una de las manifestaciones culturales más relevantes del siglo XXI, impactando perfiles de consumo, discursos visuales, y hasta imaginarios colectivos en distintos sectores sociales.

El auge del *Hallyu* se refleja principalmente a través de productos audiovisuales como el K-pop y los *K-dramas*, los cuales han trascendido fronteras y se han convertido en símbolos identitarios para una nueva generación de jóvenes en todo el mundo. Esta influencia no ha sido un hecho fortuito, sino más bien el resultado de estrategias conscientes de exportación cultural, impulsadas tanto por la industria surcoreana como por su gobierno a través de políticas de “poder blando”. Así, conceptos como la apropiación mediática y la cultura *fandom* cobran especial relevancia para comprender

las nuevas formas de interacción simbólica y autopercepción en juventudes contemporáneas.

En la ciudad de Querétaro, este fenómeno se materializa de maneras singulares. Entre otras, el Gangnam Kpop Café surgió como un punto de encuentro emblemático para quienes han adoptado parte de la estética y los valores asociados con el *Hallyu*, convirtiéndose en un laboratorio social donde las formas de consumo y los modos de experimentar lo coreano se viven, se reinventan y se resignifican cotidianamente (Reséndiz, 2020). A través de este espacio, es posible observar cómo la juventud queretana recrea elementos de la cultura popular surcoreana, no sólo en la moda y el entretenimiento, sino también en la formación de comunidades y la apropiación de prácticas colectivas.

El objetivo principal de este trabajo es analizar la apropiación de la estética *Hallyu* en Querétaro mediante la experiencia del personal y la clientela del Gangnam Kpop Café, empleando una metodología etnográfica centrada en entrevistas y observación participante. Este enfoque permite desentrañar no sólo los productos y consumos más recurrentes entre los fans, sino también los tópicos que conforman su imaginario y las estrategias a través de las cuales resignifican la cultura coreana en un contexto local. Se busca así contribuir a la reflexión sobre los alcances sociales y simbólicos de la globalización cultural, estudiando de cerca cómo un fenómeno global adquiere matices específicos y originales en una ciudad mexicana contemporánea.

En este sentido, contribuir desde un enfoque empírico-situado al estudio de la circulación y apropiación local de industrias culturales transnacionales. A partir de un estudio de caso en Querétaro, México, se documentan prácticas emergentes de *fandom* que permiten comprender cómo los productos culturales globales son resignificados en contextos regionales específicos, aportando evidencia cualitativa desde Latinoamérica a un campo dominado por estudios provenientes de perspectivas anglosajonas y asiáticas.

2. Método

A partir del objetivo previamente descrito, el uso de la etnografía permitió observar detalladamente la apropiación de *Hallyu* en este espacio; pieza fundamental para comprender la resignificación local del fenómeno. La observación participante, la entrevista y la inmersión comunitaria –piezas fundamentales de esta investigación– permitieron captar matices en los modos de apropiación, las prácticas cotidianas y la construcción de espacios de pertenencia (Peralta, 2009; Thompson, 1998).

En este sentido, los espacios físicos como cafés temáticos, clubes, bazares, no solo funcionan como centros de dispersión cultural, sino como nichos socio-simbólicos de reforzamiento identitario, cooperación y creatividad colectiva, reforzando la agencia local frente a la globalización simbólica (Vargas, 2015; Jin & Yoon, 2016).

Se seleccionó intencionadamente una muestra de diez participantes que comparten características esenciales: ser seguidores activos de productos culturales vinculados al *Hallyu* (ola coreana), ser clientes habituales del Gangnam Kpop Café de Querétaro y, en su mayoría, pertenecer al segmento juvenil (de 11 a 30 años), exceptuando a las propietarias del establecimiento, cuyas perspectivas resultan clave para comprender la apropiación empresarial de la estética *Hallyu* en lo local. De las diez entrevistas, siete fueron dirigidas a clientas y clientes y tres a las propietarias del café, brindando así un panorama plural desde el consumo y la gestión cultural.

Las entrevistas tuvieron lugar en sesiones diferenciadas entre 2022 y 2023, en espacios que ofrecieron condiciones de seguridad y libertad para explorar las experiencias de pertenencia y las apropiaciones estéticas vinculadas al *Hallyu*. La dinámica metodológica combinó preguntas estructuradas con preguntas focalizadas, adaptadas a la experiencia personal de las personas participantes.

En todos los casos, el acercamiento inició con la solicitud de consentimiento verbal explícito, precedido de una explicación clara sobre los propósitos, alcances y procedencia académica del estudio. Se informó a las

y los participantes que su colaboración sería anónima y que la información proporcionada se utilizaría exclusivamente con fines de investigación. En el caso de la/el informante menor de edad, la interacción se realizó bajo la supervisión de su tutor/tutora. Y en el caso de las propietarias del establecimiento, se aclaró su mención como tales en la redacción del estudio, sin incorporar datos personales sensibles.

La información obtenida fue resguardada en un archivo de uso privado, bajo identificadores alfanuméricos ("informante #"), sin registro de datos que permitieran la identificación directa de las personas participantes. En conjunto, se trata de una investigación académica de carácter cualitativo y no invasivo, que no implicó intervención, manipulación de conductas ni riesgos para las personas involucradas.

Esto permitió analizar la emergencia de fenómenos como la economía creativa local vinculada al *fanmade*, el rol del *Hallyu* como fuente de inspiración para diseñadores y creadores jóvenes y la consolidación de una cultura visual y material que dialoga continuamente con referentes coreanos, sin perder su carga local.

3. El *Hallyu* como fenómeno social global

La globalización puede concebirse como el proceso de interconexión creciente entre sociedades, culturas y economías a nivel mundial, facilitando el intercambio de productos culturales, flujos simbólicos y transformaciones socioculturales profundas (Thompson, 1998; García Canclini, 2002). En este sentido, la Ola Coreana o *Hallyu* ha sobresalido como un ejemplo paradigmático de industria cultural transnacional, ejemplificando cómo una nación periférica puede posicionar sus productos culturales estratégicamente en el imaginario global a través de medios digitales y políticas deliberadas de exportación cultural (Jin, 2016; Kim & Jin, 2016).

El fenómeno *Hallyu* –que hace referencia al auge internacional de la música, dramas, cine, moda y cosmética surcoreanos– ha experimentado un crecimiento explosivo desde finales de los años noventa. Inicialmente

circunscrito al continente asiático, el *Hallyu* irrumpió en América Latina durante la década del 2000 y, especialmente en los años recientes, ha adquirido una notoriedad sin precedentes gracias al auge del K-pop, la omnipresencia del *streaming* y la movilidad digital (Hong-Mercier, 2013; Vargas, 2015). Así, el *Hallyu* trasciende la categoría de moda pasajera y se posiciona como fenómeno cultural, económico y político globalizado.

John B. Thompson (1998) señala que la globalización de productos culturales implica no solo la circulación de mercancías, sino también la internalización de imaginarios, valores y estéticas, que son incorporados a la vida cotidiana de los sujetos en contextos distintos a aquellos donde se originan. Esta perspectiva resulta nodal para comprender la apropiación de la estética *Hallyu* en contextos locales y la manera en que los actores resignifican estos insumos culturales en función de sus realidades, aspiraciones y marcos de sentido situados.

El caso analizado describe una tensión propia del contexto global contemporáneo en torno a la forma en que los productos generados desde una industria mediática nacional (en este caso impulsada desde Corea del Sur) involucran la participación activa de grupos sociales ubicados en distintas latitudes. Esta participación no se limita al consumo simbólico, sino que articula dimensiones culturales, económicas e identitarias. En esta interacción, los consumidores transnacionales acceden a formas simbólicas que habilitan espacios, prácticas y modalidades de creación local a partir de referentes globales.

Este proceso, a su vez, produce un efecto de retroalimentación hacia las industrias culturales de origen, en tanto los actores locales realizan labores de visibilización, promoción y presencia territorial que fortalecen la circulación de dichos productos en escalas locales. En este sentido, el caso puede interpretarse como un efecto cultural *downstream*: una consecuencia indirecta de políticas de diplomacia cultural articuladas con intereses comerciales, sin que ello implique una intervención estatal directa en la configuración de los espacios locales analizados.

Lo anterior se explica a partir del proceso de exportación cultural coreana y la expansión del *Hallyu*, que se sostiene en el componente clave del "poder blando" (*soft power*), introducido por Joseph S. Nye (2004). Este tipo de poder refiere a la capacidad de influir sobre otros a través de la atracción y la persuasión cultural más que por la coerción o incentivos materiales. Para Nye (2004), el atractivo de la cultura, los valores e instituciones de un país son fundamentales para conformar su poder blando.

Corea del Sur ha desplegado de manera deliberada políticas de fomento al poder blando mediante la industria cultural, enfocándose en exportar no solo bienes tangibles, sino también ideas, valores, estilos de vida y formatos culturales, como el K-pop, los *dramas* y la cosmética (Jaime, 2021; Kim & Jin, 2016; Torres, 2018). Estas políticas han impactado tanto la percepción global del país como la economía surcoreana; en 2019, la industria del K-pop generó alrededor de 12 mil millones de dólares y ha consolidado al país como uno de los principales productores de cultura visual contemporánea (Forbes, 2022).

La diplomacia cultural surcoreana, gestionada en parte por el Ministerio de Cultura, Deportes y Turismo, ha utilizado centros culturales, cooperación internacional y patrocinio a festivales y eventos globales para legitimar y amplificar su presencia a nivel global, reforzando así su poder blando (Kim & Jin, 2016; López, 2012).

La emergencia del *Hallyu*, por tanto, es inseparable del papel de los medios digitales y redes sociales, que han operado como catalizadores para el consumo, la participación y la reconfiguración de las prácticas fans (Jin & Yoon, 2016; Vargas, 2015). En la literatura especializada, se identifica una transformación en el modelo de comunicación cultural, que pasa de ser vertical y unidireccional, controlado por corporaciones y gobiernos, a una estructura horizontal y participativa, donde los usuarios pueden recombinar, compartir y producir sentido a partir de los productos recibidos (Thussu, 2007; Terranova, 2013).

Plataformas como YouTube, Twitter, Viki y Spotify han sido decisivas para internacionalizar el acceso a productos surcoreanos, sortear las limitaciones

geográficas y expandir canales de comunicación entre fans alrededor del mundo (Jin & Yoon, 2016; Vargas, 2015). El *streaming*, la generación de subtítulos colaborativos y los grupos en redes sociales han permitido dinamizar comunidades de consumo transnacional, articulando una economía cultural participativa (Barba, 2017; Jin, 2016; Alpízar & Robledo, 2021).

En este sentido, el auge del consumo mediático surcoreano, especialmente a través de dispositivos móviles y plataformas digitales, ha cambiado las lógicas tradicionales de recepción, promoviendo una interacción constante y generando la sensación de comunidad global interconectada (Murthy, 2012; Santiago, 2021).

Por otro lado, un eje sobre el cual gravita tanto la literatura teórica como la observación etnográfica es la constitución de comunidades de fans (*fandoms*) y su auge en la era digital. El concepto de fanático ha evolucionado desde su concepción decimonónica ligada a la afición deportiva, hasta su resignificación contemporánea como sujeto activo, creador y negociante de sentido (Thompson, 1998).

Los fans del *Hallyu* construyen universos simbólicos propios, con lenguaje, reglas, jerarquías y prácticas de canonización diferenciadas (Thompson, 1998). La organización en *fandoms* permite la generación de identidades colectivas, capital simbólico y la consolidación de redes solidarias y colaborativas (Alpízar & Robledo, 2021). Así, las comunidades fans no son solo tributarias pasivas del contenido, sino agentes activos en la circulación, resignificación e institucionalización de prácticas culturales (Brunner, 1981; Vargas, 2015).

La cultura participativa observa particular relieve en el *Hallyu*, donde votaciones, traducciones, traducción colaborativa de contenidos, campañas de apoyo a *idols* y acciones solidarias en redes han devenido prácticas centrales (Alpízar & Robledo, 2021; Jin & Yoon, 2016). Las plataformas digitales ofrecen la infraestructura para esta colaboración masiva, y las propias industrias culturales coreanas han sabido aprovechar la agencia de los fans como estrategia comercial e incluso publicitaria (Lee, 2019).

Uno de los aspectos más estudiados es la emergencia de fenómenos como el “*fangagement*”, que refiere al alto grado de participación,

interacción y compromiso que mantienen los fans con las celebridades o productos culturales, en buena medida impulsados y retroalimentados por las propias empresas surcoreanas (Alpízar & Robledo, 2021; Houlsby, 2019). Esta participación intensiva se expresa en actividades de *streaming* colectivo, votaciones online, consumo de mercancía oficial y *fanmade*, así como innumerables acciones colectivas para visibilizar o apoyar tendencias, causas sociales o necesidades de los artistas.

Otro pilar analítico central para analizar el fenómeno del *Hallyu* es el concepto de apropiación mediática. Según Thompson (1998, 2010), la apropiación mediática refiere al proceso mediante el cual los sujetos asimilan e integran mensajes culturales a su vida cotidiana, resignificándolos, adaptándolos y, a menudo, hibridándolos con sus propios contextos y expectativas.

El consumo sostenido de productos *Hallyu* trasciende la mera pasividad: implica desde la adopción de estéticas visuales y rutinas hasta la modificación de prácticas sociales y la construcción de nuevas aspiraciones identitarias (Zarco, 2016; Iadevito & Bavoleo, 2015). Esta apropiación puede expresarse de múltiples maneras, desde la incorporación de términos coreanos y significantes visuales en la moda y el diseño, hasta la transformación de ritmos y coreografías en academias de baile locales (Vargas, 2015).

La apropiación también tiene una dimensión crítica y selectiva – los sujetos no solo imitan, sino que filtran y seleccionan qué elementos incorporar. De acuerdo con Liz Andrea Zarco (2017), ciertas dimensiones, como el interés por el idioma o el uso de valores confucianos pueden ser apropiadas, mientras otras (como el sistema ético o el establecimiento de relaciones con coreanos) pueden ser indiferentes o incluso rechazadas. En el contexto latinoamericano, además, la apropiación está marcada por procesos de hibridez, donde lo local y lo global se reinterpretan mutuamente (García Canclini, 2002).

La apropiación mediática también implica la emergencia de una economía fan-paralela, donde la mercancía *fanmade* adquiere protagonismo como producto de diseño creativo, permitiendo a los fans reimaginar, reinterpretar y comercializar objetos que resignifican el fenómeno

Hallyu en clave local (Brunner, 1981; Gangnam Kpop Café, datos de investigación).

Así pues, el consumo de productos culturales coreanos en América Latina y México ha tomado características distintivas, ya que, además de consumir directamente productos oficiales (música, dramas, cosmética), los receptores proponen reinterpretaciones y extensiones a través de la producción de objetos, rutinas, gestos y materiales simbólicos propios (Vargas, 2015; Alpízar & Robledo, 2021).

El K-pop ha destacado por su capacidad de crear universos audiovisuales complejos, donde el videoclip, la atmósfera estética y la iconografía juegan un papel tan vital como la música misma (Figueras, 2020). El imperativo visual que subyace al *Hallyu* –la construcción de escenas dignas de ser replicadas y fotografiadas– se filtra en la decoración, la moda, la cosmética y la presencia en espacios sociales tematizados, como los cafés *Hallyu* (Gangnam Kpop Café) (Blanco, 2019).

Diversos autores (Vargas, 2015; López, 2020) destacan que el consumo del *Hallyu* en México y América Latina ha dejado de ser un acto aislado y se ha convertido en fenómeno popular, impactando escenarios económicos, políticos y sociales. No solo se observa un cambio en gustos musicales o televisivos, sino la emergencia de nuevas aspiraciones, modelos de identidad y propiocepción –fenómenos palpables en el éxito local de marcas, prendas y negocios vinculados al fenómeno coreano.

La literatura también ha problematizado hasta qué punto la apropiación del *Hallyu* implica una comunicación intercultural profunda o, por el contrario, se circunscribe a un consumo cosmético, superficial o simbólico (Iadevito & Bavoleo, 2015; López, 2012). Si bien la apropiación de valores, idiomas, costumbres y estéticas coreanas demuestra un rango de efectos tangibles e intangibles (mejora de imagen país, interés por Corea, viajes, consumo, entre otros), algunos autores advierten que esto no necesariamente se traduce automáticamente en procesos empáticos ni en una integración realmente intercultural; puede incluso fomentar rivalidades, segmentaciones y nuevas jerarquías intra-fan.

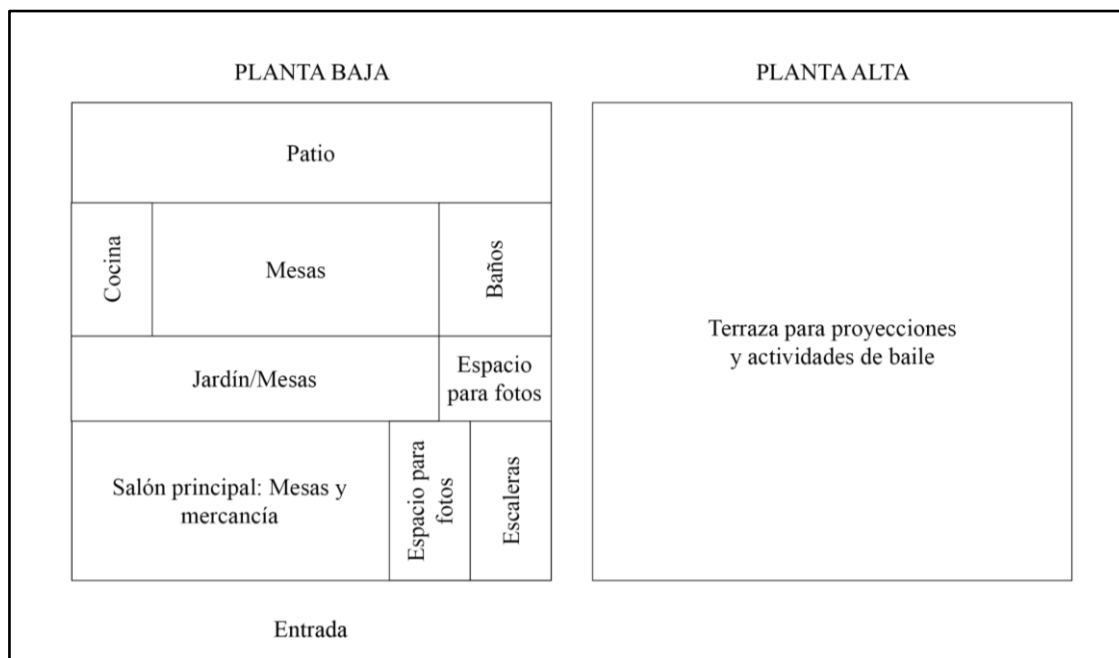
Este matiz es esencial en el caso mexicano y queretano, donde los estudios han revelado tanto el potencial democratizador y creativo del fenómeno *Hallyu* como sus limitaciones para transformar estructuras de comunicación intercultural más profundas (Iadevito & Bavoleo, 2015; Zarco, 2016).

4. Gangnam Kpop Café

El Gangnam Kpop Café es una cafetería que tiene como temática el k-pop, caracterizado por oferta de platillos y productos coreanos. Su atractivo radica en las dinámicas que en este se realizan, tales como festejar los cumpleaños de ciertos artistas, proyectar conciertos entre otras actividades hechas especialmente para los fans del k-pop. Al momento de realizar la investigación, la cafetería se ubicaba en Prol. Av. Zaragoza 502, Jardines de la Hacienda en la ciudad de Querétaro⁴. Es un edificio de dos pisos cuyo color predominante es el rosa, aunque se complementa con el negro, el verde y el blanco. Se caracteriza por su estética coreana visible y por albergar una terraza en la que se realizan actividades temáticas (figura 1).

Gangnam K-pop Café es, en este sentido, un espacio polivalente: cafetería temática, centro de consumo de productos tanto oficiales como *fanmade*, y ámbito para actividades tales como proyección de conciertos, festejos de cumpleaños de *idols* y dinámicas de convivencia entre fans. La ambientación, cargada de simbolismos vinculados al k-pop (colores, *merchandising*, figuras a tamaño real de *idols* y zonas para fotografía), reafirma la apropiación de la estética surcoreana, pero con adaptaciones al contexto local.

Figura 1 - Distribución del Gangnam K-pop Café



Nota: Elaboración propia.

Las propietarias confirman que la propuesta estética partió de referencias adquiridas en cafeterías coreanas, pero fue resignificada con la intención de crear un lugar “muy fotografiable” que, además de atraer al público *k-poper*, también interesara a otras personas por pura cuestión estética o de moda: “queríamos un lugar que fuera muy fotografiable, ..., que llamara mucho la atención. Por lo tanto, es como todo, muy rosa y muchos lugares para tomarse fotos” (Informante 10, comunicación personal, 12/01/2023).

A partir de las respuestas de las y los entrevistados, se identificó que la incorporación del *Hallyu* en la vida diaria es profunda y transversal. Todos los participantes reconocen modificaciones en sus hábitos de consumo desde que se apropiaron de la ola coreana. El producto más recurrentemente mencionado es el *k-pop*, cuya integración en la rutina diaria se justifica por “ser muy fácil de encontrar en plataformas de vídeo y música ..., de camino a la escuela escucho música” (Informante 1, comunicación personal, 18/09/2022); pero también se incorporan otros productos como dramas, aplicaciones móviles (Weverse, Bubble), comida y productos de belleza coreanos. Esto implica que la vida como fans ayuda a reordenar su

experiencia en el mundo desde formas que se insertan en su espacio local (Barba, 2017).

Respecto a los cambios en los hábitos de consumo, los relatos obtenidos exponen la diversificación de productos adquiridos y numerosas referencias a la compra tanto de artículos oficiales (álbumes, *lightsticks*, peluches) como *fanmade* (vasos, *photocards*, posters), sin mostrar una preferencia exclusiva, pero reconociendo que la totalidad de las personas que se han envuelto en la ola coreana incorporaron algún producto o marca a su vida que antes no utilizaban. Además, la experiencia de compra varía en función del presupuesto, permitiendo un espectro de consumo amplio:

hay quienes están dispuestos a derrochar una considerable suma de dinero y quienes poseen un presupuesto más limitado. ... Por eso traemos como mercancía no oficial ..., para que todos se puedan llevar algo (Informante 10, comunicación personal, 12/01/2023).

De tal suerte, se advierte que la apropiación estética va más allá de lo musical. La influencia se percibe en la vestimenta y cuidado de la imagen, con referencias a la adquisición de productos de belleza coreanos y el uso de ropa inspirada en el estilo coreano, tanto por clientes como por las propias propietarias del café. Lo estético se convierte en un motor de distinción y pertenencia.

Uno de los elementos más significados identificados en este caso, es la conformación de una comunidad sólida que se articula a través de un lenguaje propio, códigos y referencias simbólicas. Los términos "*fandom*," "*idol*," "*bias*," y los nombres de programas, saludos y gestos coreanos (como *kamsahamnida*, *annyeonghaseyo*, el "*finger heart*") forman parte de la cotidianeidad de comunicación y sociabilidad entre fans. En este sentido, el lenguaje abarca los conocimientos y los términos en común que son conocidos y utilizados entre los adeptos a la ola coreana, dentro de los tantos *fandoms* derivados de agrupaciones de k-pop.

La identidad fan se reproduce y fortalece a través de la transmisión de saberes y rituales: nuevos integrantes son introducidos a las historias, relaciones

internas, nombres, fechas importantes y hasta rivalidades dentro del *fandom*. Así, se construye un sentido de pertenencia:

cuando tenemos a una nueva monbebé ..., tenemos que meterle ese contexto de por qué son [ahora] cinco [los integrantes], porque uno se fue al ejército y Won Ho se fue por cigarros. ... Ese es el contexto del grupo (Informante 1, comunicación personal, 18/09/2022).

A la par, se evidencian rivalidades y polarizaciones, tanto entre *fandoms* (por ejemplo, BTS vs. Big Bang, EXO) como dentro de ellos, en función de las preferencias por determinados *idols*: “no todos apoyan a los siete [miembros de BTS]. De Stray Kids tampoco, no todos apoyan a los ocho. Entonces, eso de que es muy individualista” (Informante 2, comunicación personal, 18/09/2022), lo cual evidencia la complejidad de pertenencia y jerarquías internas del mundo fan.

Así pues, las preocupaciones y discusiones relevantes dentro de los *fandoms* incluyen desde la salud mental y el bienestar de los *idols* hasta eventos actuales en la esfera coreana, cadenas de votación y polémicas sobre salidas de miembros de los grupos. Sin embargo, destaca que, a pesar de los conflictos, existe la colaboración entre *fandoms* para obtener logros colectivos: “sí apoyamos a los otros, ... nos organizamos y somos muy... digamos que una 'monbebé' es muy amable” (Informante 1, comunicación personal, 18/09/2022).

La apropiación del *Hallyu* implica involucrarse activamente en prácticas participativas. Las fans no sólo consumen, sino que también coproducen y difunden: desde realizar *stream* conjunto de canciones y videos, traducir o compartir material, hasta organizar fiestas, bazares y eventos caritativos. Las actividades benéficas son especialmente relevantes, como expresan varias informantes: “las fans de Corea sembraron árboles o plantas en un área específica por el alistamiento de Jin. Y en una ocasión las que no consiguieron comprar boleto para sus conciertos donan ese dinero” (Informante 7, comunicación personal, 05/01/2023), o iniciativas locales como la recolección de tapas para recaudar fondos a niños con cáncer, a través del propio café.

Esta cultura participativa otorga valor y legitimidad social a los fans, genera espacios de convivencia y amistad, y multiplica las oportunidades de agencia creativa. La participación en eventos presenciales —conciertos, proyecciones, talleres, bazares—, así como en espacios digitales, permite fortalecer las redes internas y amplificar sentidos de pertenencia y colaboración.

5. La estética *Hallyu* en Querétaro

Como es posible observar, los resultados empíricos obtenidos mediante entrevistas y observación etnográfica en el Gangnam Kpop Café de Querétaro, revelan un proceso complejo de apropiación y resignificación de la estética *Hallyu* por parte de los jóvenes seguidores. Esta apropiación se manifiesta en múltiples dimensiones de la vida cotidiana, la cultura material, los imaginarios sociales y las prácticas de consumo, confirmando el impacto del “poder blando” (Nye, 2004) coreano y el papel central de la cultura pop como vector de identificación juvenil contemporánea.

Las entrevistas con las propietarias del Gangnam Kpop Café aportan una visión singular sobre la apropiación profesional y comunitaria del *Hallyu*. Más allá de lo comercial, reconocen el valor de ofrecer un lugar seguro y de pertenencia: “nos gusta que tengan un lugar como para pasar el rato” (Informante 10, comunicación personal, 12/01/2023). Viajar a Corea del Sur dejó de representar un simple sueño para convertirse en experiencia profesional y cultural:

es súper diferente porque muchos piensan que nos vamos a Corea y es como irnos de vacaciones. Y pues sí, está bonito, porque sí es otro país y comemos cosas diferentes, pero realmente es un trabajo que no nada más vamos a pasear. (Informante 10, comunicación personal, 12/01/2023).

Como sugiere Thompson (1998), la apropiación mediática no se reduce a la repetición pasiva de formas culturales foráneas, sino que implica una reconstrucción activa, selectiva y situada del material simbólico global,

adaptándolo a los contextos y deseos del receptor. En el caso queretano, los fans no sólo consumen productos culturales coreanos (música, dramas, *merchandising*), sino que también integran elementos estéticos y simbólicos a su propia cotidianidad: desde el lenguaje y la moda hasta la organización de eventos locales, la decoración de espacios sociales y la construcción de nuevas aspiraciones identitarias.

En otras palabras, la estética *Hallyu* se convierte en recurso para la autoexpresión, la experimentación y la aspiración, resignificada en función de los contextos juveniles urbanos de Querétaro. Es decir, no sólo se "imita" Corea, sino que se recrea un espacio híbrido donde lo global es incorporado creativamente al universo local, aportando visibilidad, distinción y comunidad a quienes participan de él (García Canclini, 2002).

Bajo esta mirada, el caso del café da cuenta de las particularidades, pero también de las similitudes que comparten las comunidades de fans a partir de la oferta y circulación de formas simbólicas transnacionales. La experiencia de quienes se vinculan con estos productos mediante la asistencia al café los conecta con una comunidad más amplia y global de consumidores, con quienes comparten lenguajes, referencias culturales, intereses y el acceso a un flujo constante de productos generados desde Corea del Sur.

A partir de estas recuperaciones, se evidencia la forma en que los fans, anclados localmente a sus propios espacios, prácticas y posibilidades materiales, integran a su experiencia cotidiana no solo los productos culturales, sino también marcos de comprensión del mundo, patrones de comportamiento, aspiraciones y procesos identitarios. Tal como señala Thompson (1998) y como ha sido documentado por la bibliografía especializada, la apropiación de formas simbólicas globales incide en la manera en que los sujetos construyen sentido, pertenencia y proyectos de vida desde contextos situados.

Conclusión

El principal aporte de este trabajo radica en su aproximación empírica situada, que permite visibilizar cómo las prácticas de *fandom* asociadas al *Hallyu* se articulan en contextos locales específicos, como el caso de Querétaro, México. A través de una metodología cualitativa de corte etnográfico, el estudio documenta formas de apropiación cultural, participación y construcción identitaria que no suelen ser registradas en análisis macro o cuantitativos del fenómeno.

En México, y particularmente en Querétaro, fenómenos como la denominada “Ola Coreana” han sido favorecidos por la globalización de las comunicaciones, el acceso a redes sociales digitales y el interés creciente por modos de vida percibidos como alternativos a los modelos occidentales tradicionales. A través de este artículo, se buscó mostrar cómo la entrada del *Hallyu* en el contexto local se produjo inicialmente a través de los dramas televisivos y, de forma más reciente, mediante el k-pop, que ha logrado posicionarse como el producto cultural más consumido y apropiado por los públicos juveniles analizados.

El presente estudio constituye una muestra situada del fenómeno global de intercambio transnacional de formas simbólicas. Los resultados no buscan generalizar sus manifestaciones, sino evidenciar cómo, en un espacio localizado, las prácticas de *fandom* operan como mediaciones culturales entre industrias culturales globales y experiencias cotidianas. Dichas expresiones no son neutrales ni simétricas, sino que se producen en contextos desiguales de acceso, circulación y apropiación cultural, los cuales tienden a favorecer los aparatos promocionales de industrias culturales transnacionales impulsadas desde estructuras estatales y comerciales (en este caso, desde Corea del Sur) más allá de sus fronteras nacionales.

A través de los resultados expuestos, se buscó demostrar la centralidad de la música k-pop como eje articulador de la apropiación *Hallyu*. Como pudimos observar, en Querétaro este consumo no es sólo un acto individual o de entretenimiento, sino también un fenómeno social y comunitario. Es en este sentido que lugares como Gangnam Kpop Café han funcionado como un espacio de confluencia para la comunidad fan, catalizando procesos de

socialización, identificación, consumo y resignificación local de elementos coreanos.

Las y los entrevistados demostraron que la apropiación del *Hallyu* es multiforme:

- En lo cotidiano, la influencia se expresa en hábitos de escucha musical, consumo de series, elección de productos cosméticos, gastronómicos y de moda, así como en la progresiva introducción de términos coreanos y gestos simbólicos a la vida diaria.
- En lo simbólico, la apropiación se traduce en la creación de comunidades muy estructuradas, en la adopción de lenguajes y códigos propios, en la construcción de identidades y afinidades, así como en la participación activa en redes y dinámicas de colaboración y rivalidad.
- En lo económico, se observa la consolidación de un mercado local que atiende la demanda de bienes oficiales y no oficiales, destacando el auge de productos *fanmade* que, a su vez, dinamizan el ecosistema creativo de jóvenes diseñadores y emprendedores queretanos.

Se identificó igualmente la transformación del consumo cultural en prácticas participativas: *streaming*, votaciones, actividades altruistas organizadas por las mismas fans, eventos temáticos y la resignificación de espacios públicos y comerciales como puntos de encuentro identitarios. Así, el "ser fan" se convierte en una experiencia integradora que cruza fronteras de edad, origen y ocupación, y facilita tanto la articulación de lazos de pertenencia como la apertura a nuevas formas de experimentar el mundo.

Desde la perspectiva del diseño y la comunicación visual, la apropiación del *Hallyu* en Querétaro ofrece un ejemplo claro de cómo los imaginarios globales son re-interpretados y resignificados localmente. La adopción estética no es un proceso de imitación pasiva, sino de creación activa: la estética coreana se transforma en inspiración para el diseño de espacios (como el propio café), la elaboración de productos gráficos y audiovisuales,

la producción de mercancía fanmade y la creación de nuevas formas de consumo simbólico.

Como mostraron las entrevistas y observaciones, la estética y la moda coreana pasan de ser algo exótico y ajeno a convertirse en parte de la vida cotidiana de jóvenes queretanos, influyendo en su forma de vestir, de consumir y de proyectar identidad. Esto confirma la hipótesis de que la apropiación mediática (Thompson, 1998) y los procesos de globalización expanden el repertorio creativo de los individuos, dotándoles de nuevas herramientas para explorar y construir sus subjetividades.

En este sentido, la ola coreana no sólo tiene impactos en el ámbito del gusto y el consumo, sino también en la formación de comunidades, la vivencia de la otredad y el sentido de pertenencia. El fanatismo hacia el k-pop y el *Hallyu* funciona como espacio de experimentación y refugio, donde las fronteras de lo local y lo global, lo propio y lo ajeno, pierden rigidez y se abren nuevos caminos para el diálogo cultural.

Se hizo, pues, evidente, la capacidad de agencia de las y los jóvenes, quienes no sólo consumen contenidos y productos, sino que los reinterpretan, los resignifican y generan nuevos productos y experiencias, articulando así una identidad híbrida y cosmopolita. Además, la industria *Hallyu* fomenta una cultura de la participación digital, el activismo fan y la solidaridad, visible en prácticas como la organización de eventos altruistas y el apoyo mutuo dentro de la comunidad.

La apropiación de la estética *Hallyu* en Querétaro, representada en este estudio por el Gangnam Kpop Café y sus comunidades, demuestra, por tanto, que la globalización cultural no implica una homogeneización pasiva, sino la posibilidad de nuevos mestizajes e hibridaciones creativas. El diseño y la comunicación visual se ven enriquecidos por el contacto con imaginarios y estilos que provienen de contextos lejanos, pero se vuelven significativos gracias a la apropiación, resignificación y creación local.

En suma, el *Hallyu* en Querétaro funciona como una ventana hacia nuevas formas de ser, de consumir, de crear y de convivir, y confirma que la cultura es un proceso dinámico, mutable y abierto, donde la distancia geográfica se

acorta gracias a la interacción simbólica, tecnológica y humana. La experiencia queretana revela el potencial transformador del contacto intercultural y el papel central que tiene el diseño y la creatividad en la construcción de nuevos futuros culturales.

REFERÊNCIAS

ALPÍZAR JIMÉNEZ, Rodrigo; ROBLEDO SÁNCHEZ, Adriana. La Ola Coreana en México. Redes sociodigitales y fangagement. **Mundo Asia Pacífico**, 2021. Disponible en: <<https://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/map/article/download/7037/5208/>> Acceso en 15 mar. 2023.

BARBA GONZÁLEZ, Rosario. **Otaku mexicanos**: el análisis de la cultura participativa de aficionados a las narrativas transmediales japonesas. 2017. Tesis (Doctorado en Estudios Socioculturales) – Centro de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad Autónoma de Aguascalientes, Aguascalientes, 2017. Disponible en: <http://bdigital.dgse.uaa.mx:8080/xmlui/bitstream/handle/11317/1390/420097.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acceso en 5 sep. 2025.

BLANCO, Sofía. El Kpop, género, industria y movimiento. **Letras**, v. 8, p. 1-9, 2019. Disponible en: <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/letras/article/view/5770>. Acceso en 10 mar. 2023.

BRUNNER, José Joaquín. **La cultura autoritaria en Chile**. Santiago de Chile: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), 1981.

FIGUERAS PEINADO, Sara. **Kpop**: industria y éxito. 2020. Trabajo de Fin de Grado (Comunicación Audiovisual) - Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad, Universidad de Sevilla, Sevilla, 2020. Disponible en: <https://hdl.handle.net/11441/102446>. Acceso en: 10 feb. 2023.

FORBES. Las cifras detrás del K-pop, el género musical que es uno de los motores de la economía de Corea del Sur. **Forbes Life Colombia**, 28 ene. 2022. Disponible en: <https://forbes.co/2022/01/28/forbes-life/las-cifras-detras-del-k-pop-el-genero-musical-que-es-uno-de-los-motores-de-la-economia-de-corea-del-sur/>, Acceso en: 15 mar. 2023.

GARCÍA CANCLINI, Nestor. **Culturas populares en el capitalismo**. Ciudad de México: Grijalbo, 2002.

HONG-MERCIER, Seok-Kyeong. Hallyu as a digital culture phenomenon in the process of globalization: a theoretical investigation on the global consumption of hallyu seen in France. **Journal of Communication Research**, v. 50, n. 1, p. 157-192, 2013.

IADEVITO, Paula Marina; BAVOLEO, Bárbara Inés. Telenovelas coreanas en América Latina: una aproximación desde los estudios culturales. **Mundo Asia Pacífico**, v. 4, n. 6, p. 25-39, 2015. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.17230/map.v4.i6.02>. Acceso en: 06 abr. 2023.

JAIME TORRERO, Josué Hazel. Hallyu: un breve recorrido histórico del ascenso de la ola coreana. **El Hilo Rojo**, v. 1, n. 1, p. 79-87, 2021. Disponible en: <http://ri.iberor.mx/handle/iberor/5970>. Acceso en 25 feb. 2023.

JIN, Dal Yong. **New Korean Wave**: transnational cultural power in the age of social media. Urbana: University of Illinois Press, 2016.

JIN, Dal Yong & YOON, Kyong. The social mediascape of transnational Korean pop culture: Hallyu 2.0 as spreadable media practice. **New Media & Society**, v. 18, n. 7, p. 1277–1292, 2016. <https://doi.org/10.1177/1461444814554895>. Acceso en: 26 feb. 2023.

KIM, Tae Young.; JIN, Dal Yong. Cultural Policy in the Korean Wave: An Analysis of Cultural Diplomacy Embedded in Presidential Speeches. **International Journal of Communication**, v. 10, p. 21, 2016. Disponible en: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/5128>. Acceso en: 23 feb. 2023.

LEE, Brandon. All Eyes on Seoul: A Study of The Korean Wave. **Publication Version One**, p. 3-26, 2019. Reporte sin editar. Disponible en: <https://es.scribd.com/document/407945112/All-Eyes-on-Seoul-A-Study-of-the-Korean-Wave>. Acceso en: 20 feb. 2023.

LEE, Mary. Mixed race peoples in the Korean national imaginary and family. **Korean Studies**, v. 32, n. 1, p. 56-85, 2008. Disponible en: <https://muse.jhu.edu/pub/5/article/259638>. Acceso en: 10 mar. 2023.

LÓPEZ ROCHA, Nayelli. Hallyu y su impacto en la sociedad mexicana. **Literatura Española**, n. 64, p. 579-598, 2012. Disponible en: https://www.kci.go.kr/kciportal/landing/article.kci?arti_id=ART001703588. Acceso en: 2 may. 2023.

LÓPEZ, S. Una mirada a la inclusión de Corea del Sur en los contenidos televisivos en México. **Alofonía**, n. 7, p. 104-113, 2020.

MURTHY, D. Towards a Sociological Understanding of Social Media: Theorizing Twitter. **Sociology**, v. 46, n. 6, p. 1059-1073, 2012. Disponible en: <https://doi.org/10.1177/0038038511422553>, acceso en: 5 may. 2025.

NYE, Joseph, S. **Soft power**: the means to success in world politics. New York: Public Affairs, 2004.

PERALTA MARTÍNEZ, Claudina. Etnografía y métodos etnográficos. **Análisis**, n. 74, p. 33-52, 2009.

RESENDIZ, Aura. Conoce Gangnam Kpop Café: la cafetería más kpop en México. **Kmagazine**, 2020. Disponible en: <https://kmagazine.mx/k-pop/conoce-gangnam-kpop-cafe-la-cafeteria-mas-kpop-en-mexico/>. Acceso en: 5 may. 2023.

SANTIAGO, Lucero. Así se convirtió el K-Pop en un negocio multimillonario. **Expansión**, 26 jul. 2021. Disponible en: <https://expansion.mx/empresas/2021/07/26/asi-se-convirtio-el-k-pop-en-un-negocio-multimillonario>, Acceso en 3 may. 2023.

TERRANOVA, Tiziana. Occupy social networks: the paradoxes of corporate social media for networked social movements. In: LOVINK, G.; RASCH, M. (ed.). **Unlike Us Reader**: social media monopolies and their alternatives. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2013. p. 296-311.

THOMPSON, John B. **Los media y la modernidad**. Una teoría de los medios de comunicación. 2. ed. Barcelona: Paidós, 1998.

THUSSU, Daya Kishan. (ed.). **Media on the Move: Global Flow and Contra-Flow**. London: Routledge, 2007.

TORRES CASTILLO, Francisco Guadalupe. **El poder blando como herramienta generadora de influencia en un mundo globalizado**. 2018. Trabajo de Fin de Grado (Licenciatura en Relaciones Internacionales) – El Colegio de San Luis, A.C., San Luis Potosí, 2018. Disponible en: https://biblio.colsan.edu.mx/tesis/LRI_TorresCastilloFranciscoGuadalupe.pdf. Acceso en: 6 may. 2025.

VARGAS MEZA, Xanat. La globalización de productos culturales: Un Análisis Webométrico de Kpop en países de habla hispana. *Redes. Revista Hispana Para El análisis De Redes Sociales*, v. 26, n. 1, p. 124-148. 2015. Disponible en: <https://doi.org/10.5565/rev/redes.525>, acceso en: 12 mar. 2023.

ZARCO, L.A. K-dramas en Cartagena: una aproximación al consumo de los productos mediáticos coreanos desde su apropiación cultural. In: **Humanidades digitales**, diálogo de saberes y prácticas colaborativas en red. Cátedra UNESCO de comunicación, Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana, 2016. p. 1-7. https://www.javeriana.edu.co/unesco/humanidadesDigitales/ponencias/pdf/IV_03.pdf.

NOTAS

¹ Licenciada en Diseño y Comunicación Visual en la Facultad de Artes de la Universidad Autónoma de Querétaro. Diseñadora gráfica especialista en experiencia de usuario en la iniciativa privada. ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-4225-7162>.

² Doctora en Estudios Socioculturales, Universidad Autónoma de Aguascalientes. Adscrita a la Facultad de Artes de la Universidad Autónoma de Querétaro, miembro del Sistema Nacional de Investigadoras e Investigadores, nivel 1. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2285-2522>.

³ Doctor en Estudios Multidisciplinarios sobre el Trabajo, Universidad Autónoma de Querétaro. Adscrito a la Facultad de Artes de la Universidad Autónoma de Querétaro, miembro del Sistema Nacional de Investigadoras e Investigadores, nivel 1. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6687-0805>.

⁴ Actualmente se ubica en C. Venustiano Carranza 20, Centro.

Recebido em 25/09/2025 e aprovado em 05/11/2025

DO RUÍDO À PAUSA, A ANTENA SE AJUSTA: NAM JUNE PAIK, KIM NAMJOON E A LINHAGEM CRÍTICA NA GEOPOLÍTICA DO SENSÍVEL SUL-COREANO

Aline Corso¹

Resumo: O artigo investiga a disputa simbólica na geopolítica do sensível a partir das práticas de Nam June Paik e Kim Namjoon (RM). Situadas entre a videoarte analógica e a cultura *pop* digital, suas obras operam uma reconfiguração estética decisiva para a projeção internacional da Coreia do Sul no contexto da *Hallyu*, instaurando modos singulares de visibilidade, escuta e pertencimento no espaço transnacional. A pesquisa adota uma abordagem qualitativa, orientada por uma cartografia conceitual de quatro constelações - linguagem, corpo, imagem e artefato - que tensionam os regimes de mediação mobilizados por ambos os artistas. Os resultados indicam que o gesto crítico e as audiovisualidades paikianas persistem como força operativa, sendo absorvidos e reatualizados pela *Hallyu*. Por meio das estratégias performativas e curatoriais de RM, esse legado adquire novas camadas de afeto, visibilidade e agência simbólica nas plataformas digitais.

Palavras-chave: *Hallyu*. Geopolítica do sensível. Linhagem Crítica.

FROM NOISE TO PAUSE, THE ANTENNA ADJUSTS: NAM JUNE PAIK, KIM NAMJOON, AND THE CRITICAL LINEAGE IN THE GEOPOLITICS OF THE SOUTH KOREAN SENSIBLE

Abstract: This article investigates the symbolic dispute within the geopolitics of the sensible through the practices of Nam June Paik and Kim Namjoon (RM). Situated between analog video art and digital pop culture, their works enact a decisive aesthetic reconfiguration for South Korea's international projection within the context of *Hallyu*, instituting singular modes of visibility, listening, and belonging in the transnational sphere. The research adopts a qualitative approach guided by a conceptual cartography of four constellations - language, body, image, and artifact - that tension the regimes of mediation mobilized by both artists. The findings indicate that Paik's critical gesture and Paikian audiovisualities persist as an operative force, absorbed and reactivated by *Hallyu*. Through RM's performative and curatorial strategies, this legacy acquires new layers of affect, visibility, and symbolic agency within digital platform environments.

Keywords: *Hallyu*. Media aesthetics. Critical Lineage.

1. Sintonizando o Presente: A Hipótese da Linhagem Crítica

A trajetória contemporânea da Coreia do Sul pode ser interpretada por meio de três grandes ondas de transformação sociotécnica, cultural e simbólica (Kim, 2013; Jin, 2016). A primeira, entre as décadas de 1950 e 1970,

marca a industrialização e a consolidação de uma lógica tecnocientífica orientada à eficiência produtiva, como resposta à reconstrução pós-guerra. A segunda, nas décadas de 1980 e 1990, coincide com o processo de redemocratização e o avanço das tecnologias da informação, alçando o país à condição de potência digital.

Já a terceira onda - amplamente referida como *Hallyu* [한류] - emergiu no final dos anos 1990, em resposta à crise financeira asiática, e se desenvolveu ao longo de determinados momentos: (1) radiodifusão regional, com redes de televisão e circuitos cinematográficos estabelecendo rotas de circulação pela Ásia; (2) mobilização transnacional, marcada por turnês, *fandoms*² e convenções que expandiram o alcance da cultura sul-coreana; (3) convergência digital, em que plataformas *on-demand* e redes sociais se tornaram espaços de coautoria e engajamento direto; e (4) institucionalização simbólica, com a cultura *pop* sendo incorporada às estratégias de Estado em fóruns internacionais, ações diplomáticas e mostras curatoriais.

Essa dinâmica - analisada por autores como Joseph Nye e Youna Kim (2019), Dal Yong Jin (2016), Sangjoon Lee e Abé Nornes (2015) e Daniela Mazur (2023) - consolidou a Coreia do Sul como potência criativa, articulando redes digitais, estética *pop* e tecnologias de afeto para ampliar sua influência global. Nesse processo, o país torna-se não apenas produtor de cultura, mas agente ativo na circulação de sentidos, afetos e identidades.

Esse deslocamento não se limita ao plano institucional ou econômico, incidindo diretamente sobre os regimes de mediação que organizam a experiência cultural contemporânea. À medida que plataformas digitais, dispositivos audiovisuais e circuitos algorítmicos passam a estruturar a visibilidade global, a produção cultural sul-coreana deixa de operar exclusivamente por obras ou produtos isolados e passa a se articular através de figuras, performances e dispositivos capazes de condensar e redistribuir sentidos. Nesse movimento, a mediação cultural assume um caráter sensível e relacional, no qual estética, tecnologia e afeto se entrelaçam na constituição de novas formas de presença pública.

Nesse horizonte, certas figuras públicas transcendem a lógica da autoria ou da obra individual e passam a operar como agentes de mediação estética e cultural. Funcionam como “antenas”, no sentido atribuído por Félix Guattari (1992), ao atuarem como sensores das mutações do presente e traduzi-las em experiências que condensam tensões sociais, tecnológicas e simbólicas. Essa sensibilidade adquire centralidade nos debates sobre a *Hallyu* enquanto fenômeno transnacional, cuja recepção não apenas redefine o entretenimento, mas ativa formas de engajamento político e afetivo na internet. É nesse horizonte que este artigo propõe uma aproximação entre duas dessas figuras-antena - Nam June Paik e Kim Namjoon.

Nam June Paik (1932-2006), pioneiro da videoarte e da experimentação eletrônica, desenvolveu uma obra que perturba os meios de comunicação e instaura novas formas críticas de percepção. Suas intervenções não apenas desautomatizam a tecnologia, mas a convertem em território poético e político - articulando ironia, ruído, corpo e máquina em um gesto que antecipa os regimes visuais da cultura digital (Hanhardt, 1982). Embora vinculado a um momento anterior à ascensão da *Hallyu*, Paik projeta uma sensibilidade voltada para o mundo, reposicionando a Coreia do Sul no campo da arte global sem abrir mão de suas singularidades.

Na esteira desse legado, surge Kim Namjoon (1994–), conhecido artisticamente como RM, líder e força criativa por trás do fenômeno global do *K-pop*, o grupo BTS, cuja atuação se desdobra para além da performance musical. Em rede, Namjoon atua como curador cultural ao compartilhar livros, obras de arte e reflexões, operando como embaixador simbólico da Coreia contemporânea. Nessa posição, traduz a linguagem *pop* em discursos sobre memória coletiva, interdependência cultural e midiática e subjetividade distribuída³.

Se Paik tensionava a televisão, Namjoon tensiona os algoritmos: ambos tecem a complexa tapeçaria da cultura contemporânea, unindo o que é disperso e dando voz ao que era silêncio. As práticas de ambos, embora distantes no tempo e nas linguagens, fraturam os códigos midiáticos de suas épocas e reconfiguram modos de presença cultural no mundo.

Curiosamente - e talvez sintomaticamente - seus nomes reverberam: Nam June e Namjoon compartilham a mesma grafia em coreano [남준]. Essa coincidência onomástica, mais do que um detalhe biográfico, funciona como índice simbólico de uma linhagem crítica não planejada - variações rítmicas de uma filiação poética que atravessa a mídia e o tempo. A semelhança, no entanto, não anula os contrastes: Paik operava num contexto de emergência da tecnocultura de massa, enquanto RM atua em ecossistemas moldados por lógicas computacionais e de hipervisibilidade.

Se um desmontava o circuito eletrônico com ironia crítica, o outro o reocupa com vulnerabilidade calculada - ambos desestabilizando as promessas de transparência dos regimes midiáticos que habitam. Este artigo investiga como RM, operando na dinâmica computacional das plataformas digitais, atualiza impulsos estético-políticos presentes na obra de Nam June Paik. O artista atualiza uma corrente crítica que se estende da videoarte à cultura *pop* conectada, do ruído eletrônico à curadoria de si. Neste processo, a *Hallyu* não rompe com a herança de Paik; antes, a absorve, a traduz e a reinscreve em novas materialidades.

A Figura 1 condensa a tese deste artigo em uma justaposição visual. De um lado, o bocejo de Paik - um gesto de ironia e de tédio⁴ que revela sua crítica à passividade da televisão - traduz uma relação de atrito com a tecnologia de seu tempo. De outro lado, a imagem cuidadosamente construída de Namjoon, posando para a revista *Vogue Korea*, revela uma presença que, ao mesmo tempo, é estratégica e vulnerável. O contraste entre os dois artistas serve como um índice da continuidade estética que une suas práticas: ambos usam o corpo e a imagem para subverter as expectativas de seu meio, instaurando uma política que rearticula a relação entre artista, tecnologia e público.

Figura 1 – Nam June e Namjoon



Fonte: A autora (2025), com base em fotografia de Roman Mensing, reproduzida em *The Art Newspaper* (SILVA, 2021), e imagem de Jang (2023).

O objetivo deste trabalho, portanto, é analisar como as práticas artísticas de Paik e RM constituem formas de disputa simbólica na geopolítica do sensível, instaurando modos singulares de visibilidade, percepção e pertencimento. Para tanto, a análise observa os efeitos dessa reorganização estética na construção da visibilidade internacional coreana, em especial no contexto da *Hallyu*, onde arte, cultura digital e estratégias de influência cultural se entrelaçam como forças de mediação simbólica.

Com uma abordagem qualitativa, a pesquisa emprega uma cartografia conceitual como zona crítica de percepção e comparação. Em vez de buscar paralelos formais, o estudo se debruça sobre como as práticas de Paik e RM ressoam em uma trajetória simbólica compartilhada, na qual a arte se converte em interferência nos modos de imaginar e experienciar o mundo.

2. A Arte como Configuração do Sensível na Cultura Digital

Este capítulo parte da hipótese de que a arte é um campo de disputas simbólicas. Mais do que representar o mundo, a arte intervém nos modos de senti-lo. Para além da circulação de produtos culturais, importa investigar como práticas estéticas articulam regimes de percepção, pertencimento e atenção em ecossistemas saturados de visibilidades. Em lugar de respostas fechadas, propõe-se examinar como certos gestos artísticos produzem zonas de incerteza, tensão e reorganização do sensível.

Nesse campo expandido, as práticas artísticas adquirem densidade política ao interferirem na forma como sujeitos aparecem, são escutados e tomam parte na vida comum. Como observou Guy Debord (1997), na sociedade do espetáculo, a vida social é mediada pela imagem, e o visível torna-se instrumento de controle. Em outro registro, Jacques Rancière (2005) reinterpreta esse diagnóstico, argumentando que a política está, em sua raiz, na estética: ela é uma redistribuição do campo perceptível, tratando-se de contestar as condições que definem o que pode ser visto, dito, sentido - e por quem.

Denomino partilha do sensível o sistema de evidências sensíveis que revela, ao mesmo tempo, a existência de um *comum* e dos recortes que nele definem lugares e partes respectivas. Uma partilha do sensível fixa, portanto, ao mesmo tempo, um *comum* partilhado e partes exclusivas. Essa repartição das partes e dos lugares se funda numa partilha de espaços, tempos e tipos de atividade que determina propriamente a maneira como um *comum* se presta à participação e como uns e outros tomam parte nessa partilha (Rancière, 2005, p. 15).

A partilha do sensível, assim, consiste na delimitação do que é reconhecido como parte do comum: tempos, espaços e modos de presença considerados legítimos em determinado regime de percepção. A política, nesse sentido, emerge quando tal ordem é abalada - quando vozes, corpos ou afetos até então excluídos da cena comum conquistam visibilidade, ressonância e agência simbólica. Em vez de apenas representar uma identidade, a arte pode perturbar os modos dominantes de reconhecimento e pertencimento.

Ampliando o conceito proposto na introdução, Guattari (1992) pensa o artista como um operador de mutações subjetivas. Para o autor, a força da criação artística reside na potência da estética, que talvez ocupe uma posição privilegiada em nossa época. Ele afirma:

a potência estética de sentir, embora igual em direito às outras - potências de pensar filosoficamente, de conhecer cientificamente, de agir politicamente -, talvez esteja em vias de ocupar uma posição privilegiada no seio dos Agenciamentos coletivos de enunciação de nossa época (Guattari, 1992, p. 130).

Mais do que um criador de formas, o artista atua como uma “antena” - alguém capaz de captar as intensidades latentes do presente e reorganizá-las esteticamente. O gesto artístico, assim, não apenas comunica ou reflete, mas reconfigura as coordenadas do sensível. Essa perspectiva é particularmente potente no contexto da cultura digital, onde a sensibilidade é atravessada por tecnologias que operam politicamente na definição de posicionamento, atenção e relevância.

Como Lev Manovich (2013) demonstra, os sistemas digitais não apenas distribuem conteúdos, mas instauram hierarquias de visibilidade que

determinam o que pode ou não ser percebido. A arte, ao tensionar esses dispositivos, pode abrir fendas nos fluxos hegemônicos de informação e afetividade. No contexto sul-coreano, essas camadas técnicas se entrelaçam com dinâmicas culturais e geopolíticas que modulam a *Hallyu*. Mais do que uma política cultural de exportação, a *Hallyu* constitui um ecossistema simbólico complexo, no qual estética, afeto e subjetividade se misturam⁵. A cultura *pop* coreana não apenas projeta uma imagem nacional - ela reorganiza o modo como o país é sentido, tensionado e apropriado no circuito global.

É nesse campo expandido de mediações que as práticas de Nam June Paik e RM adquirem espessura crítica. Paik tensiona o regime da televisão ao desmontar sua linearidade e instaurar um léxico visual baseado no ruído, na falha e na colagem. Ao transformar televisores em esculturas cinéticas e imagens em campos de distorção, sua obra propõe uma política da interrupção - revelando, por meio da descontinuidade, novas formas de perceber. Já RM ocupa criticamente o ambiente algorítmico das plataformas, convertendo a visibilidade de um *idol*⁶ em espaço de hesitação e curadoria de si. Suas estratégias performativas deslocam o ideal da plenitude midiática, instaurando uma subjetividade que oscila entre exposição e vulnerabilidade.

Ambos os artistas - em ecologias midiáticas distintas - operam como moduladores simbólicos de seus tempos. Suas obras não apenas participam do fluxo cultural da *Hallyu*: elas o desviam, tensionam e redirecionam. Mais do que ocupar o espaço midiático, suas práticas o friccionam - dobrando o espetáculo sobre si mesmo, politizando presenças e ativando brechas nos modos de ver, ouvir e existir.

Essa potência não reside apenas nos objetos culturais produzidos, mas na capacidade de reinscrever os termos da mediação simbólica: quem pode aparecer, como pode aparecer, e com que efeitos de afeto e memória. A arte, aqui, atua como rearticuladora do campo de percepção - não em um gesto de representação estática, mas como tradução simbólica de uma sensibilidade em trânsito.

3. Do Analógico ao Algorítmico: A Linhagem Crítica em Quatro Eixos de Análise

Nesta seção, delineamos os procedimentos analíticos que orientam a investigação sobre as práticas de Nam June Paik e Kim Namjoon, compreendidas como antenas estético-midiáticas inseridas em ecologias distintas, mas conectadas por sensibilidades convergentes. Retomando o que foi antecipado na introdução, desenvolvemos aqui uma abordagem metodológica voltada a identificar como suas obras e performances atualizam modos de inscrição cultural e regimes de recepção transnacional.

A investigação ancora-se na cartografia da duração, inspirada nas proposições filosóficas de Henri Bergson (1999), nos desdobramentos deleuzoguattarianos (1995) da co-investigação e nas formulações contemporâneas de Debra Shaw (2008), que concebe a tecnocultura como um ecossistema simbólico de embates. Longe de um procedimento linear de coleta e análise de dados, a cartografia é compreendida aqui como um gesto analítico-estético, capaz de acompanhar fluxos, ritmos e intensidades.

Nessa perspectiva, Paik e RM não são abordados como objetos de estudo, mas como vetores de presença e ressonância cultural, cujas práticas ativam regimes sensíveis e midiáticos em constante mutação. O que está em jogo não é a representação totalizante, mas a criação de um plano de consistência entre sensações, temporalidades e formas de mediação. É nesse sentido que mobilizamos o conceito de audiovisualidades paikianas (Corso, 2023), operado aqui como uma lente transversal de leitura.

As audiovisualidades paikianas podem ser entendidas como qualidades comunicacionais que mostram como Nam June Paik transborda para outros territórios com uma complexidade de aspectos que carregam memórias em diversos níveis e são também uma forma de entender a sua obra artística a partir da concepção bergsoniana de evolução criadora. Na tecnocultura contemporânea, as audiovisualidades paikianas são, portanto, atualizações das memórias das obras de Paik que estão em devir. Essas apropriações, em uma convergência múltipla de formatos, suportes e tecnologias, estão cada vez

mais difusas e perpetuam a memória de Paik (Corso, 2023, p. 307).

Mais do que atributos técnicos de uma obra, essas audiovisualidades funcionam, neste estudo, como operadores analíticos capazes de evidenciar continuidades e dissonâncias entre práticas artísticas separadas por décadas, suportes e circuitos midiáticos, permitindo observar como memórias estéticas se atualizam em contextos tecnoculturais distintos.

Como procedimento analítico, partimos de uma imersão no conjunto de materiais produzidos por ambos os artistas - incluindo videoartes, performances, instalações, letras de músicas, entrevistas, postagens em redes sociais, curadorias e ações midiáticas. A partir dessa experiência, buscamos cartografar os modos pelos quais linguagem, corpo, imagem e artefato operam como zonas de ativação simbólica, constituindo espaços de fricção entre estética e política. Desse movimento emergiram quatro constelações conceituais, compreendidas não como categorias fixas, mas como campos móveis de ressonância crítica: (1) a constelação da linguagem, que evidencia como Paik e RM reinscrevem dispositivos de presença e enunciação; (2) a do corpo, que investiga a mobilização de afetos, vulnerabilidades e identidades; (3) a da imagem, que explora a instauração de estéticas de opacidade e camadas de recepção; e (4) a do artefato, que analisa a operação de materialidades simbólicas em regimes de *soft power* que excedem a lógica promocional da cultura.

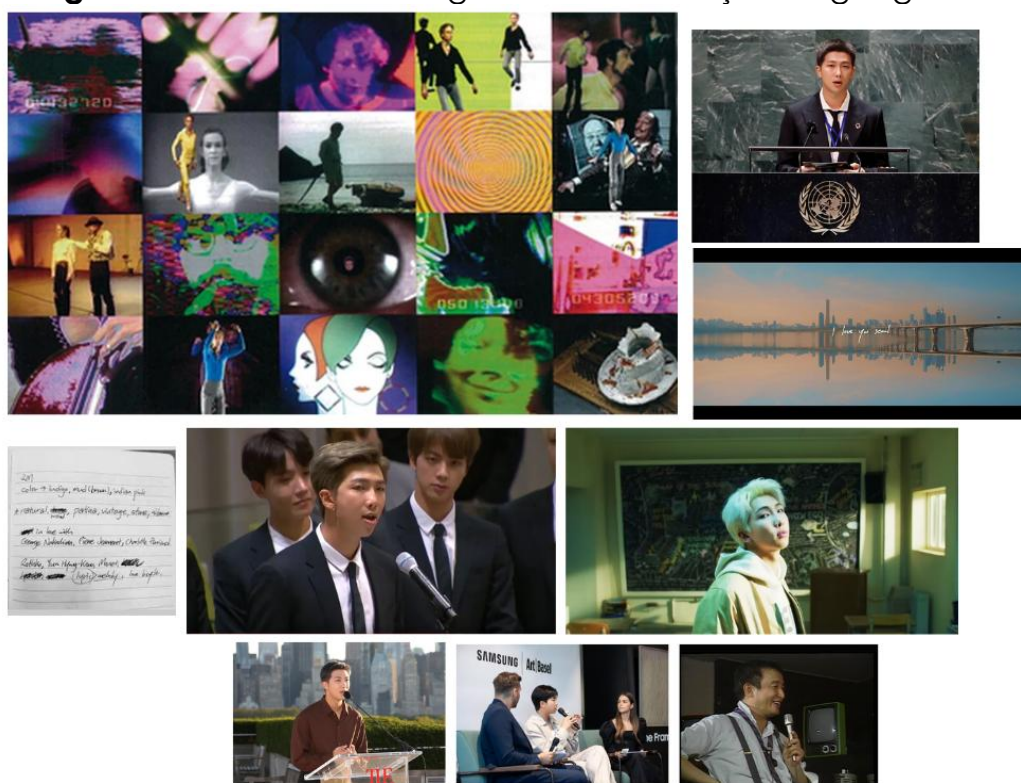
Essas constelações convergem em um eixo transversal: a (re)configuração da projeção midiática da Coreia do Sul como potência cultural, a partir de práticas artísticas que intervêm nos modos de ver, ouvir e imaginar o país no espaço global. Ao articular gestos que operam sob lógicas distintas de circulação e visibilidade, buscamos compreender *menos* o que esses artistas representam e *mais* o que colocam em movimento - afetos, sentidos e regimes de percepção - tanto no plano simbólico quanto nos circuitos de recepção e engajamento.

A cartografia aqui proposta, portanto, não se limita a uma análise comparativa entre dois nomes, mas constitui uma leitura expandida que

reconhece suas práticas como linhas de continuidade e torção em um campo sensível em constante movimento, no qual arte, mídia e política cultural se entrelaçam na produção de mundos. A seguir, o artigo aprofunda a leitura das práticas de Paik e Namjoon a partir de cada uma das constelações conceituais apresentadas.

3.1 Linguagem: De Ruídos Midiáticos a Narrativas Existenciais

Figura 2 – Prancha de imagens da constelação Linguagem



Fonte: elaboração própria a partir de imagens obtidas via Google Imagens e Pinterest, sem autoria identificada. Uso acadêmico conforme art. 46, III, da Lei nº 9.610/1998.

Entre Paik e RM, a linguagem deixa de ser veículo transparente. Ela se converte em superfície instável, marcada por ruído, falha e suspensão. Ambos recusam sua função instrumental e a tratam como matéria estética, política e afetiva – não como ponte, mas como dobra, e não como tradução, mas como resistência.

Paik tensiona os códigos da comunicação ao fazer da falha técnica um gesto estético. Na obra *TV Buddha* (1974), a imagem do Buda é devolvida a

si mesma por meio de um circuito fechado, estabelecendo um ciclo meditativo onde não há transmissão, apenas retorno. Já em *Good Morning, Mr. Orwell* (1984), o *delay* e a fragmentação das transmissões via satélite não são erros a corrigir: são parte da obra. A linguagem, para Paik, é ruído criativo - espaço de pausa e de colapso deliberado da linearidade comunicativa. Ele não fala para esclarecer, mas para desestabilizar.

Já RM opera esse deslocamento por outras vias. Em *Intro: Persona* (BTS, 2019), faixa performada unicamente por RM, a pergunta “quem sou eu, uma pergunta que venho me fazendo por toda a vida” [나는 누군가 평생 물어온 질문] não busca resposta, mas expõe o próprio gesto de perguntar como performance. Sua linguagem poética incorpora incerteza, silêncio, tropeço - não como falha, mas como estratégia. Já nas letras de *mono* (RM, 2018), sua segunda *mixtape*, palavras simples, repetidas e arrastadas instauram uma temporalidade subjetiva, em que o sentido se dissolve na cadência melancólica.

Enquanto Paik implode os sistemas linguísticos por excesso - sobreposição de línguas, justaposição semântica, colagem verbal -, RM os interpela por contenção: a fala fragmentada, o inglês vacilante e o sotaque assumido se tornam elementos de uma poética da vulnerabilidade. Ambos recusam a transparência como valor e afirmam: a linguagem, quando demasiadamente clara, deixa de tocar.

Paik operava com a materialidade da voz eletrônica: transmitia simultaneamente em coreano, japonês, inglês e alemão, dissolvendo a possibilidade de leitura unívoca. Sua fala era polifonia crítica – uma sobrecarga que desorientava. Por outro lado, RM aciona o bilinguismo como campo de fricção identitária: ao mesclar coreano e inglês, sem apagar a particularidade de sua fala ou padronizar a enunciação, propõe um regime de escuta mais atento, mais lento e mais afetivo.

A estratégia linguística dos artistas, embora situada em regimes distintos, articula-se à circulação global da cultura coreana. Na vanguarda da arte ocidental, Paik mobiliza uma plurivocalidade crítica para dissolver a

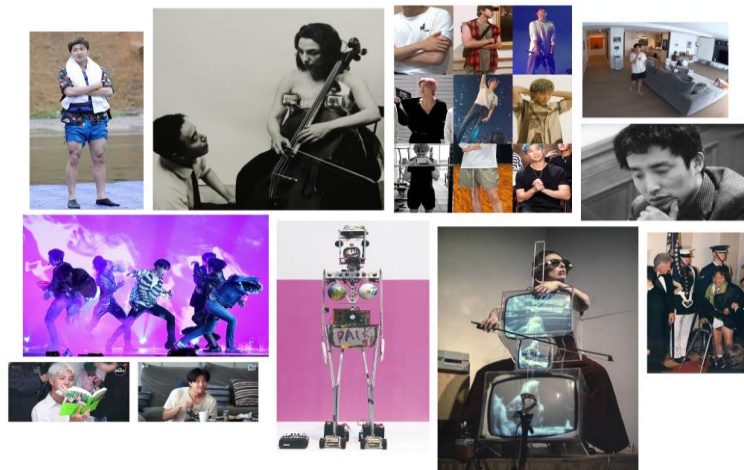
comunicação de massa e antecipar uma sensibilidade cultural emergente. Em RM, essa operação se reinscreve na *Hallyu*, onde o bilinguismo deixa de ser instrumento de alcance internacional e passa a operar como campo de atrito de uma identidade em devir.

Nesse deslocamento, a linguagem não responde: ela desvia. Em Paik, esse desvio assume a forma do ruído, tornando visíveis as falhas da comunicação massificada; em RM, a palavra se desacelera até converter-se em incerteza compartilhada, um dispositivo performativo que sustenta o risco de dizer sem estabilizar o sentido. Embora por operações distintas - a explosão do código em Paik e sua suspensão em RM - ambos recusam a eficácia comunicacional e afirmam a exposição como método, privilegiando menos o entendimento imediato do que a afecção.

Em Nam June Paik e Kim Namjoon, a linguagem não se restringe ao verbal ou ao eletrônico, mas atravessa o corpo. Voz, gesto, respiração e performance passam a operar como extensões do dizer, deslocando a enunciação para além do código. Nesse movimento, o corpo é convocado como superfície crítica de inscrição, onde o sentido não se estabiliza, mas se produz na exposição e na presença.

3.2 Corpo: Da Performance Antiartística à Coreografia Globalizada

Figura 3 – Prancha de imagens da constelação Corpo



Fonte: elaboração própria a partir de imagens obtidas via Google Imagens e Pinterest, sem autoria identificada. Uso acadêmico conforme art. 46, III, da Lei nº 9.610/1998.

O corpo, nas práticas de Nam June Paik e RM, não é suporte inerte, mas operador simbólico - superfície vibrátil entre tecnologia, subjetividade e cultura. Ambos o acionam como vetor de presença e confronto, ainda que sob gramáticas midiáticas radicalmente distintas.

Em Paik, a dimensão corpórea frequentemente aparece como extensão do circuito eletrônico. Nas performances *Fluxus* das décadas de 1960 e 1970, o corpo humano e o dispositivo técnico se contaminam, borrando fronteiras entre sujeito e máquina. Na parceria com a violoncelista Charlotte Moorman, obras como *TV Bra for Living Sculpture* (1969) e *TV Cello* (1971) transformam o corpo feminino em tela, instrumento e provocação - dobrando erotismo, espetáculo e crítica midiática. Ali, a instância corpórea não representa: interfere. *Robot K-456* (1964), robô antropomórfico atropelado em uma performance urbana, dramatiza a obsolescência do humano moderno diante da automação: a carne cede à ferrugem e o gesto à falha mecânica. Paik converte o organismo em ruína midiática - figura liminar entre humanismo e tecnocultura.

Em RM, a presença é ancorada no léxico da hipervisibilidade performática do *K-pop*. Embora não ocupe o centro da dança no BTS, sua atuação coreográfica articula sutileza e introspecção, conjugando gesto, voz e imagem em uma expressividade marcada por pausas, silêncios e falhas visíveis. Fora dos palcos, especialmente nas *Bangtan Bombs*⁷ (2013–), essa presença é reinscrita como espaço de vulnerabilidade - cansaço, ansiedade, autocuidado - produzindo uma corporalidade que atravessa o *idol* idealizado e se aproxima de um artista em fricção constante com o sistema que habita.

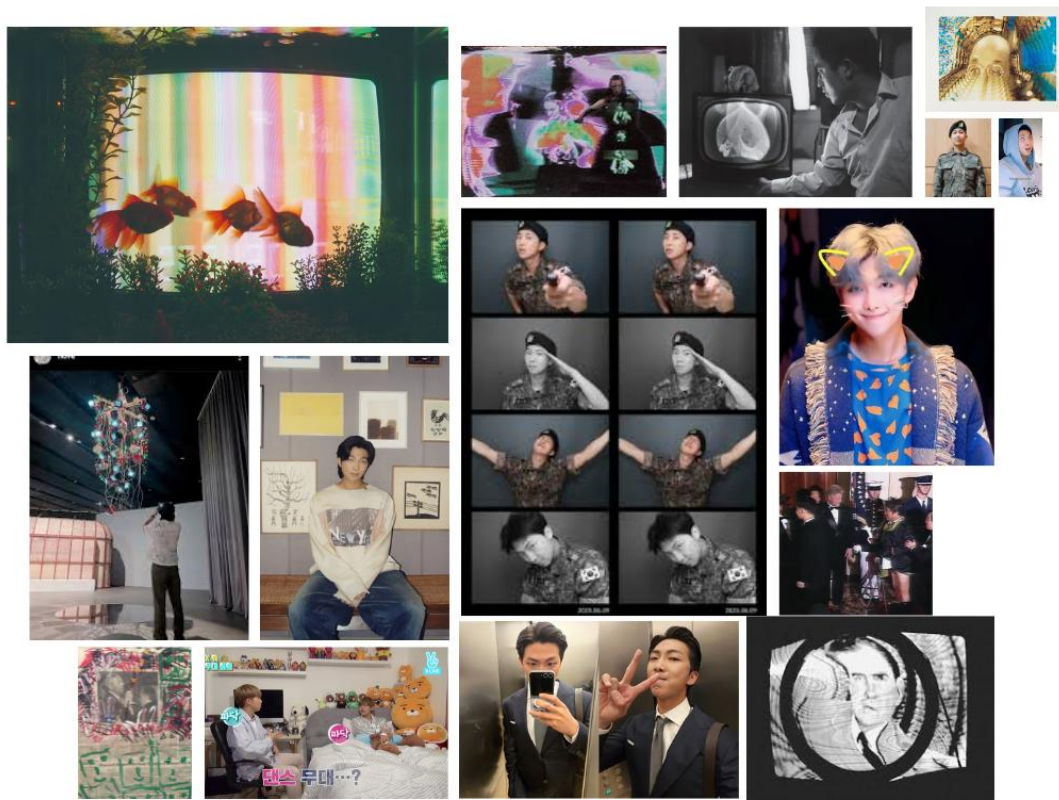
A Coreia do Sul, no contexto da *Hallyu*, projeta sua cultura por meio de corpos altamente disciplinados, produzidos por regimes industriais e midiáticos, nos quais o movimento sincronizado é convertido em síntese de uma modernidade tecnológica e de uma ambição global. Nessas corporalidades, a performance transcende o espetáculo e se torna uma assinatura estética. É nesse regime que a prática de RM ganha nova camada. Se o corpo de Paik insurgia contra o rigor da televisão, o corpo de RM opera dentro da rigidez algorítmica e coreográfica do *K-pop*. No entanto, sua atuação não se limita

à mimese. Ao introduzir gestos de fragilidade e momentos de suspensão em um sistema que prima pela perfeição, RM tensiona a narrativa de *soft power* e reintroduz a fricção do sensível que Paik explorava décadas atrás.

Paik e RM mobilizam o corpo como zona de atrito: um, contra a passividade televisiva; outro, contra a espetacularização idealizada. Ambos desestabilizam as imagens normativas do corpo – seja pela ironia eletrônica, seja pela exposição pessoal assumida. Em seus gestos, o corpo não afirma uma identidade: convoca uma sintonia. Se o corpo se apresenta como um vetor de visibilidade e contestação, é na imagem que essa presença ganha forma visível, moldada por filtros, ruídos e espectros. A imagem, assim, como extensão do corpo, torna-se palco de tensões entre opacidade e transparência, entre visibilidade e crítica.

3.3 Imagem: Do Fluxo Eletrônico à Narrativa Midiática Construída

Figura 4 – Prancha de imagens da constelação Imagem



Fonte: elaboração própria a partir de imagens obtidas via Google Imagens e Pinterest, sem autoria identificada. Uso acadêmico conforme art. 46, III, da Lei nº 9.610/1998.

A imagem, para Paik e RM, não é apenas um dispositivo de visibilidade, mas uma zona de negociação entre técnica, corpo e poder. Ambos a mobilizam como superfície instável, onde os códigos dominantes da representação são tensionados - seja pela distorção analógica das ondas eletrônicas, seja pela manipulação algorítmica de aparições digitais. Em vez de transparência, propõem camadas: opacidades moduladas por ruído, saturação, silêncio e curadoria.

Para Nam June Paik, a imagem eletrônica não obedece a uma lógica representacional. Suas obras recusam a televisão como espelho do mundo e a reinscrevem como campo de conflito entre o biológico e o técnico. Em *Magnet TV* (1965), a intervenção magnética torna a imagem instável e sujeita à interferência; em *Video Fish* (1975), o acoplamento entre peixes vivos e telas distorcidas produz uma imagem-ecossistema, marcada por pulsação e contaminação. Não há fidelidade nem representação, mas variação - um gesto que antecipa a estética do *glitch* e configura o erro e o ruído como política da percepção.

Em outro contexto midiático, RM opera a imagem digital como campo performático em permanente reconstrução. Inserido no regime de hipervisibilidade do *K-pop*, seu gesto não busca estabilizar identidades, mas expor a imagem como superfície saturada, construída por sobreposições, cálculos e excessos. O videoclipe *IDOL* (2018), do BTS, exemplifica esse procedimento: imagens hiperprocessadas, camadas gráficas, colagens visuais, referências culturais híbridas e coreografias não representacionais - orientadas menos à expressão do eu do que à exposição do colapso identitário - compõem uma *mise-en-scène* que implode a noção de identidade como essência fixa. A referência explícita à obra *Video Fish*, quando os membros do grupo cantam dentro de um aquário, reforça esse diálogo transversal com Paik (Figura 5), atualizando sua lógica em um regime algorítmico de circulação massiva.

Em vez de uma visualidade “naturalizada”, *IDOL* assume a exuberância como método e o excesso como linguagem. Aqui, como sugere Manovich (2013), a imagem não representa: ela calcula, simula e arquiteta experiências

sensoriais, organizadas por uma lógica algorítmica da hipervisibilidade. Tanto em Paik quanto em RM, a imagem deixa de ser evidência para se tornar operação - um espaço onde técnica, poder e sensibilidade se confrontam, revelando não o que se vê, mas como se vê e sob quais condições.

Figura 5 – Video Fish e IDOL



Fonte: elaboração própria a partir de imagens obtidas via Google Imagens e Pinterest, sem autoria identificada. Uso acadêmico conforme art. 46, III, da Lei nº 9.610/1998.

Essa operação não se limita à visualidade espetacular. A imagem pública de RM se ramifica em plataformas, entrevistas e redes sociais digitais, onde ele atua como produtor e mediador cultural. Nesse regime, a imagem torna-se curadoria - não de uma identidade essencial, mas de um posicionamento ético-estético em um ecossistema de visibilidade contínua. Sua atuação não elimina contradições; ao contrário, as integra, modulando a aparição entre presença e silêncio, definição e ambiguidade.

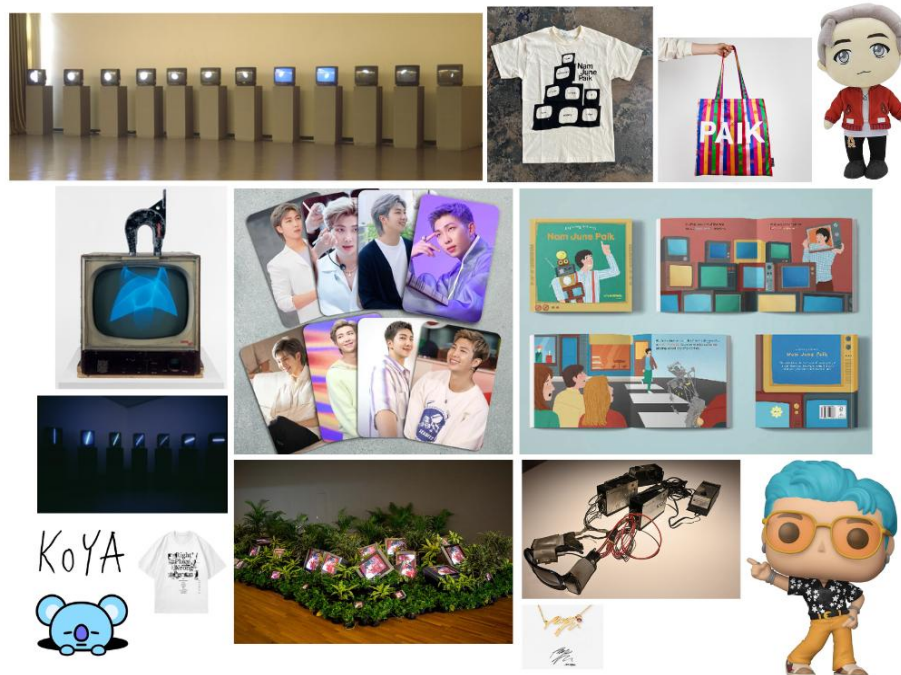
A emergência da *Hallyu*, como um fenômeno de projeção cultural em escala global, é inseparável de sua potência imagética. A onda coreana constrói sua presença a partir de videocliques de alta qualidade, produções estéticas impecáveis e narrativas visuais que se tornam referência para o consumo global. É nesse contexto que as obras de Paik e RM ganham uma ressonância particular. Se a estética do *glitch* de Paik foi um gesto pioneiro que abriu as portas para uma sensibilidade visual não-ocidental, as práticas de RM operam a partir do centro desse sistema. Ao introduzir a curadoria, o silêncio e a incompletude na imagem hipercurada do *idol*, RM questiona a transparência do *soft power* e reintroduz a imagem como um espaço de contradição, não de afirmação.

Se Paik desmontava o sistema televisivo para reconfigurá-lo como arte crítica, RM desestabiliza o regime imagético da celebridade contemporânea ao introduzir ruídos sutis na lógica da transparência. Em ambos, a imagem não é confirmação, mas pergunta: *quem vê? O que se vê? O que é permitido ser visto?* Enquanto o primeiro transforma os circuitos analógicos em zonas de experimentação, o segundo habita os circuitos digitais com consciência metalinguística. Paik desmonta; RM desloca. Paik interrompe o fluxo; RM dobra a exposição. Ambos recusam a neutralidade da imagem e operam contra o regime da evidência – não para negar a visibilidade, mas para disputar suas condições.

A imagem, contudo, não vive sozinha. Ela atravessa superfícies, objetos e dispositivos. É no artefato – seja tecnológico, simbólico ou cotidiano – que essas práticas se ancoram e se expandem. A próxima constelação nos leva ao território onde memória, materialidade e mediação se entrelaçam.

3.4 Artefato: Do Objeto de Mídia Reconfigurado aos Produtos de Consumo Cultural

Figura 6 – Prancha de imagens da constelação Artefato



Fonte: elaboração própria a partir de imagens obtidas via Google Imagens e Pinterest, sem autoria identificada. Uso acadêmico conforme art. 46, III, da Lei nº 9.610/1998.

O artefato, em Paik e RM, é mais que objeto: é operador simbólico, condensador de tensões entre técnica, afeto e política. Ambos compreendem a materialidade como linguagem - não passiva, mas ativa - capaz de estabelecer regimes sensíveis e agências simbólicas.

Em Paik, os dispositivos eletrônicos perdem sua funcionalidade técnica para se tornarem provocadores de percepção. Obras como *TV Garden* (1974) suspendem a fronteira entre o natural e o artificial: monitores se integram às plantas, cabos entrelaçam-se como raízes e o circuito eletrônico passa a operar como um ecossistema estético. Não se trata apenas de transmitir imagens, mas de criar zonas de vibração onde o artefato se articula como corpo, como interferência e como metáfora crítica. A televisão, antes vetor de normatividade midiática, é reprogramada como superfície de indisciplina sensorial.

No universo do *K-pop*, as materialidades operam segundo um código específico: *photobooks*, mascotes, álbuns e objetos de coleção funcionam como extensões afetivas do vínculo entre fãs e ídolos. RM, no entanto, desloca esse circuito para além da lógica do consumo ao incorporar livros, esculturas e anotações pessoais em sua aparição pública. Esses objetos não indexam apenas uma intimidade biográfica; atuam como gestos curatoriais que traduzem um posicionamento estético e ético - operação que se institucionaliza de forma explícita na exposição RM x SFMOMA (SFMOMA, 2025, *online*), a ser realizada em 2026 no *San Francisco Museum of Modern Art*, que apresentará obras de sua coleção pessoal em diálogo com o acervo do museu. Sua biblioteca privada, o diário fragmentado e suas escolhas curatoriais passam, também, a operar como interfaces simbólicas, nas quais o banal é convertido em linguagem e a interioridade em dispositivo de mediação.

Se Paik desmontava o aparato técnico para revelar suas camadas ideológicas, RM reinscreve objetos cotidianos em uma dramaturgia pública em que o sujeito é também arquiteto de sua imagem. Se nos televisores manipulados de Paik vibra o tempo eletrônico da modernidade tardia, nos microfones, plataformas e câmeras acionadas por RM pulsa o tempo

rizomático da autoinscrição digital - simultaneamente íntimo e global, cotidiano e espetacular. Ambos recusam o artefato como fetiche ou ferramenta neutra. Em suas práticas, o objeto é convocado a agir: ele inquieta, desloca, afeta. Paik nos convida a firmar a falha técnica como linguagem; RM nos propõe uma arqueologia afetiva da presença - onde a performance de si passa pelos resíduos materiais da existência.

A Coreia do Sul, através da *Hallyu*, projeta sua cultura por meio de uma produção massiva de artefatos que funcionam como objetos de consumo, mas também como vetores de memória e afetividade. É nesse contexto de hiperprodução que as obras de Paik e RM ganham ressonância. Se a crítica de Paik operava por meio de objetos tecnológicos reconfigurados - televisores e circuitos -, a de RM se manifesta na apropriação de dispositivos culturais e cotidianos que fogem à lógica de mercado do *K-pop*. RM atualiza, assim, a provocação paikiana: enquanto Paik transformava a mídia em arte crítica, RM reinscreve objetos de sensibilidade em um sistema que tende a tudo transformar em *commodity*.

No capitalismo de plataforma, onde tudo aspira à transparência funcional, o artefato retoma densidade: ele abriga contradições, memórias e incompletudes. Se Paik revelava o dispositivo como ideologia, RM o transforma em vestígio de sensibilidade - reposicionando a crítica paikiana em um novo regime, no qual a estética *pop* e a curadoria de si convergem como modos de inscrição política.

*

Essas quatro constelações não operam apenas como categorias de análise. Elas funcionam como zonas de acomodação do tempo, onde o sensível é disputado, curvado e reorientado. Ao nos aproximarmos das práticas de Nam June Paik e Kim Namjoon por meio desses eixos, torna-se possível perceber que suas obras não visam representar o mundo, mas reorganizá-lo - instaurando ritmos, hesitações e desvios que afetam o que pode ser visto, ouvido e sentido.

Em cada constelação emergiram intervalos férteis: a *linguagem* como ruído e silêncio intencional; o *corpo* como superfície de atrito entre o íntimo e

o espetáculo; a *imagem* como campo de opacidade crítica; e o *artefato* como mediador simbólico entre memória e presença. Nesse entrelaçamento, Paik e RM não apenas refletem seus contextos tecnoculturais - eles intervêm neles, redesenhando os modos de subjetivação possíveis na era da mediação ubíqua. Suas obras abrem a possibilidade de imaginar outros mapas do sensível - menos lineares, mais ambíguos, mais vivos. Mais do que artistas icônicos, eles atuam como moduladores do sensível em seus respectivos ecossistemas midiáticos, e suas práticas emergem como políticas da sensibilidade.

Ao articular práticas experimentais com formas de mediação afetiva e estética, Paik e RM evidenciam que a arte não espelha o real, mas o traduz. É nesse intervalo - entre o ruído e o gesto, entre o colapso da imagem e a pausa da linguagem - que suas obras nos mantêm em suspensão, com as antenas ligadas, rearticulando modos de ver e pertencer no presente global.

4. Sinal Ajustado: a Tradução do Sensível na Linhagem Crítica

Em um tempo de circulação algorítmica de imagens, afetos e discursos, as práticas artísticas tornam-se também práticas de inscrição simbólica - modos de interferir nos regimes do sensível que moldam a inserção de uma cultura no mundo. Este artigo partiu da hipótese de que Nam June Paik e Kim Namjoon operam como moduladores simbólicos, tensionando as formas de visibilidade, escuta e pertencimento no circuito global a partir de práticas que entrelaçam estética, tecnologia e política.

Esse percurso analítico, guiado por quatro constelações, demonstrou que a aproximação entre os dois artistas não se funda em equivalências geracionais ou formais, mas em uma linhagem crítica que reconfigura o comum (Rancière, 2005). Se as videoinstalações de Paik transformam monitores televisivos em campos escultóricos e propõem uma estética da interrupção, RM opera o mesmo gesto crítico no ambiente algorítmico das plataformas: ele torce e desconstrói os meios, deslocando a performance do *idol* para uma estética da atenção e curadoria de si. A inserção dessas

práticas no contexto da *Hallyu* revela que a onda coreana atua como um arranjo afetivo e simbólico, no qual Paik e RM não apenas participam, mas a expandem e tensionam, abrindo fissuras em seu interior.

Essas práticas operam como arquiteturas críticas da experiência, reorganizando aquilo que pode ser percebido, compartilhado e nomeado, reafirmando, assim, que toda política é também uma estética - uma transformação da partilha do sensível. A força dessa intervenção reside na complementaridade das quatro constelações, nas quais a opacidade da imagem e o ruído da linguagem se articulam à subversão do corpo-espetáculo e à reconfiguração do artefato. É essa sinergia que posiciona as obras de Paik e RM como cerne da disputa simbólica na geopolítica do sensível.

Mais do que artistas icônicos, Paik e RM atuam como tradutores simbólicos de uma Coreia em fluxo, atravessada por ruídos, camadas e rearticulações. Ao operar no atrito entre regimes de visibilidade e modos de enunciação, suas práticas deslocam os modos de ver, imaginar e pertencer no presente global. Criar, afinal, não é fixar identidades ou territórios, mas traduzir sensibilidades em movimento.

REFERÊNCIAS

BERGSON, Henri. **Matéria e Memória**: Ensaio sobre a Relação do Corpo com o Espírito. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

BTS. **Intro: Persona**. 2019. Videoclipe. Disponível em: <https://youtu.be/M9Uy0opVF3s?si=rIZ1JX3xdkJqdGko> Acesso em: 11 ago. 2025.

BTS. **IDOL**. 2018. Videoclipe. Disponível em: <https://youtu.be/pBuZEGYXA6E?si=B-E1FeOaWkkMD9aZ> Acesso em: 11 ago. 2025.

BTS. **Fake Love**. Performance ao vivo no *Billboard Music Awards*, 2018. Disponível em: <https://youtu.be/wrY3csCav9M?si=P94jr5f59bZN2pOb> Acesso em: 11 ago. 2025.

BTS. **Bangtan Bombs**. 2013-. Série de vídeos. Disponível em: https://youtube.com/playlist?list=PL5hrGMysD_Gu2a7-KuaQTxjRVPqM2Bi63&si=qpLpADngBMJHwMZb Acesso em: 11 ago. 2025.

CORSO, Aline. **Audiovisualidades Paikianas**: uma arqueocartografia por artefatos da tecnocultura audiovisual contemporânea em ambientes on-line. 2023. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Unisinos, São Leopoldo, 2023.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Trad. Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **Mil Platôs**: capitalismo e esquizofrenia. Vol. I. São Paulo: Ed.34, 1995.

GUATTARI, Félix. **Caosmose**: um novo paradigma estético. Tradução de Ana Lúcia de Oliveira e Lúcio Costa. São Paulo: Editora 34, 1992.

HANHARDT, John G. **Nam June Paik**. New York: W W Norton & Co Inc, 1982.

JANG, Dukhwa. RM stays truthful to every moment. Fotografia. **Vogue Korea**, 16 mai. 2023. Disponível em: <https://www.vogue.co.kr/2023/05/16/rm-stays-truthful-to-every-moment>. Acesso em: 11 ago. 2025.

JENKINS, Henri. **Fans, bloggers and gamers**: exploring participatory culture. New York: New York University Press, 2006.

JIN, Dal Yong. **New Korean wave**: Transnational Cultural Power in the Age of Social Media. Urbana: University of Illinois Press, 2016.

KIM, Youna (Org.). **The Korean Wave**: Korean Popular Culture in Global Context. London: Routledge, 2013.

LEE, Sangjoon; NORNES, Abé Mark (Eds.). **Hallyu 2.0**: The Korean Wave in the Age of Social Media. Ann Arbor: University of Michigan Press, 2015.

MANOVICH, Lev. **Software takes command**. Bloomsbury Academic, 2013.

MAZUR, Daniela. **A Coreia do Sul e a Hallyu**: uma globalização alternativa no mundo multipolar. Tese (Doutorado em Comunicação) - Instituto de Artes e Comunicação Social, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2023.

NYE Jr., Joseph S. **Soft power**: the means to success in world politics. New York: Public Affairs, 2004.

NYE, Joseph S.; KIM, Youna. Soft power and the Korean Wave. In: KIM, Youna (Org.). **South Korean popular culture and North Korea**. London: Routledge, 2019. p. 41–53.

RANCIÈRE, Jacques. **A partilha do sensível**: estética e política. Trad. Mônica Costa Netto. São Paulo: Exo/ Editora 34, 2005.

RM. **mono**. 2018. Álbum musical. Big Hit Entertainment.

SFMOMA. **RM and SFMOMA partner on first exhibition of its kind**. Press release sobre a exposição RM x SFMOMA, a ser realizada de outubro de 2026 a fevereiro de 2027. Disponível em: <https://www.sfmoma.org/press-release/rm-and-sfmoma-partner-on-first-exhibition-of-its-kind> Acesso em: 11 ago. 2025.

SHAW, Debra B. **Technoculture**: the key concepts. New York: Berg, 2008.

SILVA, José da. An expert's guide to Nam June Paik: five must-read books on the Korean-American artist. **The Art Newspaper**, 10 jun. 2021. Disponível em: <https://www.theartnewspaper.com/2021/06/10/an-experts-guide-to-nam-june-paik-five-must-read-books-on-the-korean-american-artist>. Acesso em: 11 ago. 2025.

TOLEDO, Ana Clara; MENARDI, Betânia; MOLINA, Carolina Soares; MILANEZI, Maicon Faria. A relação do fã e a mídia: participatividade e influência. In: Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, 18, 2013, Bauru, SP. **Anais...** São Paulo: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2013.

NOTAS

¹ Pesquisadora visitante no Ewha Creative Art Center, da Ewha Womans University, na Coreia do Sul. Doutora em Ciências da Comunicação (UNISINOS) na linha de pesquisa Mídias e Processos Audiovisuais, com período de coleta de dados na Coreia do Sul (bolsa PROEX/CAPEs), Mestra em Processos e Manifestações Culturais (FEEVALE) na linha de pesquisa Linguagens e Processos Comunicacionais (bolsa PROSUP/CAPEs) e Bacharela em Tecnologias Digitais (UCS). E-mail: aline.corso@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5334-653X>.

² De acordo com Henri Jenkins (2006, p. 41), um fã não é apenas “um espectador comum de um certo programa que traduz o que vê em algum tipo de atividade cultural, mas aquele que compartilha sentimentos e pensamentos a respeito do conteúdo desse programa com amigos, juntando-se a uma ‘comunidade’ de outros fãs que têm interesses em comum”. Essas comunidades são conhecidas por *fandoms*, palavra de origem inglesa, formada a partir da abreviação da expressão “*fan kingdom*”, ou “reino dos fãs”, (TOLEDO et al., 2013).

³ Sua atuação como embaixador se manifesta em esferas formais, como no discurso na 73ª Assembleia Geral da ONU em 2018 em apoio à campanha “Love Myself” da UNICEF, que foi inspirada pela série de álbuns “Love Yourself” do BTS. Sua nomeação como enviado presidencial especial para as futuras gerações e cultura é outro exemplo. Em uma leitura menos formal, ele utiliza sua conta pessoal no Instagram (@rkive) como plataforma curatorial,

destacando a arte e a cultura coreana por meio de visitas a museus e galerias, o que complementa e ressignifica seu papel na esfera pública global.

⁴ O conceito de tédio (*boredom*) é constante na crítica de Paik à televisão. Em seu ensaio de 1963, "*Afterlude to the Exposition of Experimental Television*", ele já discutia o tema, afirmando que a televisão, como era praticada, promovia a passividade e o tédio. O bocejo de Paik não é um ato isolado, mas uma extensão performática e irônica de uma crítica que ele vinha desenvolvendo ao longo de sua trajetória. Ver: <http://www.medienkunstnetz.de/source-text/31> Acesso em: 24 set. 2025.

⁵ Embora autores como Nye (2004) interpretem o fenômeno como estratégia de *soft power*, críticas como as de Mazur (2023) apontam os riscos de uma leitura instrumental e estatal: "essa é apenas uma das facetas que pode explicar o fenômeno, mas não a sua integridade, e simplifica-lo a um conceito estadunidense é mais uma forma de estereotipar uma indústria complexa, multifacetada e de forte poder nacional do mundo majoritário (...) Além disso, esse discurso dá a entender que a cultura pop sulcoreana só teve a chance de se expandir pelo mundo por causa de seu potencial político ou de estratégias diplomáticas específicas criadas a esse favor ou de incentivos governamentais, e não porque é um fenômeno cultural com capacidade de dialogar e conquistar outros públicos. Portanto, é uma retórica restritiva que agrega valor apenas ao caráter político, desconsiderando a qualidade artística" (Mazur, 2023, p. 103).

⁶ "O *idol* é a celebridade/personalidade midiática do K-pop que faz parte do sistema de agenciamento de talentos da indústria do pop sul-coreano (...) são desenvolvidos dentro do sistema *idol* para terem as habilidades e as performances apropriadas para atraírem público, engajarem marcas e se apresentarem como modelos de um estilo de vida agregado ao consumo dessa cultura pop" (Mazur, 2023, p. 83).

⁷ As *Bangtan Bombs* (2013-), são uma série contínua de vídeos curtos publicados pelo BTS em seus canais oficiais, dedicados a registrar bastidores, ensaios, deslocamentos e momentos cotidianos do grupo. Diferentemente de conteúdos performáticos formais, esses microvídeos operam em um regime de baixa espetacularização, expondo falhas, pausas, afetos e vulnerabilidades, e funcionando como um dispositivo institucional de proximidade e circulação afetiva no interior da *Hallyu*.

Recebido em 27/09/2025 e aprovado em 19/11/2025

A CONSTRUÇÃO E A EXPORTAÇÃO DA REALIDADE NA COREIA DO SUL A PARTIR DOS K-DRAMAS

Juliana Palmeirim da Silva¹
Helen Pinto de Britto Fontes²

Resumo: O texto apresenta a trajetória histórica, cultural e política dos *K-dramas*, desde suas origens na ocupação japonesa até sua consolidação nas plataformas de streaming globais, tendo como objetivo compreender como essas produções se transformaram em instrumentos de soft power e expressão cultural sul-coreana. Com base em revisão bibliográfica, referências acadêmicas e reportagens jornalísticas, a metodologia qualitativa permite discutir tanto os aspectos históricos quanto os impactos sociais do fenômeno. A fundamentação teórica articula conceitos como orientalismo, branding nacional, Hallyu e soberania cultural, questionando a influência de corporações estrangeiras na autonomia da indústria audiovisual coreana. Os resultados apontam que, embora os *K-dramas* tenham conquistado espaço e relevância global, também enfrentam desafios ligados à homogeneização narrativa e à apropriação econômica por plataformas internacionais. Além disso, destacam-se implicações sociais, como a idealização de relacionamentos e padrões estéticos que podem gerar frustrações, fetichização e riscos emocionais ou físicos. Em conclusão, o estudo evidencia que os *K-dramas* não devem ser vistos apenas como entretenimento, mas como manifestações culturais complexas que refletem os dilemas históricos e contemporâneos da Coreia do Sul, reforçando a importância de preservar sua identidade cultural e promover um consumo crítico e consciente.

Palavras-chave: Coreia do Sul. *K-dramas*. Idealização.

THE CONSTRUCTION AND EXPORT OF REALITY IN SOUTH KOREA THROUGH K-DRAMAS

Abstract: This text presents the historical, cultural, and political trajectory of K-dramas, from their origins during the Japanese occupation to their consolidation on global streaming platforms, aiming to understand how these productions have become instruments of soft power and South Korean cultural expression. Based on a literature review, academic sources, and journalistic reports, the qualitative methodology allows for a discussion of both the historical aspects and the social impacts of the phenomenon. The theoretical framework articulates concepts such as Orientalism, national branding, Hallyu, and cultural sovereignty, questioning the influence of foreign corporations on the autonomy of the Korean audiovisual industry. The results indicate that, although K-dramas have gained global relevance, they also face challenges related to narrative homogenization and economic appropriation by international platforms. Furthermore, social implications are highlighted, such as the idealization of relationships and aesthetic standards that can generate frustration, fetishization, and emotional or physical risks. In conclusion, the study shows that K-dramas should not be seen simply as entertainment, but as complex cultural manifestations that reflect South Korea's historical and contemporary dilemmas, reinforcing the importance of preserving its cultural identity and promoting critical and conscious consumption.

Keywords: South Korea. K-dramas. Idealization.

1. As origens dos K-dramas e a história da indústria televisiva sul-coreana

As séries de drama sul-coreanas surgiram na década de 1920 – no formato de rádio – devido ao desejo por entretenimento pelo Império japonês, que na época ocupava a Coreia do Sul (Kuhn, 2024). Inicialmente, de acordo com Renata Kuhn (2024), o idioma das produções era majoritariamente japonês e as estruturas eram muito influenciadas pelas produções nipônicas – que eram vistas como o tipo ideal de produção televisiva na Ásia. Com a chegada da tecnologia da televisão na Coreia do Sul, no ano de 1956, essas produções passaram a ser feitas no formato audiovisual (Mazur *et al*, 2021). O primeiro canal oficial de televisão coreana foi o chamado *Korean Broadcasting System* (KBS), que existe até os dias de hoje, e ele foi o responsável por lançar o primeiro *k-drama* em 1962 chamado de 서울의 뒷골목 (*Backstreet of Seoul*), segundo Kuhn (2024). A partir dessa produção, começou a se estruturar o formato das séries coreanas.

Na década de 1960, os recursos para produção de séries, a quantidade de aparelhos e redes televisivas, além do acesso da população a essas tecnologias, ainda eram muito limitados (Mazur *et al*, 2021). Depois de enfrentar domínios de dinastias até 1897, foi implementado o Império Coreano (1897 - 1910) e, após o seu fracasso, o país foi dominado pelo Japão (1910 a 1945) de maneira extremamente opressora e violenta. Além disso, um pouco após o fim da Segunda Guerra Mundial (1930 - 1945), aconteceu a Guerra da Coreia (1950–1953) que culminou na criação da Coreia do Norte (socialista) e da Coreia do Sul (capitalista). Diante de todos esses conflitos, a Coreia do Sul terminou com milhões de mortos e como um país empobrecido e instável, o que dificultava o acesso a artigos considerados de luxo como a televisão. Porém, foi “com o levante da ditadura militar, que a televisão foi devidamente regulamentada no país” (Mazur *et al*, 2021, p. 90) e, apesar da censura nesse período, foi possível que a Coreia criasse estruturas próprias independentes do

Japão.

Durante todo esse período, as séries televisivas – que na época eram compostas principalmente por dramas históricos, chamados de 사극 (sageuk) – eram produzidas representando exatamente o clima de tristeza e pobreza da sociedade: muitas falavam sobre sofrimentos pessoais e colocavam figuras históricas em posições de “salvadores da nação”, como, por exemplo, o Sejong³ (Bagatini, 2024). Com o passar dos anos, o governo coreano passou a adotar estratégias para tentar reverter a situação socioeconômica do país e promover o *National Branding*, ou seja, a divulgação de uma boa imagem nacional para outros países (Souza et al, 2023). Esse segundo movimento almejava fazer com que, por meio da valorização coreana, esses países comesçassem a enxergar a Coreia como um local de possível investimento.

Por uma falta de condições militares e por medo de mais conflitos com a Coreia do Norte, que tem um poderio militar extremamente forte e é muito próxima geograficamente da Coreia do Sul, iniciou-se a estratégia política chamada de *soft power*, termo cunhado por Joseph Nye Jr. (2002, apud Ouriveis, 2013) na década de 1990 que significa o incentivo para um país ganhar reconhecimento global através da sua cultura. Nesse sentido, segundo Rodrigo Souza et al (2023, p. 24), o “*soft power* estimularia relações mais duradouras, uma vez que a influência ocorre de maneira pouco agressiva”. No caso da Coreia do Sul, esse movimento ficou conhecido como 한류 (Hallyu ou Onda coreana).

Diante dessa lógica, criaram-se políticas como a Lei Básica para a Promoção da Cultura (1999) que, com o apoio financeiro de conglomerados empresariais – os chamados de 재벌 (chaebols) – promoveram o avanço das produções nacionais, entre essas estavam as séries televisivas sul-coreanas (Barros; Rabelo, 2024). Até a década de 1990, além das narrativas sobre sofrimento e tristeza nacional, muitas também falavam sobre um estilo de vida simples e rural. Porém, a partir desse período e do avanço das tecnologias, as produções começaram a adotar outras temáticas tradicionais das produções

ocidentais, como, por exemplo, os romances (Bagatini, 2024).

Apesar do investimento crescente nessas produções, nos outros países do mundo, as séries televisivas sul-coreanas ainda não eram muito visadas. O que estava em alta internacionalmente até a década de 2010 eram, principalmente, as séries estadunidenses, como, por exemplo, *Grey's Anatomy* (2005-presente), *Gossip Girl* (2007-2012), *Supernatural* (2005-2020), entre outras. Porém, com a popularização dos consumidores da cultura coreana e o avanço das plataformas de *streaming*, ocorreu uma mudança nesse interesse (Mazur *et al*, 2021).

2. A Era do *streaming* e a internacionalização dos K-dramas

As plataformas de *streaming* de vídeo evidenciam cada vez mais a força do conteúdo sul-coreano, especialmente ao observar-se o crescimento contínuo desses títulos em seus catálogos. A *Netflix*, por exemplo, começou a inserir dramas sul-coreanos por volta de 2014, com somente três a cinco títulos, que pareciam entrar e sair do catálogo em um sistema quase rotativo, sugerindo uma limitação nos direitos de exibição. Antes disso, quando a plataforma chegou ao Brasil em 2011, praticamente não havia produções sul-coreanas disponíveis. No entanto, essa realidade começou a mudar significativamente a partir de 2016, quando a *Netflix* passou a operar diretamente no mercado sul-coreano. Diferentemente do Brasil, onde o serviço introduziu a tecnologia de *streaming*, na Coreia do Sul a empresa teve que se adaptar a um ecossistema digital já estruturado, o que exigiu a aquisição de produções locais para estabelecer vínculos com o público (Mazur *et al*, 2021).

A entrada no mercado sul-coreano impactou diretamente o catálogo global, incluindo o brasileiro, que passou a receber mais títulos coreanos. Com o passar dos anos e, especialmente após a pandemia em 2020 — que transformou o consumo cultural e reforçou a centralidade das plataformas de *streaming* —, o conteúdo sul-coreano ganhou ainda mais visibilidade e relevância. De acordo com uma pesquisa de Maria Mungioli *et al* (2023), para a revista *RuMoRes*, entre 2020 e 2022, houve um salto significativo no número

de títulos sul-coreanos disponíveis na *Netflix* brasileira: de cerca de 200, ultrapassou-se a marca de 400 títulos, mostrando que, ao longo de quase uma década, o conteúdo sul-coreano conquistou um espaço de destaque no consumo global de mídia.

No sentido do formato dessas produções, a estrutura “simples” que era popular antes dos anos 2000, passou a se remodelar. Antes, porém, é necessária uma explicação sobre o uso dos termos *K-drama* e *dorama* — a qual revela uma dimensão muito mais profunda do que uma simples escolha linguística. No Brasil, o termo *dorama*, derivado da pronúncia japonesa da palavra *drama* (ドラマ, *do-ra-ma*), foi amplamente adotado desde os anos 1990 e 2000, quando a cultura pop japonesa — incluindo animes, mangás e outras produções televisivas — começou a se popularizar de maneira mais marcante no Brasil. Assim, para muitos brasileiros, a palavra *dorama* se tornou uma espécie de “termo-guarda-chuva” que passou a ser usado para se referir a qualquer tipo de série asiática, incluindo os dramas coreanos, chineses e tailandeses. Parte disso se explica pela familiaridade prévia com o Japão e pela ausência, na época, de outras referências asiáticas mais amplamente acessíveis. Além disso, a semelhança entre os termos em coreano (드라마, *deu-ra-ma*) e japonês (*dorama*) para pessoas que não são familiarizadas com os dois idiomas contribui para que essa confusão se mantenha, mesmo que, simbolicamente e politicamente, tenham implicações distintas.

No entanto, adotar o termo *dorama* para se referir a produções coreanas pode perpetuar um tipo de apagamento cultural e histórico, ao desconsiderar o passado de colonização e violência imposto pelo Japão à Coreia. Esse uso não apenas ignora a individualidade cultural sul-coreana, mas também insere a discussão em uma lógica orientalista, que reduz a complexidade de diferentes países asiáticos a uma nomenclatura única. Assim, insistir no uso de uma terminologia de origem japonesa para nomear suas produções pode ser lido como um gesto de desrespeito, ainda que involuntário. Por esse motivo, a nomenclatura que está sendo adotada neste trabalho é *K-drama*.

Com a chegada dos anos 2000, a estrutura que foi sendo adotada pelas

produções era a de narrativas bem definidas, poucos episódios (entre 16 a 20 capítulos), uma única temporada e uma hora e meia de duração máxima de cada episódio (Mendonça, 2025). Além disso, o que se consolidou foi uma forma específica de pensar a narrativa e a lógica de exibição, baseada em estratégias televisivas regionais, voltadas principalmente ao público doméstico. Diante desse foco nacional das produções e com o objetivo de produzir uma boa imagem da Coreia do Sul para o exterior, as produções televisivas sul-coreanas passaram a adotar um estilo “fantasioso” de se contar histórias.

Ao se falar sobre *K-dramas*, o que logo vem à mente das pessoas que consomem esses conteúdos é como os casais demoram muito tempo para ficarem juntos, o clímax da história — que normalmente é o beijo entre os protagonistas — acontece somente no último episódio, os homens são representados como extremamente românticos e carinhosos, as mulheres estão sempre lindas e bem arrumadas, entre outros aspectos que representam o ideal de “perfeição coreana”. Nesse cenário, uma das principais diferenças entre as produções sul-coreanas e as ocidentais, especialmente no gênero de romance, está na forma como a narrativa é construída para provocar sensações mais imersivas e emocionais no público, enquanto séries americanas e europeias tendem a seguir uma abordagem mais direta e racional (Mendonça, 2025). Essa diferença na abordagem mostra como as produções sul-coreanas valorizam o emocional como eixo central da narrativa, oferecendo uma experiência que vai além do roteiro e convida o público a se sentir junto aos personagens.

De acordo com Andréia Mendonça (2025, p. 65), os *K-dramas* estão conquistando cada vez mais um público brasileiro que consome novelas nacionais porque eles “oferecem histórias inovadoras, produção de alta qualidade e uma conexão emocional diferenciada, em um formato compacto e sonoro”. Ainda que diversas em estilo e temática, todas essas produções compartilhavam uma lógica estrutural enraizada na televisão sul-coreana, com formatos reconhecíveis e consistentes, como explicado anteriormente, e que foi o que conquistou o público internacional em um

primeiro momento.

Devido ao aumento do interesse global pelas produções audiovisuais sul-coreanas, que foi percebido através de sucessos como *Descendants of the Sun* (2016), que alcançou mais de 440 milhões de visualizações na plataforma chinesa *iQiyi*, e *Goblin* (2016), com índices de audiência superiores a 20% durante a exibição do episódio final na *Total Variety Network* (TVN), ocorreu a entrada das plataformas de *streaming* no mercado audiovisual da Coreia do Sul, as quais passaram a realizar transformações significativas no modelo tradicional. Uma das primeiras mudanças perceptíveis com a entrada desses agentes estrangeiros foi justamente a forma como os dramas começaram a ser pensados. De acordo com Daniela Mazur *et al* (2021), antes disso, a estrutura televisiva sul-coreana operava com um sistema relativamente bem estabelecido entre as emissoras públicas e privadas, com gêneros próprios, o qual é extremamente relevante na lógica de consumo local sul-coreana.

Essa diversidade de gêneros reflete a especificidade cultural da indústria televisiva sul-coreana, cuja força está, justamente, em representar uma identidade nacional por meio da ficção. Essa construção se dá principalmente pela representação de valores sociais, históricos e culturais compartilhados — como a importância da família, a ética do trabalho, os dilemas morais e as tradições locais — que aparecem nas tramas, personagens e cenários, permitindo que o público sul-coreano se veja refletido nas narrativas e criando uma sensação de pertencimento coletivo. Com o avanço do *streaming*, porém, observa-se o surgimento de novas dinâmicas de poder na indústria (Mazur *et al*, 2021). Empresas como a *Netflix*, a *Disney+* e a *Amazon Prime Video* não somente distribuem esses conteúdos para o público internacional, mas também passaram a interferir diretamente nos processos de criação. De acordo com Mazur *et al* (2021, p. 92), a Coreia do Sul “é um mercado valioso para a *Netflix*, não apenas pelos novos assinantes em potencial, como também pela possibilidade de exportação de conteúdos locais”.

Ao firmarem contratos de coprodução com produtoras coreanas, como foi o caso, por exemplo, de *Love Alarm* (2019) — produzida a partir de uma parceria da *Netflix* com a *Studio Dragon Corporation*⁴ —, essas plataformas

passaram a influenciar desde o número de episódios até a forma como os roteiros são construídos. Segundo Mazur *et al* (2021), o resultado disso é a gradual adaptação — e, em certos casos, descaracterização — de elementos tradicionais dos *K-dramas* em favor de uma lógica mais “global”, mas que, no fundo, é centrada nas expectativas de um mercado dominado pelos Estados Unidos.

Diante disso, observam-se problemas em diversas camadas. Primeiramente, há uma preocupação evidente com a soberania narrativa: ao se produzir uma série coreana voltada para o público global, mediada por interesses estrangeiros, deixa-se de lado a perspectiva nacional construída para o público interno e, assim, perdem-se nuances culturais específicas, críticas sociais locais e referências históricas que dialogam diretamente com o público doméstico. A narrativa já não é mais sobre “a Coreia falando da Coreia”, mas sim a Coreia do Sul sendo interpretada — e filtrada — por um olhar estrangeiro (Mazur *et al*, 2021). Além disso, os lucros gerados por produções de grande sucesso, como *Round 6* (*Squid Game*, 2019) que, segundo dados da *Netflix* divulgados pela revista *Veja* em julho de 2025, bateu recorde de audiência na plataforma com 60,1 milhões de visualizações, são direcionados majoritariamente para as plataformas internacionais, já que a propriedade intelectual costuma ficar com essas empresas. Ou seja, mesmo que o conteúdo tenha sido 100% produzido na Coreia do Sul, com criadores, elenco e equipes locais, os maiores frutos econômicos desse sucesso não permanecem na indústria sul-coreana (Mazur *et al*, 2021).

De acordo com a publicação “Korean actors demand millions per episode, sparking production cost concerns”, do site *Chosun Biz*, de abril de 2025, além da questão financeira, há também um impacto direto na economia da indústria audiovisual local. Com o aumento da demanda por conteúdos originais, impulsionados pelo investimento dessas plataformas, houve uma inflação nos custos de produção e nos cachês dos artistas. Isso fez com que produtoras menores tivessem dificuldades em competir, e diversos filmes e séries acabassem engavetados, sem recursos para distribuição. A lógica de mercado que antes funcionava dentro de certos parâmetros

sustentáveis passa, então, a ser desestabilizada por uma força externa que dita regras e que, muitas vezes, não considera as especificidades culturais e industriais locais. Nesse cenário, o que se coloca em risco é a continuidade dessa expansão sob controle da própria Coreia.

Entretanto, é necessário reconhecer que, embora o *streaming* tenha potencializado a visibilidade dos *K-dramas* no mundo todo, também impôs novos desafios. Além da mudança de formato e duração dos episódios, a própria autonomia da indústria sul-coreana em contar suas histórias a partir de suas próprias referências, valores e prioridades também está em jogo. Manter essa autonomia, frente às pressões de um mercado audiovisual global centrado em poucas corporações multinacionais, é fundamental para garantir que os *K-dramas* não percam aquilo que os torna únicos: sua identidade cultural, suas abordagens narrativas singulares e sua capacidade de refletir — ainda que ficcionalmente — os dilemas, as dores e as potências de uma sociedade complexa e em constante transformação.

Nesse cenário, torna-se essencial observar como esses conteúdos são produzidos, recebidos e ressignificados pelo público estrangeiro. A expansão global dos *K-dramas* criou novas dinâmicas de consumo, em que o espectador não se limita a assistir passivamente, mas participa de comunidades virtuais, compartilha interpretações e constrói sentidos que, muitas vezes, ultrapassam a intenção original das obras (Mazur *et al*, 2021). Esse movimento, ao mesmo tempo que amplia a circulação cultural da Coreia do Sul, também levanta questões sobre possíveis distorções na compreensão de seu contexto social e cultural.

3. Idealizações e fetichismos: Os perigos do encantamento pelos *K-dramas*

Com a popularização dessas produções fora da Coreia do Sul, formaram-se comunidades de fãs muito engajadas, como no caso das “*dorameiras*” — um termo que se tornou popular para designar, especialmente entre o público feminino, quem acompanha assiduamente dramas asiáticos. Aqui estamos dando preferência ao uso do termo no feminino, pois, de acordo com Helena

Santos e Geórgia Souza (2023), a maioria dos fãs desses conteúdos é do gênero feminino na faixa dos 20 anos. No entanto, é importante refletir também sobre como essas representações — por mais encantadoras que sejam — contribuem para a construção de um imaginário que nem sempre dialoga com a realidade da Coreia do Sul. Tais idealizações podem gerar expectativas irreais sobre relacionamentos e reforçar padrões estéticos e comportamentais que não são universais, mas sim fruto de uma indústria cultural específica, com suas estratégias e interesses próprios.

No caso dos *K-dramas*, principalmente a figura do homem costuma ser desenhada com traços de um romantismo quase utópico: sempre sensível, paciente, respeitosa, carinhosa e, por vezes, parece estar emocionalmente disponível de uma maneira que contrasta fortemente com as imagens tradicionais de masculinidade em muitas outras culturas. Esse tipo de representação, por mais encantadora que pareça, é construída por uma indústria audiovisual com foco na exportação e consumo internacional, especialmente por um público feminino que busca, nesses conteúdos, experiências emocionais intensas e idealizadas. Como toda ficção, esses produtos oferecem uma versão dramatizada da realidade, mas o problema surge quando a linha entre o entretenimento e a realidade começa a se apagar.

A romantização excessiva de personagens masculinos nos *K-dramas* cria o que Justina Robaski e Carin Klein (2023, p. 87) chamam de “masculinidade suave”, ou seja, um tipo de masculinidade “atravessada por sentidos e códigos ligados à delicadeza, beleza, sensibilidade, empatia e cuidado, associados hegemonicamente (em nossa cultura) ao feminino”, algo que dificilmente se sustenta fora das telas. Ainda assim, muitas mulheres ao redor do mundo — influenciadas por esse retrato — passaram a alimentar o desejo de viver algo semelhante na realidade. Algumas, inclusive, viajam para a Coreia do Sul na esperança de encontrar o “homem perfeito”, como retratado nessas histórias (Lemos; Pinheiro, 2024). Esse movimento, que poderia parecer uma curiosidade cultural ou uma fase passageira de encantamento, esconde uma problemática mais profunda.

De acordo com uma matéria da *CNN Brasil* de agosto de 2023, o fetiche por homens asiáticos — conhecido como *yellow fever* — tem impulsionado essas viagens e expectativas, fazendo com que algumas mulheres acreditem que vão encontrar, na realidade, um personagem saído de um *K-drama*. O que elas ignoram, no entanto, é que esse tipo de idealização não só contribui para o fetichismo racial, colocando homens asiáticos em posições desconfortáveis, mas também as expõe a riscos reais. Muitas dessas mulheres colocam sua segurança em risco ao confiar cegamente em desconhecidos somente com base na nacionalidade ou aparência. Golpes amorosos, sequestros e até esquemas de tráfico humano têm se aproveitado desse imaginário romantizado. Um exemplo disso, segundo Ligia Lemos e Mariana Pinheiro (2024), são os criminosos que se aproveitam dessas mulheres e aplicam o golpe chamado de *Oppa Scam* (*golpe do oppa*)⁵, em que eles se passam por atores de *K-dramas* para enganar e extorquir as vítimas. Em uma matéria da *CNN Brasil*, de setembro de 2022, foi divulgado o caso de uma mulher de Ribeirão Preto, São Paulo, que perdeu 50 mil reais em um golpe aplicado por um perfil fingindo ser o famoso ator sul-coreano Park Bo-gum.

Os riscos, porém, vão muito além dos físicos e financeiros: a idealização constante desses modelos de relacionamento — sempre harmônicos, intensos e profundamente românticos —, além do físico, pode ter um impacto psicológico profundo. Nesse cenário, o consumo desenfreado de *K-dramas* para escapar da própria realidade pode distorcer a percepção que essas pessoas têm sobre o amor e sobre si mesmas. Essa fuga pode provocar frustrações, baixa autoestima, ansiedade e uma desconexão crescente com os relacionamentos reais, que são naturalmente mais complexos, falhos e imprevisíveis do que os roteiros bem amarrados das produções coreanas.

Além disso, o padrão estético elevado, tanto dos personagens masculinos quanto dos femininos nos dramas, reforça uma lógica de perfeição que também pode gerar insegurança e frustração (Amaral, 2019). Na tela, todos os personagens são visualmente impecáveis, com roupas estilosas, cabelos perfeitamente arrumados, corpos esbeltos e peles sem imperfeições. Assim como acontece em muitas indústrias de audiovisual, esse padrão visual, ao ser

constantemente reforçado, pode acabar sendo interpretado como o “normal” ou o “ideal” a ser atingido, colocando uma pressão enorme sobre a autoimagem de quem consome esses conteúdos — especialmente adolescentes e jovens adultos em processo de construção identitária. De acordo com Rafaela Amaral (2019), a influência desses padrões de beleza através das mídias faz com que, principalmente entre as mulheres, se desenvolvam distúrbios alimentares, disfunções hormonais e problemas psicológicos.

Diante desse cenário, torna-se evidente que o impacto dos *K-dramas* vai muito além do entretenimento, e não há como negar sua relevância cultural, emocional e até econômica no cenário atual da mídia global. No entanto, é essencial que o público consiga estabelecer limites entre a ficção e a realidade. Reconhecer a beleza, a sensibilidade e o valor artístico dessas histórias não significa ignorar que elas são, antes de tudo, narrativas cuidadosamente roteirizadas e produzidas. Para que o consumo desses conteúdos continue sendo saudável, é necessário um olhar crítico: entender que a “perfeição” das histórias fictícias não existe, que nenhuma cultura é monolítica, e que nenhuma estética deve ser vista como padrão absoluto.

Considerações finais

Diante de toda a trajetória percorrida, é possível perceber que os *K-dramas* não são apenas produtos de entretenimento, mas manifestações culturais complexas que refletem tanto os processos históricos da Coreia do Sul quanto suas estratégias contemporâneas de inserção no cenário global. Desde os tempos de ocupação japonesa até o atual domínio das plataformas de streaming, essas produções passaram por diversas transformações em conteúdo, forma e objetivo. A adoção da estratégia de *soft power* e o fortalecimento da *Hallyu* foram cruciais para a internacionalização dos *K-dramas*, permitindo que o país projetasse uma imagem positiva ao mundo ao mesmo tempo que consolidava sua indústria cultural. No entanto, o sucesso global trouxe consigo desafios significativos, principalmente no que diz

respeito à autonomia criativa e ao respeito pelas especificidades culturais locais.

Além das questões de soberania cultural, os *K-dramas* também suscitam debates importantes sobre a influência que exercem na construção de imaginários coletivos — especialmente no tocante aos relacionamentos e aos padrões estéticos. A forma como personagens, sobretudo masculinos, são retratados de maneira idealizada pode impactar profundamente o público, criando expectativas irreais que ultrapassam o campo da ficção. Isso se intensifica em contextos em que as fronteiras entre fantasia e realidade são diluídas, o que pode gerar frustrações, fetichização e até colocar em risco a integridade emocional e física de quem consome esses conteúdos de forma acrítica. Portanto, o consumo consciente, aliado a um olhar mais atento às implicações sociais e culturais dessas produções, torna-se uma ferramenta essencial para evitar distorções e promover uma experiência mais enriquecedora.

Por fim, é necessário reafirmar que os *K-dramas* representam uma poderosa forma de expressão cultural, carregada de valor artístico e simbólico. No entanto, para que esse potencial continue sendo bem aproveitado, é indispensável que tanto os criadores quanto os espectadores mantenham a consciência de que essas produções não existem em um vácuo — elas são atravessadas por dinâmicas políticas, econômicas e sociais. Preservar a autenticidade dos *K-dramas*, garantir a valorização da indústria cultural sul-coreana e promover uma recepção crítica e informada por parte do público global são passos fundamentais para que essas narrativas continuem sendo, de fato, um reflexo da Coreia — e não apenas uma projeção do que o mercado global espera dela.

REFERÊNCIAS

AMARAL, Rafaela Prado do. **Kpop**: padrão de beleza, mídia e suas implicações no cotidiano dos grupos femininos na Coreia do Sul. 61 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Design-Moda) - Instituto de Cultura e Arte, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza 2019. Disponível em: <https://repositorio.ufc.br/handle/riufc/51720>. Acesso em: 26 set. 2025.

BAGATINI, Helena Schröer. **Os K-dramas históricos como instrumentos de projeção internacional da identidade sul-coreana**: um estudo sobre a série Mr. Sunshine. 2024. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Relações Públicas) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Departamento de Comunicação, Porto Alegre, 2024. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/288449/001240425.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 26 set. 2025.

BARROS, Beatriz da Silva de; RABELO, Roberto Araújo da Silva Vasques. Um estudo sobre o k-pop como instrumento de soft power Sul-Coreano. **Revista Contribuciones A Las Ciencias Sociales**, São José dos Pinhais, v. 17, n. 10, p. 1-15, 2024. Disponível em: <https://ojs.revistacontribuciones.com/ojs/index..> Acesso em: 26 set. 2025.

ESTADÃO CONTEÚDO. Consulado sul-coreano faz alerta após brasileira perder R\$ 50 mil em golpe. **CNN Brasil**, 21 set. 2022. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/tecnologia/consulado-sul-coreano-faz-alerta-apos-brasileira-perder-r-50-mil-em-golpe/>. Acesso em: 26 set. 2025.

FÁBIO, Marcela. Goblin: O K-drama que uniu amor, fantasia e história em uma narrativa inesquecível. **Doramazine**, 17 dez. 2024. Disponível em: <https://doramazine.com.br/goblin-o-k-drama-que-uniu-amor-fantasia-e-historia-em-uma-narrativa-inesquecivel/>. Acesso em: 26 set. 2025.

GADELHA, Isabela. Como o fetiche por asiáticos afeta mulheres e homens amarelos, e de que maneira o k-pop impactou esse cenário. **CNN Brasil**, 16 ago. 2023. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/entretenimento/como-o-fetiche-asiatico-afeta-mulheres-e-homens-amarelos>. Acesso em: 26 set. 2025.

GELLI, Thiago. Temporada final de "Round 6" quebra recorde de audiência da Netflix. **Veja**, 1 jul. 2025. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/coluna/tela-plana/temporada-final-de-round-6-quebra-recorde-de-audiencia-da-netflix/>. Acesso em: 26 set. 2025.

KUHN, Renata Mendes. **O K-drama como instrumento de soft power da Coreia do Sul**. 2024. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Relações Públicas) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Departamento de Comunicação, Porto Alegre, 2024. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/281924/001216069.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 26 set. 2025.

LEMONS, Ligia Prezias; PINHEIRO, Mariana Marques De Lima. "Oppa Scam" And Romantic Relationships In K-Dramas: Idolatry And Fan Activism In Brazil. **Brazilian Creative Industries Journal**, v. 4, n. 2, p. 256–276, 2024. Disponível em:

<https://periodicos.feevale.br/seer/index.php/braziliancreativeindustries/>. Acesso em: 26 set. 2025.

MAZUR, Daniela; MEIMARIDIS, Melina; RIOS, Daniel. O mercado de streaming na Coreia do Sul: disputas internas e a invasão estrangeira. **Novos Olhares**, v. 10, n. 1, p. 88-101, 2021. Disponível em: <https://revistas.usp.br/novosolhares/article/>. Acesso em: 26 set. 2025.

MENDONÇA, Andréia de Almeida. **O papel das plataformas de streaming no aumento do consumo de produções audiovisuais sul coreanas: o caso dos k-dramas no Brasil**. 2025. 94 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Cinema e Audiovisual) Instituto de Cultura e Arte, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2025. Disponível em: <https://repositorio.ufc.br/handle/riufc/81972>. Acesso em: 26 set. 2025.

MUNGIOLI, Maria Cristina Palma; LEMOS, Ligia Prezia; PENNER, Tomaz Affonso. K-dramas originais Netflix no catálogo brasileiro: melodrama e literacia midiática. **RuMoRes**, [S. l.], v. 17, n. 34, p. 55–76, 2023. Disponível em: <https://revistas.usp.br/Rumores/article/view/215298>. Acesso em: 26 set. 2025.

OKEN. Korean actors demand millions per episode, sparking production cost concerns. **ChosunBiz**, 11 abr. 2025. Disponível em: <https://biz.chosun.com/en/en-entertainment/2025/04/11/6AJF2QBUDNBWPAVQFPMQPP5ZU/>. Acesso em: 4 mar. 2026.

OURIVEIS, Maíra. Soft power e indústria cultural: a política externa norte-americana presente no cotidiano do indivíduo. **Revista Acadêmica de Relações Internacionais (RARI)**, Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Sócio-Econômico, n. 4, v. 2, p. 168-196, set./dez. 2013. Disponível em: https://rari.ufsc.br/files/2013/10/RARI-N_4-Vol.-II-Completa.pdf. Acesso em: 4 mar. 2026.

PARK, Anna. Descendants of the Sun (Descendentes do Sol – 2016): O romance militar coreano que conquistou a Ásia. **Korea Friends**, [S.D.]. Disponível em: <https://koreafriends.com.br/descendants-of-the-sun-descendentes-do-sol/>. Acesso em: 26 set. 2025.

ROBASKI, Justina Bechi; KLEIN, Carin. Masculinidades suaves no k-drama Hello, My Twenties! **Revista da FAEBA: Educação e Contemporaneidade**, Salvador, v. 32, n. 72, p. 82-96, 2023. Disponível em: <https://revistas.uneb.br/faeaba/article/view/17659>. Acesso em: 26 set. 2025.

SANTOS, Helena Maria Braz dos; SOUZA, Geórgia Cynara Coelho de. O fenômeno K-drama no Brasil. **Anais da 12ª Semana de Cinema e Audiovisual da UEG e 2º Encontro das Escolas de Cinema e Audiovisual do Brasil Central**, v. 10, n. 1, p. 1–6, 2023. Disponível em: <https://www.anais.ueg.br/index.php/sau/article/>. Acesso em: 26 set. 2025.

SOUZA, Rodrigo Otero Fernández; MOTA, Aline Carolina da Rocha; NÓBREGA, Giovanna Leal; LEITE, Alexandre César Cunha. A projeção internacional da Coreia do Sul através do K-pop como produto cultural. **Conjuntura Internacional**, v. 19, n. 1,

p. 23-37, 2023. Disponível em:
<https://periodicos.pucminas.br/conjuntura/article/view/27360>. Acesso em: 26 set. 2025.

NOTAS

¹ Bacharel em Jornalismo pela Universidade Federal Fluminense (UFF); Na universidade, integrou o jornal O Casarão, a web rádio Nas Ondas do IACS e o projeto de pesquisa Série Clube. Atuou como estagiária de redação no jornal Errejota Notícias e de assessoria de imprensa na Superintendência de Comunicação Social da UFF. Em 2023, participou do programa de mobilidade acadêmica internacional na Dankook University, na Coreia do Sul. Atualmente, é colaboradora voluntária do site Café com Kimchi e atua como Analista de Comunicação e Produção de Eventos Jr. na Coordenadoria de Gestão de Eventos na Prefeitura Municipal de Niterói. Orcid: <https://orcid.org/0009-0002-1681-7149>. E-mail: julianapalmeirim@id.uff.br.

² Doutora em Comunicação pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro -UERJ, Brasil (2022). Mestre em Comunicação e Cultura pela Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ, Brasil (2011). Professora associada do Departamento de Comunicação Social na Universidade Federal Fluminense. Professora permanente do Programa de Pós Graduação Mídia e Cotidiano - PPGMC da Universidade Federal Fluminense. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-0067-0421>. E-mail: brittohelen@id.uff.br

³ Na Coreia do Sul, entre 1418 e 1450, ele foi responsável por promover uma série de inovações no país, em especial a criação do alfabeto coreano: o 한글 (*Hangul*).

⁴ A Studio Dragon Corporation é uma empresa televisiva sul-coreana responsável por dramas de sucesso como 더 글로리 (*The Glory*, 2022), 사이코지만 괜찮아 (*It's Okay to Not Be Okay*, 2020) e 사랑의 불시착 (*Crashing Landing on You*, 2019).

⁵ "Oppa" é um termo em coreano usado por garotas para se referir de forma carinhosa a irmãos mais velhos ou a namorados.

Recebido em 30/09/2025 e aprovado em 28/10/2025

REMEDIAÇÃO DOS QUADRINHOS NAS TELAS DOS SMARTPHONES: CONSTRUÇÕES INTERMIDIÁTICAS NOS WEBTOONS SUL-COREANOS

Laiza Ferreira Kertscher¹

Resumo: Os *webtoons* são quadrinhos da Coreia do Sul produzidos para o ambiente digital, que se destacam como um dos mais populares produtos culturais do entretenimento sul-coreano nos dias de hoje. Neste artigo, apresentamos uma breve contextualização da emergência dessa forma cultural e as especificidades dos *webtoons* em relação com a materialidade digital e sua inserção na cultura midiática sul-coreana contemporânea. A partir da articulação conceitual com as noções de intermedialidade e remediação, propomos uma reflexão acerca das características semióticas, tecnológicas e culturais dos *webtoons* e os processos de ruptura e continuidade de sua linguagem em relação com outras formas midiáticas. A discussão evidenciou o modo como essa forma midiática estabelece diálogos com outros formatos e é atravessada pelas dimensões tecnológicas e socioculturais que marcam seus contextos de produção e circulação.

Palavras-chave: *webtoons*; intermedialidade; remediação.

REMEDIATION OF COMICS ON SMARTPHONE SCREENS: INTERMEDIAL CONSTRUCTIONS IN SOUTH KOREAN WEBTOONS

Abstract: Webtoons are South Korean comics produced for the digital environment, standing out as one of the most popular cultural products of contemporary South Korean entertainment. In this article, we present a brief contextualization of the emergence of this cultural form and the specificities of webtoons in relation to digital materiality and their insertion into South Korea's contemporary media culture. From a conceptual articulation with the notions of intermediality and remediation, we propose a reflection on the semiotic, technological, and cultural characteristics of webtoons, as well as the processes of rupture and continuity of their language in relation to other media forms. The discussion highlighted how this media form engages in dialogue with other formats and is shaped by the technological and sociocultural dimensions that characterize its contexts of production and circulation.

Keywords: *webtoons*; intermediality; remediation.

1. INTRODUÇÃO

As evoluções midiáticas dos processos de produção textuais são, conforme nos lembra Roger Chartier (1998), marcadas por revoluções. Não é

possível compreender a evolução do texto nos ambientes digitais sem considerar que a passagem do manuscrito ao impresso também foi atravessada por rupturas e continuidades. O texto digital, conforme destaca o autor, oferece ao leitor novos modos de produção e reprodução, mas também maior fluidez e liberdade nas dinâmicas de leitura. Ainda assim, sua estrutura e características preservam traços do texto escrito em suporte físico.

Desde a época do manuscrito, recorda Chartier (1998), a disposição do texto na superfície do papel já apresentava elementos que foram retomados na escrita impressa e que permanecem, sob novas formas, no texto digital. Embora a reflexão de Chartier se concentre na cultura escrita e em suas revoluções na produção e leitura, sua abordagem pode ser expandida para repensar as transformações de outros formatos midiáticos, incluindo narrativas gráficas como os quadrinhos.

Neste artigo, propomos discutir as revoluções midiáticas a partir dos *webtoons* sul-coreanos, histórias em quadrinhos nativas do ambiente digital, cuja forma narrativa é orientada pelo rolar da tela dos *smartphones*. Por essa perspectiva, buscamos refletir sobre as relações entre o quadrinho tradicional, concebido para o impresso, e essa nova forma cultural. Para tanto, retomamos os conceitos de intermedialidade e remediação como chaves analíticas para compreender as continuidades e rupturas entre formatos midiáticos que dialogam com tradições anteriores e com contextos culturais específicos.

Ao analisar o surgimento e a consolidação dos *webtoons* como expressão característica da cultura sul-coreana, pretendemos também discutir sua inserção em novos ecossistemas midiáticos, marcados pela plataformização da cultura e por modos de consumo rápidos e fragmentados, atravessados pela lógica neoliberal do imediatismo. Argumentamos que os *webtoons*, ao mesmo tempo que remedeiam a linguagem dos quadrinhos, evidenciam novos modos de leitura e interação que estabelecemos com a mídia. Sem pretensão de esgotar o tema, este artigo propõe uma reflexão conceitual que visa estimular o desenvolvimento de pesquisas futuras sobre os

webtoons e sobre as novas linguagens midiáticas a partir de suas dimensões semióticas, tecnológicas, culturais e contextuais.

2. A ABORDAGEM INTERMIDIÁTICA

Não são recentes as pesquisas que buscam a compreensão sobre os modos como produtos culturais se articulam entre si e as implicações dessas interações. Esses estudos já foram enquadrados sob outros termos, como os chamados estudos interartes, que se transformaram ao longo das mudanças em relação às perspectivas sobre esse fenômeno. O uso do termo intermedialidade tem sido adotado por possibilitar uma abordagem mais ampla sobre as relações entre diversas expressões culturais, ao abranger não apenas formas que são consideradas como “artísticas”, diante da falta de unanimidade sobre o que poderia ser ou não considerado como arte. Entendemos, portanto, que tanto as artes, quanto outras manifestações culturais, podem ser classificadas como mídias.

Dentre as diversas e complexas aplicações que o termo mídia abrange, e dentro dos diferentes usos da palavra e suas variações em cada idioma, Claus Clüver (2006) discute a compreensão de mídia nos estudos sobre intermedialidade como uma “categoria de textos e classes textuais” (Clüver, 2006, p. 23), tomando “texto” como um “conceito neutro” que denomina objetos independente de qual sistema sógnico pertençam (Clüver, 2006, p. 15). Por essa abordagem, busca-se uma compreensão do conceito de mídia que contemple as diferentes expressões de arte, mas sem restrição também àqueles formatos que não são vistos normalmente como “obras de arte”. Essa perspectiva propõe uma reflexão crítica sobre como diferentes formas midiáticas, sejam em formato de música, pintura, dança, literatura, programas televisivos, entre outros, se relacionam entre si e se valem de aspectos, recursos ou estratégias de diferentes mídias em sua constituição e conteúdo.

Nesse sentido, Irina O. Rajewsky (2012) define a intermedialidade como um termo que abrange perspectivas acerca das fronteiras que se entrelaçam entre as mídias. “Intermedialidade pode servir antes de tudo como um termo

genérico para todos aqueles fenômenos que (como indica o prefixo inter-) de alguma maneira acontecem entre as mídias" (Rajewsky, 2012, p. 18). A autora aponta que o termo é usado de forma ampla para discutir aqueles fenômenos que acontecem *entre* mídias, diferente daqueles que são considerados intramidiáticos (ou seja, entre textos ou gêneros de uma mesma mídia) ou transmidiáticos (como a construção de uma narrativa por meio de mídias diferentes), a partir de uma "consciência intensificada da materialidade e medialidade das práticas artísticas e culturais" (Rajewsky, 2012, p. 16).

Para essa investigação sobre cruzamentos intermediáticos, Rajewsky (2012) propõe três categorias que abrangem as formas mais comuns de relações entre mídias: a transposição midiática (como adaptações de uma mídia para outra, como do livro para o cinema ou dos quadrinhos para as animações), a combinação de mídias (como filmes, teatros e videoclipes, que se constituem por duas ou mais formas de mídias distintas, como som e imagem, para a construção de uma única mídia) e as referências intermediáticas (quando uma mídia evoca ou imita técnicas e recursos característicos de outra, dentro de sua própria materialidade). A autora, no entanto, destaca que os fenômenos intermediáticos não estão restritos a essas categorias e podem ser enquadrados em mais de uma estratégia.

Os quadrinhos, por exemplo, se constituem como mídia a partir da combinação de mídias distintas, na relação entre texto e imagens, que se configurou em uma forma narrativa específica, de maneira que "seus signos se tornam inseparáveis e indissociáveis" (Clüver, 2012, p. 16), mas que frequentemente se valem de referências intermediáticas, ao evocar formas de narração do cinema ou de outras mídias em seu conteúdo. O objeto da intermedialidade pode ser considerado, portanto, como os aspectos particulares de cada mídia e o modo como esses elementos se articulam com outros formatos distintos, com reflexão sobre essas qualidades intermediáticas a partir das especificidades e usos de cada mídia.

Rajewsky cita o conceito de remediação como um "tipo particular de intermedialidade, através de processos de remodelação midiática" (Rajewsky, 2012, p. 34). O termo, apresentado por Jay David Bolter e Richard Grusin (2000),

se refere à representação de um meio em outro meio, uma espécie de releitura das características formais de um meio em outra forma. A remediação compreende, assim, o fenômeno em que mídias se apropriam de práticas características de outras mídias em sua constituição. Apesar de se tratar de um movimento típico das mídias digitais, os autores destacam que práticas de remediação não são exclusivas do virtual.

Fotografia, filmes e televisão se construíram em nossa cultura para incorporar nossas distinções culturais e tornar essas distinções parte de nossa realidade; as mídias digitais seguem essa tradição² (Bolter; Grusin, 2000, p. 62, tradução nossa).

A noção de remediação, portanto, abrange fenômenos midiáticos que se valem de recursos e estratégias já existentes e estabelecidos em outras mídias, remodelando, ou seja, remediando outras mídias. A remediação não implica a substituição de uma mídia pela outra, mas o modo como elas se reconfiguram em relação às outras em determinado contexto midiático. “Essa crença na reforma é particularmente forte para aqueles que estão hoje reaproveitando mídias anteriores em formas digitais³” (Bolter; Grusin, 2000, p. 59). O processo de remediação é visto pelos autores como inerente a qualquer forma midiática, sendo o conceito adotado para a compreensão entre as transformações e interações entre mídias “novas” e “antigas”, para se pensar as dinâmicas de transformação entre mídias a partir da discussão sobre os processos de reapropriação de elementos de uma mídia para outra.

A partir das subcategorias de intermedialidade propostas por Rajewsky (2012) e da noção de remediação, para compreender os *webtoons* sul-coreanos, buscaremos uma percepção acerca de como elementos característicos dos quadrinhos físicos foram reapropriados na constituição de uma nova expressão midiática e como esses aspectos se articulam de forma particular em uma nova materialidade e contexto. Ao adotar uma abordagem intermidiática de comparação entre mídias distintas, não buscamos, no entanto, uma percepção de que uma mídia “superou” a outra ou colocá-las em uma hierarquia. Ao trazer relações entre uma mídia

relativamente nova, como os *webtoons*, e outras mídias consideradas tradicionais, como os quadrinhos, busca-se trazer à luz percepções sobre o cruzamento entre essas mídias e suas implicações nas especificidades de cada forma.

3. A EMERGÊNCIA DOS WEBTOONS NA COREIA DO SUL

Para compreender o processo de remediação dos *webtoons* em relação aos quadrinhos impressos, é importante revisitar o desenvolvimento dessas produções. As histórias em quadrinhos na Coreia são conhecidas como *manhwas*. O termo, que deriva da palavra chinesa *manhua*, assim como os mangás japoneses, vem sendo usado desde meados do século 20 para definir os romances gráficos. Os *manhwas* têm origem em formas de pinturas populares da Coreia, como os *minhwas* e *pungsokhwa*, tipos de artes que expressavam aspectos da vida cotidiana nos séculos 18 e 19 (Yoon, 1997). No final do século 19, a Coreia ainda unificada recebeu influências do Ocidente e do Japão, período em que começaram a circular as primeiras histórias em quadrinhos no país.

O marco inicial dos quadrinhos na Coreia é definido pela publicação da primeira tirinha de Lee Do-yeong, em 1909, em um jornal (Kim, 2011). “A tirinha de cartum nos jornais foi a primeira forma de *manhwa* que circulou na mídia massiva para suprir a demanda do público⁴” (Yoon, 1997, p. 12, tradução nossa). Após a Segunda Guerra Mundial e o fim da ocupação japonesa no país (1910 - 1945), as produções dos *manhwas* se diversificaram para gêneros e públicos mais amplos. Os quadrinhos coreanos em sua forma física enfrentaram um declínio no final dos anos 1990, diante da popularidade e maior diversidade das histórias dos mangás japoneses, que eram importados para a Coreia do Sul (Jang; Song, 2017).

Foi nesse contexto que surgiram as primeiras formas de histórias em quadrinhos voltadas para o ambiente digital no país. No final da década de 1990, cartunistas da Coreia do Sul usavam *blogs* pessoais para publicar seus trabalhos, em que “escapavam da pressão de ter que preencher uma

página, carregando desenhos livremente configurados com amplas margens que simplesmente exigiam rolagem da tela⁵" (Jin, 2015, p. 196, tradução nossa). Conforme Dal Yong Jin (2021), o termo *webtoon*, junção das palavras *web* e *cartoon* (algo como "cartuns para a internet") foi usado pela primeira vez no ano 2000, quando o portal de busca *Chollian* criou uma plataforma para leitura de quadrinhos feitos exclusivamente para a internet.

A partir daí, o termo passou a ser adotado na Coreia⁶ para designar como uma forma midiática específica o que antes era visto apenas como "quadrinhos digitais". A emergência e popularidade dos *webtoons* na Coreia no final dos anos 1990 e início dos anos 2000 acontece diante da alta qualidade dos serviços de internet no país, que no final dos anos 2000 já estava disponível para mais de 70 por cento da população, e da popularização dos *smartphones* no país desde 2009 (Jin, 2021). Os quadrinhos em formato digital, conhecidos no Ocidente como *webcomics*, se desenvolveram também em outros países, mas Dal Yong Jin (2015) destaca que a Coreia foi o primeiro país a criar uma forma cultural⁷ (Williams, 1992, 2016) de quadrinhos específica para o ambiente digital, ao desenvolver características próprias, superando até mesmo a popularidade dos quadrinhos impressos.

Jin (2015) aponta motivos socioculturais que ajudam a explicar a emergência e aceitação dos *webtoons* na Coreia: o fácil acesso para leitura em *smartphones*, disponível para leituras rápidas durante o intenso cotidiano de trabalho e estudos na Coreia; histórias que abordam uma ampla gama de temas, gêneros e conteúdos com os quais os leitores coreanos podem se identificar; a inserção em plataformas participativas, em que usuários podem comentar e interagir com as histórias, que muitas vezes se expandem em narrativas transmidiáticas; e o momento de crescente exportação da cultura coreana, com a *Hallyu*⁸ (Jin, 2015). Hyesu Park (2021) acrescenta também as possibilidades criativas como um dos fatores que impulsionam os *webtoons* na Coreia, diante de um ambiente menos exposto à censura e regulação de mídia em comparação ao mercado editorial tradicional, em que escritores podem expressar maior liberdade criativa e flexibilidade temática em seus trabalhos.

Com a conformação dessa forma de quadrinhos, os principais portais de busca da Coreia, *Daum* e *Naver*, criaram seus próprios serviços para publicação e leitura de *webtoons*, e que surgiram também plataformas específicas para o formato, como *Lezhin Comics*, *KakaoPage* e *TopToon*. Nessas páginas, o acesso aos capítulos das histórias costuma ser liberado a partir de mensalidades ou do uso de moedas virtuais. Os portais de *webtoons* tornaram-se, assim, um mercado de quadrinhos alternativo à venda de revistas e suportes físicos. Diante de possibilidades menos restritas para criação e publicação, autores do país passaram a investir em histórias diversas, passando por gêneros como romance, ação, ficção científica, fantasia e outras categorias narrativas. Pyo, Jang e Yoon (2020) apontam como a *Lehzin*, hoje uma das principais plataformas de *webtoons*, foi pioneira em distribuir histórias para um público mais adulto. Essa abertura para narrativas com conteúdo sexual explícito proporcionou que gêneros como o *BL* e o *GL*⁹ tornassem alguns dos mais populares no site. Em plataformas próprias para a publicação dessas histórias, os *webtoons* deixaram os blogs pessoais dos autores e alcançaram novos públicos, na Coreia e também fora dela.

Acompanhado da popularidade internacional de outros produtos da *Hallyu*, os públicos das *webtoons* fora da Coreia se expandiram também diante das possibilidades criativas dessas histórias e da facilidade de leitura no ambiente digital. Por se tratar de um conteúdo geralmente pago e traduzido principalmente para idiomas asiáticos e para o inglês, fora da Ásia essas histórias acabaram se popularizando principalmente a partir de modos de compartilhamento não-oficiais. No Brasil, os *webtoons* também se tornaram um dos principais produtos consumidos por fãs da cultura popular asiática. Sites de *scanlators*¹⁰ gerenciados por fãs, que se organizam para traduzir essas histórias e disponibilizá-las em português para outros fãs, acumulam dezenas de milhares de seguidores em redes sociais como o X (antigo *Twitter*) e em grupos de mensagens instantâneas, como o *Telegram*.

É nesse cenário que os *webtoons* sul-coreanos ganham cada vez mais espaço entre os fãs de ficção asiática, tornando-se referência para quadrinhos digitais de outros países. Das pinturas para as páginas de jornais e

revistas e para as telas dos *smartphones*, a indústria dos quadrinhos na Coreia se desenvolveu em relação à remediação e ao contexto sociocultural do país. Fora das páginas dos quadrinhos físicos, os *webtoons* se constituíram na Coreia como uma forma cultural e com características únicas atreladas à materialidade do ambiente digital. Os *webtoons* não são, portanto, páginas de histórias em quadrinhos impressas digitalizadas ou a mera versão virtual dos *manhwas*, mas a reconfiguração da linguagem dos quadrinhos para o ambiente digital dentro do contexto da cultura midiática da Coreia do Sul. O modo como os *webtoons* são produzidas em relação com outras mídias, como os quadrinhos ou até mesmo antes, as pinturas, e remediaram estratégias narrativas em uma outra materialidade, possibilita reflexões sobre a relação entre as diferentes formas de narrar em cada mídia de acordo com o conteúdo e a forma de expressão.

4. REFERÊNCIAS INTERMIDIÁTICAS NOS WEBTOONS

A contribuição do pensamento de Roger Chartier (1998) sobre as transformações e continuidades do texto, do manuscrito ao impresso e deste ao digital, é relevante para refletirmos sobre os *webtoons* em diferentes aspectos. O primeiro deles diz respeito à compreensão de que as revoluções midiáticas, ainda que operem a partir de determinada linguagem, como a escrita ou imagem, produzem novos modos de apreensão por parte do leitor. Por outro lado, é igualmente importante considerar as continuidades que se estabelecem entre essas mudanças, evidenciando que, mesmo quando o conteúdo ou a linguagem parecem permanecer semelhantes, a forma altera tanto os processos de produção quanto as práticas de leitura.

Nesse sentido, Marie-Laure Ryan (2014) argumenta por caminho semelhante, destacando como, embora quadrinhos e histórias ilustradas compartilhem a combinação de conteúdo imagético e textual, eles se diferenciam nos modos de uso e, conseqüentemente, nas características narrativas. Para pensar as distinções entre mídias, a autora propõe três

categorias analíticas, sendo: as características semióticas, ligadas aos signos mobilizados (sons, imagens, palavras); a dimensão técnica, que envolve não apenas as tecnologias, mas também o suporte material e os modos de produção; e a dimensão cultural, que se refere ao reconhecimento social e às práticas de uso que consolidam a mídia.

Essas categorias, segundo a abordagem proposta por Ryan, permitem diferentes perspectivas em que as relações entre mídias podem ser investigadas, para além de uma mera comparação de conteúdos. Dessa forma, podemos articular as possíveis rupturas e continuidades dos *webtoons* a partir da remediação de formas anteriores. Para compreender os *webtoons* por meio de uma abordagem intermediática, é relevante, portanto, buscar a linguagem de mídias que foram remodeladas em sua constituição, especialmente os quadrinhos impressos que, por sua vez, são devedores de outras mídias.

A partir da materialidade digital e de novas estratégias narrativas, próprias do meio e também do seu contexto cultural, os *webtoons* construíram seus elementos formais em relação especialmente a partir dos mangás e os *manhwas*, formas culturais das quais os *webtoons*, de forma geral, trazem relações mais próximas. Os mangás japoneses, principal referência na indústria dos quadrinhos asiática, receberam em sua formação influências das características formais dos cartuns ocidentais, especialmente no repertório iconográfico. Natsume Fusanosuke (2010) compara a forma narrativa dos mangás com os quadrinhos ocidentais e os *bande dessinée*¹¹ (BD) europeus, que, segundo o autor, se influenciaram mutuamente nos séculos 19 e 20. Para o autor, em similaridade com outras formas de quadrinhos, ambos se caracterizam pelo *layout* composto por tirinhas, imagens e texto, em que a dupla página orienta o olhar do leitor.

Ao pensar a dimensão semiótica dos *webtoons* em relação com os quadrinhos físicos, é relevante, portanto, retomar reflexões acerca das simbologias figurativas que compõem a semântica própria dos quadrinhos. Em sua análise sobre os quadrinhos ocidentais, Umberto Eco (2006) descreve que a narração nessas histórias é determinada pelo modo em que essa

composição de imagem e texto é apresentada, em momentos estáticos enquadrados em sequência, em que o leitor “solda esses elementos na imaginação e os vê como *continuum*” (Eco, 2006, p. 147).

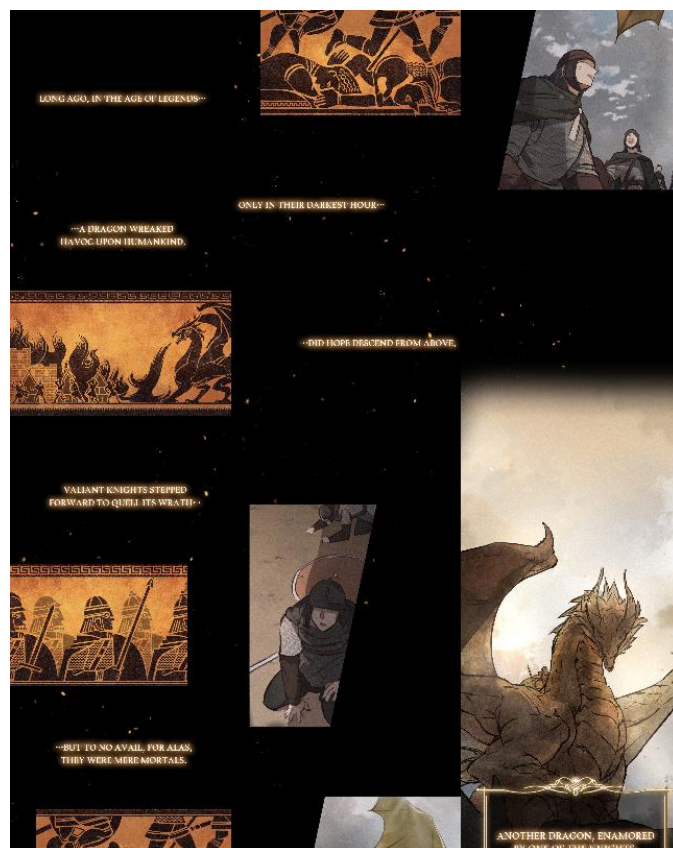
Eco (2006) destaca que cada meio mobiliza instrumentos expressivos específicos, constituídos tanto por recursos técnicos quanto por repertórios simbólicos. No caso dos quadrinhos, há instrumentos gráficos próprios do gênero, que funcionam de modo análogo ao que, no cinema, corresponderia ao trabalho com som ou movimento. Esse repertório inclui, por exemplo, a gramática do enquadramento, que organiza a narrativa visual e cria sentidos por meio da disposição dos quadros. O uso do balão como elemento representativo de discursos, signos gráficos de onomatopeias e demais elementos iconográficos constituem os “instrumentos gráficos próprios do ‘gênero’” (Eco, 2006, p. 144).

Quando pensamos na montagem, torna-se evidente a diferença entre quadrinhos e cinema: enquanto o cinema se constrói em fluxo contínuo de imagens em movimento, os quadrinhos exigem uma leitura descontínua, em que a passagem de um quadro a outro depende da intervenção imaginativa do leitor. Essas imagens são dispostas e enquadradas em uma estrutura que remete à linguagem cinematográfica, em que a montagem e a compreensão dos quadrinhos apresentados como uma continuidade são determinadas no ato de leitura. Tais características são comuns também aos quadrinhos orientais impressos, ainda que, conforme aponta Fusanosuke (2010), existam diferenças sutis entre o arranjo de tirinhas e o movimento de leitura em comparação com as produções ocidentais.

Nos mangás, e também nos *manhwas*, o estilo de ilustração remete muito mais às animações do que a representação de pessoas “reais” do cinema, como nos quadrinhos descritos por Eco (2006). Os *webtoons*, no entanto, procuram atenuar essa descontinuidade ao simular uma continuidade maior através do rolar da tela. Ainda assim, como nos quadrinhos impressos, permanece a necessidade de o leitor completar lacunas narrativas com elementos de sua imaginação. Fora das páginas impressas, assim como os mangás japoneses e os *manhwas*, os *webtoons* adotam estilos de ilustração

que fazem referências às animações audiovisuais, porém elaborados com *softwares* de ilustração, que trazem vestígios da arte digital, como linhas finas e imagens em vetores. O uso de cores é mais frequente do que nos quadrinhos, visto que a impressão em material colorido normalmente implica maiores custos e esforços, enquanto no ambiente digital os ilustradores possuem maior liberdade para uso de cores e recriação de efeitos de coloração feitos por *softwares*, como a reprodução de estilos de pintura.

Figura 1 – Registro de três telas em sequência do *webtoon* *Regas*



Fonte: Montagem elaborada pela autora com imagens da plataforma Lezhin Comics.

Tal como nos quadrinhos impressos, ao se pensar na semântica dos *webtoons* é fundamental compreender o uso de símbolos gráficos, como balões e ícones de onomatopeias, mas que se configuram em um arranjo específico em que a leitura é conduzida em uma organização verticalizada e em construção determinada pelo rolar da tela. Ao pensar nos instrumentos expressivos acionados pelo *webtoon* que decorrem especificamente da

forma digital e sua estrutura constituída para leitura em *smartphones*, retomando as categorias propostas por Ryan (2014), nos referimos à dimensão tecnológica. Nos *webtoons*, as histórias não são apresentadas em páginas, mas cada capítulo é narrado em uma longa faixa. A regulação do tempo de leitura, assim, é determinada pelo rolar da tela, como um *feed* de rede social.

O formato de rolagem vertical e apresentação em sequência ajuda os leitores dos *webtoons* a entenderem a narrativa mais rápido e se assemelha com a visualização de um pequeno filme¹² (Jang; Song, 2017, p. 177, tradução nossa).

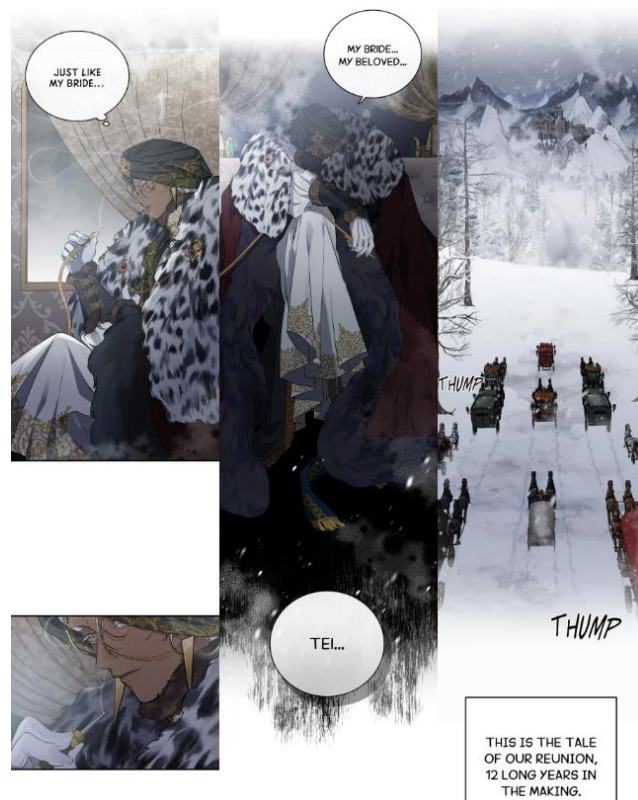
Essa disposição normalmente não inclui tirinhas, mas quadrinhos, compostos de imagens e textos, distribuídos no arranjo vertical, em que não é possível visualizar o todo de uma página, mas parcelas do texto enquadradas pela tela. Desse modo, a composição imagética e textual dos *webtoons* não necessariamente se prendem aos quadrinhos, mas são apresentados livremente nas longas faixas de leitura. Os quadrinhos são distribuídos pela tela de forma assimétrica, indicando o caminho de leitura da narração. Os balões de diálogo por vezes extrapolam os quadros e são representados entre as sarjetas, as bordas brancas que separam os quadrinhos, em um arranjo em que a disposição dos quadrinhos orienta a regulação do tempo de leitura e a montagem que constrói a narrativa e direcionam o caminho de apreensão do conteúdo.

O processo de leitura dos *webtoons*, composto por imagens visualizadas em sequência, indica uma das possíveis “relações criativas” da união entre linha e superfície apresentada por Vilém Flusser (2007). A leitura em linha, como de um texto escrito, segue determinada orientação: da esquerda para direita, de cima para baixo, ou qualquer que seja o direcionamento do olhar já imposto pela estrutura. Já a leitura em superfície, como de uma pintura, é livre: “podemos abarcar a totalidade da pintura num lance de olhar e então analisá-la de acordo com os caminhos mencionados” (Flusser, 2007, p. 104).

A leitura nos quadrinhos impressos direcionada pelas tirinhas, em “linhas” que orientam o caminho da leitura proposto pelas páginas em que se

organizam a composição simbólica. De forma semelhante, nos *webtoons*, esse caminho é orientado pela leitura na tela, de um lado a outro, e pela disposição das imagens que conduzem o olhar do leitor. As superfícies das imagens não são dadas isoladamente: integram uma composição estabelecida pelo meio, em uma estrutura moldada pela tela que conduz o olhar para acompanhar as superfícies dadas.

Figura 2 – Registro de três telas em sequência do *webtoon Blossoms of the White Night*



Fonte: Montagem elaborada pela autora com imagens da plataforma Lezhin Comics.

Dispostas em tela, as imagens estáticas dos *webtoons* se apresentam de modo que o leitor, tal como descreve Eco (2006), complete o movimento na imaginação pela quebra na sequência da leitura. Nos *webtoons*, as superfícies dadas são incorporadas nas linhas impostas pela tela vertical. A linha, neste caso, não representa um texto escrito, mas está relacionada a um modo de ficção linear (Flusser, 2007) que incorpora superfícies em sua estrutura para mostrar e contar histórias a partir de sua especificidade. Em reflexão

sobre a leitura de textos eletrônicos, Roger Chartier (1998) aponta para as características de fluxo sequencial e continuidade para o texto em tela, em comparação com os modos de leitura da Antiguidade, em rolos de mão.

O texto que ele (o leitor) lê corre diante de seus olhos; é claro, ele não flui tal como o texto de um livro em rolo, que era preciso desdobrar horizontalmente, já que agora ele corre verticalmente (Chartier, 1998, p. 13).

Por se tratar de uma mídia que combina e remedeia outras mídias, na composição de imagens e texto que apresentam conteúdo diante de uma tela, a visualização dos instrumentos disponíveis para narrar a história nos *webtoons* são organizados para evocar os quadrinhos impressos, porém estruturados em determinada temporalidade proposta pela materialidade digital. Nesse sentido, as rupturas dos *webtoons* se referem também ao contexto cultural de produção, reprodução e circulação de uma mídia nativa digital. A emergência dos *webtoons* na sociedade sul-coreana não ocorre por acaso. Como observa Jin (2021), o país se destacou no desenvolvimento de tecnologias digitais graças à alta velocidade da internet disponível desde os anos 1990. Contudo, sua popularização está também vinculada aos modos de consumo e às dinâmicas da vida social.

Jin Dal Yong (2023) ressalta que as práticas culturais na Coreia do Sul se articularam a uma lógica marcada por rotinas individualizantes e desgastantes, uso intensivo da tecnologia e pouco tempo de lazer. Esse contexto favoreceu a difusão de conteúdos de rápido consumo, como os *webtoons*. Essas histórias, geralmente compostas por capítulos curtos e facilmente acessíveis em *smartphones*, são publicadas com maior rapidez do que os mangás japoneses, cujo processo pode levar anos ou até décadas. Jin (2023) caracteriza os *webtoons* como expressão da chamada *snack culture*, isto é, conteúdos concebidos para serem consumidos rapidamente, sem demandar longo tempo de dedicação. Isso não significa, contudo, ausência de profundidade ou complexidade narrativa, mas revela o contexto produtivo

e cultural em que se consolidaram: uma sociedade orientada pela lógica neoliberal e por rotinas desgastantes.

O autor ainda compara o consumo dos *webtoons* às práticas de “maratona” em plataformas de *streaming* audiovisual, como a Netflix. Apesar da brevidade dos capítulos, sua publicação seriada em curtos períodos de tempo as tornam propícias também à leitura contínua e intensiva. O autor lembra que esse tipo de consumo compulsivo não é exclusivo da era digital: já nos anos 1960, havia leitores que se dedicavam longamente aos *manhwas*. A diferença é que, hoje, tal prática se insere em um ecossistema midiático que molda seus produtos de acordo com novos hábitos de interação e engajamento do público. Desse modo, ainda que os *webtoons* possuam em sua dimensão semiótica e técnica relações próximas com os quadrinhos e outras formas narrativas, como o cinema, essa última categoria de sua inserção cultural é relevante para pensar as relações que podem ser percebidas entre os *webtoons* e a platformização das produções culturais, tal como nos serviços de *streaming* audiovisual.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Bolter e Grusin (2000), ao discutir o processo de remediação, apontam que o trabalho cultural de definição de uma nova mídia deve passar pelo *durante* mas também pelos processos *anteriores* à sua invenção. Propomos neste artigo uma breve reflexão acerca das especificidades dos *webtoons* e suas relações com outras mídias e também com os contextos de sua produção e circulação. Como um dos produtos culturais representantes da “onda *Hallyu*”, os *webtoons* estão inseridas em um contexto midiático de uma indústria predominantemente imagética, entre as super produções dos videocliques dos *k-pop* e de produtos audiovisuais, como os *k-dramas*, filmes e videogames. No caso dessa mídia específica, o destaque às imagens é dado pelo modo de leitura em uma sequência direcionada pela tela.

Ainda que se possa “contemplar” cada detalhe da imagem (e até mesmo registrá-las e compartilhá-las em redes sociais para serem analisadas em conjunto, como é comum entre grupos de fãs), o tempo de leitura está inserido em uma mídia que propõe uma apreensão rápida, não apenas pelo fluxo típico da linguagem digital, mas pela própria narrativa, que conduz o leitor a buscar pelo próximo quadrinho e “completar mentalmente” a cena apresentada até o final do capítulo. Esse imediatismo se relaciona também com as práticas sociais contemporâneas não apenas da Coreia do Sul mas, de modo geral, em sociedades orientadas por lógicas do neoliberalismo.

Publicadas em plataformas digitais específicas para o formato, os *webtoons* sul-coreanas desenvolveram formas narrativas próprias que adaptam a linguagem dos quadrinhos para a materialidade digital, sobretudo no contexto midiático da Coreia do Sul e a relação do país com a tecnologia e a vida cotidiana imediatista. Em estilo construído a partir da composição semiótica de combinação de outras linguagens midiáticas, mas atravessada também por dimensões tecnológicas e culturais, os *webtoons* mostram-se uma mídia contemporânea que diz não apenas sobre novas linguagens e narrativas, mas também sobre nossa vida social.

A abordagem intermediática permite identificar as especificidades que constituem uma mídia, evidenciando como cada linguagem mobiliza recursos próprios para expressar narrativas e dialogar com outras formas culturais. Ao discutir brevemente os *webtoons* em busca de seus processos de remediação, buscamos abrir caminho para novas investigações sobre essa forma cultural que, ultrapassando as fronteiras sul-coreanas, vem conquistando públicos em países distantes, como o Brasil, mas ainda carece de maior atenção em nossas pesquisas. Para futuras análises, apontamos a importância de compreender tanto as especificidades midiáticas quanto as relações que se estabelecem entre mídias, narrativas, tecnologias e contextos socioculturais a partir de seus diferentes gêneros e narrativas.

REFERÊNCIAS

- BOLTER, Jay David; GRUSIN, Richard. **Remediation**. Cambridge: MIT Press, 2000.
- CHARTIER, Roger. **A aventura do livro: do leitor ao navegador: conversações com Jean Lebrun**. trad. Reginaldo Carmello Corrêa de Moraes. São Paulo: Editora UNESP, 1998.
- CHOI, Jungbong. Hallyu versus Hallyu-hwa: cultural phenomenon versus institutional campaign. In: LEE, Sangjoon; NORNES, Abé Markus (org.). **Hallyu 2.0: the Korean Wave in the age of social media**. Ann Arbor: University of Michigan Press, 2015. p. 31–52.
- CLÜVER, Claus. Inter textus/Inter artes/Inter media. **Aletria: revista de estudos de literatura**, [s. l.], v. 14, n. 2, p. 10–41, 2006.
- CLÜVER, Claus. Intermedialidade. **PÓS: Revista do Programa de Pós-graduação em Artes da EBA/UFGM**, v. 1, n. 2, Belo Horizonte, p. 8–23, 2012.
- ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Perspectiva, 2006.
- FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado**. São Paulo: Cosac & Naif, 2007.
- FUSANOSUKE, Natsume. Pictotext and panels: Commonalities and differences in manga, comics and BD. In: BERNEDT, Jaqueline (org.). **Comics worlds and the world of comics: Towards scholarship on a global scale**. Quioto: International Manga Research Center, Kyoto Seika University, 2010. p. 40–54.
- JANG, Wonho; SONG, Jung Eun. Webtoon as a new Korean wave in the process of glocalization. **Kritika Kultura**, [s. l.], n. 29, 2017.
- JIN, Dal Yong. Digital convergence of Korea's webtoons: transmedia storytelling. **Communication Research and Practice**, [s. l.], v. 1, n. 2, p. 193–209, 2015.
- JIN, Dal Yong. The rise of digital platforms in the networked Korean society. In: HONG, Seok-Kyeong; JIN, Dal Yong (org.). **Transnational Convergence of East Asian Pop Culture**. Londres e Nova York: Londres e Nova York, 2021. p. 149–169.
- JIN, Dal Yong. **Understanding Korean Webtoon Culture: Transmedia Storytelling, Digital Platforms, and Genres**. Cambridge: Harvard University Asia Center, 2023.
- KIM, Hyojin. Crossing Double Borders: Korean Female Amateur Comics Artists in the Globalization of Japanese Dojin Culture. **International Journal of Comic Arts**, [s. l.], v. 13, n. 2, p. 116–133, 2011.
- PARK, Hyesu. **Understanding Hallyu: the Korean Wave through Literature, Webtoon, and Mukbang**. Londres e Nova York: Routledge, 2021.
- PYO, Jane Yeahin; JANG, Minji; YOON, Tae-jin. Dynamics between agents in the new webtoon ecosystem in Korea: responses to waves of transmedia and

transnationalism. In: JIN, Dal Yong (Ed.). **Transmedia storytelling in East Asia: the age of digital media**. Londres e Nova York: Routledge, 2020, p. 93-110.

RAJEWSKY, Irina O. Intermedialidade, intertextualidade e “remediação”: uma perspectiva literária sobre a intermedialidade. **Intermedialidade e estudos interartes: desafios da arte contemporânea**, [s. l.], v. 1, p. 15-45, 2012.

RYAN, Marie-Laure. Story/Worlds/Media: Tuning the Instruments of a Media-Conscious Narratology. In: RYAN, Marie-Laure; THON, Jan-Noël (org.). **Storyworlds across media: toward a media conscious narratology**. Lincoln e Londres: University of Nebraska Press, 2014. p. 25-49.

WILLIAMS, Raymond. **Cultura**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

WILLIAMS, Raymond. **Televisão: tecnologia e forma cultural**. Belo Horizonte: PUC Minas, 2016.

YOON, Yeowon. **A study of the development of Sungjông manhwa by Hwang Mina, Kim Hyerim and Cho In-sun**. 1997. 73 f. Dissertação (Mestrado) – Department of Asian studies of The Faculty of Graduate Studies, Yonsei University, Seul, 1997.

NOTAS

¹ Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Integra o Grupo de Pesquisa em Imagem e Sociabilidade (GRIS/UFMG), com pesquisas sobre narrativas, gêneros, celebridades e demais aspectos do entretenimento do Leste e Sudeste Asiático e a interação com os públicos no Brasil. E-mail: laizafk1989@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9501-8312>.

² No original: “Photography, film, and television have been constructed by our culture to embody our cultural distinctions and make those distinctions part of our reality; digital media follow in this tradition” (Bolter; Grusin, 2000, p. 62).

³ No original: “This belief in reform is particularly strong for those who are today repurposing earlier media into digital forms” (Bolter; Grusin, 2000, p. 59).

⁴ No original: “The cartoon strip in the newspaper is the first form of manhwa that functioned as part of the mass media to satisfy the public demand” (Yoon, 1997, p. 12).

⁵ No original: “(...) escaped the pressure of having to fill up a page by uploading loosely configured drawings with ample margins that simply required scrolling” (Jin, 2015, p. 196).

⁶ A partir deste ponto, neste artigo, estamos nos referindo ao contexto da Coreia pós-guerra e separação. Por abordarmos uma forma cultural que emergiu na Coreia do Sul, usaremos o termo Coreia para se referir a este país, cientes, contudo, das especificidades de cada região da península.

⁷ Para Raymond Williams (1992, 2016), forma cultural diz respeito às transformações que caracterizam produções culturais que não se limitam às mudanças tecnológicas, mas se relacionam com a especificidade dos formatos em diálogo com experiências culturais em determinados contextos. A forma envolve não apenas aspectos externos e estruturais, mas também os usos sociais e culturais, distinguindo-se pelas características que marcam diferentes experiências culturais e pela maneira como estas se articulam às relações sociais e aos modos de comunicação e expressão artística.

⁸ *Hallyu* (“onda coreana”) é o termo usado para o fenômeno da crescente popularidade dos produtos culturais da Coreia do Sul no exterior, como a música, o *k-pop*, as séries de tevê (*k-dramas*), a literatura, os videogames, os filmes e, recentemente, até mesmo o idioma e a culinária. Choi (2015) destaca que a *Hallyu* é um fenômeno de duas vertentes: uma

institucional, a partir do incentivo do governo do país à exportação desses produtos, e outra cultural, impulsionada pelo crescente interesse de pessoas não-coreanas pelo país.

⁹ Siglas para *Boys Love* e *Girls Love*, BL e GL são categorias de histórias que abordam relacionamentos entre pessoas do mesmo sexo, originadas nos mangás japoneses e que se manifestam hoje em diferentes formatos e países asiáticos.

¹⁰ Termo que mescla as palavras *scan* e *translator*, usado para grupos de fãs da cultura asiática que se organizam para digitalizar, quando se tratam de mídias impressas, e traduzir conteúdos lançados em outros idiomas.

¹¹ Romances gráficos, tradicionalmente escritos em francês, que tal como outras formas culturais semelhantes, utilizam imagens e texto para contar uma narrativa em quadros.

¹² No original: "*The format of vertical scrolling and presenting sequence helps webtoon readers to understand the storyline quickly and has a feel similar to watching a short movie*" (Jang; Song, 2017, p. 177).

Recebido em 27/09/2025 e aprovado em 17/12/2025

NUNCA PAUSE O JORNALISMO ALTERNATIVO ANÁLISE DA ORGANIZAÇÃO NUNCA PAUSE O MV (NPOMV) COMO MÍDIA ALTERNATIVA RIZOMÁTICA E CONTRA-HEGEMÔNICA

Louise Queiroga Max Marins¹

Resumo: Este artigo, apresentado como um estudo de caso, tem como objetivo analisar a estrutura e o funcionamento da organização Nunca Pause o MV (NPOMV), criada e mantida por fãs brasileiros de K-pop. Há adoção de técnicas da revisão de literatura e da análise de conteúdo, somadas à aplicação de questionário para os integrantes da equipe. A fundamentação teórica aqui utilizada tem por base os conceitos de mídias alternativas e independentes, *fanzine*, rizoma e contra-hegemonia, baseados em Atton (2009), Figaro, Barros e Kinoshita (2019), Hackett e Gurleyen (2015), Deleuze e Guattari (2011), Bailey, Cammaerts e Carpentier (2008), Ballerini (2015) e Lee (2019). Os resultados da análise buscam contribuir com pesquisas na área de Comunicação Social sobre como uma mídia alternativa produz conteúdo contra-hegemônico, por preencher uma lacuna na cobertura da grande mídia brasileira, e como viabilizou formas de se manter em atividade por 11 anos, cumprindo um papel ignorado pelo jornalismo tradicional. A análise mostrou que a NPOMV pode ser identificada como um veículo de jornalismo alternativo por pelo menos três motivos. Em primeiro lugar, ela apresenta, sem esconder, um discurso subjetivo, por ser mantida por fãs para fãs, e assume um posicionamento político, criando conexões com o contexto brasileiro em certos momentos, como o período eleitoral. Em segundo lugar, sua produção de conteúdo, focada na cultura do leste asiático, não segue o discurso dominante. Em terceiro lugar, ela age de forma independente a instituições públicas e privadas, e não adota um modelo de negócio focado no lucro.

Palavras-chave: jornalismo alternativo. Fanzine. K-pop.

NEVER PAUSE THE ALTERNATIVE JOURNALISM ANALYSIS OF NEVER PAUSE THE MV (NPOMV) ORGANIZATION AS A RHIZOMATIC AND COUNTER-HEGEMONIC ALTERNATIVE MEDIA OUTLET

Abstract: This article, presented as a case study, aims to analyze the structure and practices of the organization Nunca Pause o MV (NPOMV), which means Never Pause the MV, created and maintained by Brazilian K-pop fans. The study employs a literature review and content analysis, combined with a questionnaire answered by members of the organization's team. The theoretical framework used here is based on the concepts of alternative and independent media, fanzines, rhizome, and counter-hegemony, based on Atton (2009), Figaro, Barros and Kinoshita (2019), Hackett and Gurleyen (2015), Deleuze and Guattari (2011), Bailey, Cammaerts and Carpentier (2008), Ballerini (2015), and Lee (2019). The results of the analysis intend to contribute to research in the field of Social Communication by examining how an alternative media outlet produces counter-hegemonic content by filling a gap in the coverage of mainstream Brazilian media, and how it has enabled ways to remain active for 11

years, fulfilling a role overlooked by traditional journalism. The analysis showed that NPOMV can be identified as an alternative journalism outlet for at least three reasons. First, it presents, it openly presents a subjective discourse, being maintained by fans for fans, and adopts a political stance, creating connections with the Brazilian context at certain times, such as during elections. Second, its content production, focused on East Asian culture, does not conform to the dominant discourse. Third, it operates independently of public and private institutions and does not adopt a profit-driven business model.

Keywords: alternative journalism. Fanzine. K-pop.

Introdução

Realizada no primeiro semestre de 2025, esta pesquisa teve como objetivo analisar a estrutura e o funcionamento da organização Nunca Pause o MV² (NPOMV), criada e mantida por fãs de K-pop, assim como apontar de que forma estes fatores, em conjunto com a temática para a qual é direcionada sua produção de conteúdo – K-pop ou outras formas de entretenimento do leste asiático –, são capazes de caracterizá-la como um veículo de jornalismo alternativo no Brasil. Para isso, foram utilizados os métodos de pesquisa revisão de literatura e análise de conteúdo, somados à aplicação de questionário para os integrantes da equipe da NPOMV. Na análise de conteúdo, exposta na segunda seção deste artigo, os procedimentos metodológicos foram baseados na perspectiva de Laurence Bardin (1988 *apud* Fonseca Júnior, 2015). Após limitar o *corpus* da análise a uma rede social (X) em uma data específica (3 de dezembro de 2024), organizei as 65 postagens compiladas, no período selecionado, em categorias temáticas.

[...] os critérios de categorização podem ser *semântico* (categorias temáticas), *sintático* (verbos, adjetivos), *léxico* (classificação das palavras segundo seu sentido) e *expressivo* (categorias que classificam as diversas perturbações da linguagem, por exemplo) (Bardin, 1988 *apud* Fonseca Júnior, 2015, p. 298).

Fonseca Júnior (2015) explica que, embora a análise de conteúdo possa utilizar métodos quantitativos, há também possibilidades de ser desenvolvida

como uma pesquisa qualitativa, principalmente quando não reúne dados extensos. Considerando a análise aqui analisada, pode-se definir a abordagem metodológica utilizada neste artigo como sendo qualitativa, sob caráter interpretativo e descritivo, com relação ao material empírico.

As decisões sobre a constituição do *corpus* também condicionam a ênfase a ser dada na pesquisa (análise quantitativa ou qualitativa). Se a quantidade de material a ser analisado for muito grande, isso exigirá a adoção de procedimentos de estatística para se obter uma visão de conjunto, devendo-se optar pela análise quantitativa. Neste caso, ganha-se em abrangência, mas perde-se em profundidade. Se o objetivo for aprofundar o conteúdo, torna-se impossível o processamento de uma grande quantidade de dados, devendo ser realizada uma análise qualitativa (Fonseca Júnior, 2015, p. 293).

A organização Nunca Pause o MV (NPOMV) está em atividade desde 30 de junho de 2014. Considerando sua atuação *on-line* no primeiro semestre de 2025, as plataformas de divulgação de conteúdo utilizadas pela NPOMV foram as seguintes: *site* (npomv.com.br), X (@[npomvtt](https://twitter.com/npomvtt)), Instagram (@[npomv](https://www.instagram.com/npomv)), TikTok (@[npomv](https://www.tiktok.com/@npomv)) e YouTube (@[Nuncapauseomv](https://www.youtube.com/Nuncapauseomv))³. No entanto, vale destacar que a periodicidade em cada plataforma varia consideravelmente. Enquanto o X, por exemplo, teve alta frequência de postagens diárias, o YouTube recebeu apenas um vídeo novo no período analisado. Esta única postagem, contudo, é um dos conteúdos mais relevantes da produção recente da NPOMV, por se tratar de um vídeo de 10 minutos mostrando a entrevista que a própria equipe realizou com o grupo sul-coreano NMIXX (Nunca Pause o MV, 2025). As artistas⁴ estampam a capa da primeira edição da Zine NPOMV, divulgada em março de 2025. A autodescrição deste produto mensal, de acordo com sua página no Instagram (@[npomvzine](https://www.instagram.com/npomvzine))⁵, criada especificamente para a *fanzine* impressa criada pela NPOMV, traz as seguintes informações:

O termo *zine* vem de "*fanzine*", que são publicações **independentes** feitas por fãs e para fãs. Diferente de uma revista tradicional, uma *zine* tem um formato mais criativo, visualmente único e colecionável! E a *Zine* da NPOMV foi feita com essa ideia. Cada edição da *Zine* será única e limitada, trazendo um grupo diferente na capa e conteúdos exclusivos. Além de ser um item para guardar com carinho, ela tem um formato especial: depois de desdobrada, vira um pôster A4 do grupo! E não para por aí! Cada edição acompanha um *photocard* oficial e exclusivo, que só pode ser encontrado na *Zine*. Ou seja, um item imperdível para colecionadores! (Nunca Pause o MV; *Zine* NPOMV, 2025, grifo nosso).

Com base em Simon Frith, Chris Atton (2009, p. 8, tradução nossa) reconhece que *fanzines* "privilegiam métodos amadores e autodidatas de produção cultural, embora não excluam necessariamente métodos profissionalizados"⁶. Ainda que Atton leve em conta em sua análise o contexto que envolveu fãs de *rock* nos EUA e no Reino Unido a partir dos anos 1960, é possível identificar semelhanças com a atual produção de conteúdo por fãs de cultura asiática no Brasil.

Para Frith, como para outros, fãs não são meros consumidores, nem meros públicos passivos: eles são os criadores de significado da música popular. Jornalistas de *rock* também são fãs; as raízes do jornalismo de *rock* remontam à década de 1960, nas revistas especializadas em música dos EUA e na imprensa *underground* do Reino Unido, onde os escritores começaram (e muitos permaneceram) como amadores e não profissionais (Atton, 2009, p. 2, tradução nossa)⁷.

A descrição do veículo na página "Sobre Nós", disponibilizada no *site*, informava, em 2025, que a proposta inicial da NPOMV era publicar capturas de tela mostrando *frames* de videocliques de *K-pop* em momentos cômicos. Ainda que o objetivo do veículo tenha mudado a partir de um dado momento, não é especificado quando ocorreu essa alteração, nem se ela foi repentina ou gradual. A seção "Sobre Nós" acrescentava que o objetivo da NPOMV era divulgar "conteúdo atrativo para brasileiros, com foco principal em trazer informações em forma de notícias, interações ou curiosidades". Por fim, a NPOMV era apresentada como "um portal de notícias, *charts* e

interação sobre música, cultura e cotidiano asiático" (Nunca Pause o MV, 2025).

A identificação desse veículo como exemplo de mídia alternativa foi tomada a partir de três motivos: o primeiro é a *forma como sua equipe trabalha* – a maioria é voluntária e, para alguém fazer parte, não precisa ter diploma de jornalista (conforme foi verificado a partir da aplicação de questionário entre membros da equipe); o segundo é a *transparência com relação à subjetividade dos conteúdos* – a equipe não esconde suas preferências políticas nas publicações, nem as causas que defende, além de ser totalmente formada por fãs de *K-pop* e/ou de séries do tipo BL (*Boys Love*) e GL (*Girls Love*)⁸; e o terceiro diz respeito à *temática contra-hegemônica que a NPOMV focaliza em sua produção de conteúdo* – sua cobertura é totalmente voltada para manifestações artísticas do leste asiático, principalmente sul-coreanas. A seguir, são apresentadas algumas definições dos conceitos relacionados às razões que levaram à escolha da NPOMV como mídia alternativa, começando justamente pelo que se entende como “mídia alternativa” e, em especial, suas características rizomáticas para, em seguida, explicar por que ela seria contra-hegemônica.

1. Revisão da literatura

A revisão da literatura apresentada a seguir inclui características de mídias alternativas discutidas tanto em nível nacional quanto global, além de definições de conceitos importantes para a análise da NPOMV, como *rizoma* e *hegemonia*.

Segundo Roseli Figaro, Janaina Barros e Jamir Kinoshita (2019, p. 7) a *desterritorialização* que envolve as mídias alternativas possibilita que os membros da equipe consigam “trabalhar de qualquer lugar e em qualquer tempo”, de modo que tal flexibilidade influencie tanto no conteúdo quanto “nas formas colaborativas de organização do trabalho”. Com isso, é possível haver “uma mescla entre cobertura e participação do/no acontecimento em qualquer lugar do Brasil ou do mundo” (Figaro, Barros, Kinoshita, 2019, p. 7). No

caso da NPOMV, a equipe não dispõe de um espaço físico, como ocorre em redações da imprensa tradicional. Os integrantes estão, inclusive, espalhados pelo país. Afinal, as publicações do veículo não são pautadas pela localidade em que eles vivem. O ponto que os une é a vontade de compartilhar conteúdo de sua área de interesse. O perfil de quem integra a equipe é apresentado mais adiante, na seção *Apresentação dos resultados do questionário*.

Ainda de acordo com Figaro, Barros e Kinoshita (2019, p. 8), “o principal desafio dos novos arranjos do trabalho do jornalista” encontra-se na sua sustentação financeira. Dessa forma, é comum observar a realização de “outras atividades”, desvinculadas da produção jornalística, pelos veículos alternativos, a exemplo de “cursos, palestras, edição de livros, assessorias etc.” (Figaro; Barros; Kinoshita, 2019, p. 6).

As condições de trabalho, do ponto de vista da remuneração e da reposição da força de trabalho, são precárias, na maioria das vezes, **trabalho voluntário**, sem qualquer certeza sobre quando ou como vão se sustentar as atividades jornalísticas desempenhadas no arranjo. Há densificação do trabalho, visto que se trabalha todo o tempo em vários lugares e sem as condições necessárias. Trabalha-se em um emprego para se obter a mínima remuneração, também emprego *freelancer* e precário, para depois da jornada no emprego, dedicar-se ao trabalho no arranjo jornalístico. O trabalho no arranjo jornalístico é o trabalho que satisfaz o sujeito como ser humano inteligente, capaz e que vê utilidade social em seu empenho. Portanto, o ser jornalista aqui é um ser dividido que sofre porque vislumbra e faz acontecer o jornalismo em que acredita, mas é impedido de dedicar-se integralmente a essa atividade porque não sobrevive dela (Figaro; Barros; Kinoshita, 2019, p. 8-9, grifo nosso).

Quanto ao sistema de organização nas mídias alternativas, Figaro, Barros e Kinoshita (2019, p. 14) acreditam que há uma necessidade por “relações mais horizontais” para a realização da atividade jornalística, considerando que “o trabalho é extenuante e a cooperação economiza força física, intelectual, tempo e recursos”.

1.1 Subjetividade presente e posicionamento político definido

Já no que diz respeito à produção do conteúdo propriamente dito, mídias alternativas tendem a dar voz a “discursos de pontos de vistas diferentes daqueles enunciados pelos conglomerados de mídia”, além de destacar “veículos menores que enunciam discursos reiteradores da ideologia dominante” (Figaro; Barros; Kinoshita, 2019, p. 7). Sobre este mesmo quesito, Robert Hackett e Pinar Gurleyen (2015) afirmam que:

mídias contra-hegemônicas presumivelmente buscariam contrabalançar os vieses percebidos da mídia *mainstream*, em favor de grupos marginalizados ou sub-representados⁹ (Hackett; Gurleyen, 2015, p. 58, tradução nossa).

Ainda de acordo com Hackett e Gurleyen (2015), as mídias alternativas são marcadas pela defesa de uma causa (*advocacy*) e pela subjetividade presente em seus conteúdos, ao mesmo tempo em que rejeitam a ideia de adotar a neutralidade como princípio. Além disso, seus integrantes “buscam desafiar a objetividade e a imparcialidade tanto de um ponto de vista ético quanto prático”¹⁰ (Atton; Hamilton, 2008, p. 85 *apud* Hackett; Gurleyen, 2015, p. 56, tradução nossa).

As características mencionadas são encontradas na NPOMV. Como exemplo, vale destacar o posicionamento político que o veículo adota de forma transparente, conforme mostra a Figura 1, com montagens de fotos dos grupos ATEEZ e TWICE usando roupas vermelhas enquanto são exibidos o logotipo e o *slogan* de Luiz Inácio Lula da Silva, então candidato do Partido dos Trabalhadores (PT), na campanha presidencial. Em 20 de julho de 2021, a NPOMV publicou uma sequência de *posts* no X visando explicar como é feito o cadastro no site do Tribunal Superior Eleitoral. O objetivo era incentivar que jovens de 16 e 17 anos, aptos a votar de forma opcional, tirassem seus títulos de eleitor. Resumidamente, o contexto político nacional nas eleições de 2022 envolveu um esforço coletivo por parte da sociedade brasileira para evitar a reeleição de Jair Messias Bolsonaro pelo Partido Liberal (PL). Segundo o Relatório Mundial 2021 da *Human Rights Watch*, Bolsonaro agiu de forma contrária aos direitos humanos e à proteção do meio ambiente em seu governo, além de ter tentado “sabotar medidas de saúde pública destinadas

a conter a propagação da pandemia de Covid-19" (*Human Rights Watch*, 2021). A participação da NPOMV nessa causa, por meio desta e de outras postagens feitas durante o período de campanha, demonstra transparência com relação a seu posicionamento. O veículo, portanto, não esconde que há subjetividade em seu conteúdo.

Figura 1



Fonte: Nunca Pause o MV, 20 jul. 2021.

1.2 Características rizomáticas

Entre as características das mídias alternativas mencionadas por Hackett e Gurleyen (2015, p. 58, tradução nossa), também está a descrição delas como *rizomáticas*, “uma metáfora botânica que sugere que tais mídias podem criar raízes e brotar em lugares e tempos inesperados”¹¹. O conceito de rizoma aplicado a aspectos sociais foi cunhado por Gilles Deleuze e Félix Guattari (2011). Na natureza, “um rizoma como haste subterrânea distingue-se absolutamente das raízes e radículas” (Deleuze; Guattari, 2011, p. 21).

Para explicar o conceito e suas aplicações metafóricas, Deleuze e Guattari (2011) enumeram seis princípios encontrados no rizoma: *conexão*, *heterogeneidade*, *multiplicidade*, *ruptura assignificante*, *cartografia* e *decalcomania*. Sobre os dois primeiros princípios, os autores dizem que “qualquer ponto de um rizoma pode ser conectado a qualquer outro e deve sê-lo. É muito diferente da árvore ou da raiz que fixam um ponto, uma ordem” (Deleuze; Guattari, 2011, p. 22). Considerando o formato vertical da árvore, cujo tronco é perpendicular ao solo, seguindo uma hierarquia da copa até as raízes, outra diferença para o rizoma é que ele é horizontal, com múltiplas dimensões. Quanto à *multiplicidade*, os autores dizem que “não existem pontos ou posições num rizoma como se encontra numa estrutura, numa árvore, numa raiz. Existem somente linhas” (Deleuze; Guattari, 2011, p. 24). Já o princípio da *ruptura assignificante* corresponde à capacidade de sobrevivência do rizoma mesmo se alguma de suas partes for rompida, e isso ocorre devido a suas linhas de desterritorialização, “pelas quais ele foge sem parar” (Deleuze; Guattari, 2011, p. 25). Por fim, os princípios de *cartografia* e de *decalcomania* reforçam a ideia de que o rizoma não segue uma estrutura pré-definida, diferentemente da árvore, que corresponderia ao decalque, permitindo uma reprodução de sua estrutura. O rizoma, por sua vez, equivale ao mapa. Dessa forma, “a árvore articula e hierarquiza os decalques, os decalques são como folhas da árvore”, entretanto, “o mapa não reproduz um inconsciente fechado sobre ele mesmo, ele o constrói”, além de ser “conectável em todas as suas dimensões, desmontável, reversível, suscetível de receber modificações constantemente” (Deleuze; Guattari, 2011, p. 30).

Retomando a aplicação do conceito de rizoma às mídias alternativas feita por Hackett e Gurleyen (2015), os autores afirmam que elas intensificam a democracia ao reunir pessoas diversas. Vale destacar, ainda, que outros autores também criam um paralelo entre o rizoma e as mídias alternativas. No caso do que afirmam Bailey, Cammaerts e Carpentier (2008, p. 124, tradução nossa), o caráter heterogêneo e múltiplo das mídias alternativas é apontado como o fator responsável por permitir que a estrutura rizomática não se limite “à margem da comunidade local”¹². Com isso, não há uma divisão clara entre

o local e o global, já que o rizoma é caracterizado por sua capacidade de desterritorialização.

A abordagem rizomática torna-se, assim, instrumental para evitar o posicionamento dicotomizado dos meios de comunicação alternativos em relação ao local e ao global, abrindo caminhos para teorizar como o local e o global se tocam e se fortalecem mutuamente nos meios de comunicação alternativos¹³ (Bailey; Cammaerts; Carpentier, 2008, p. 27, tradução nossa).

Ainda de acordo com Bailey, Cammaerts e Carpentier (2008, p. 124, tradução nossa), se uma mídia simplesmente replicasse a habitual estrutura arbórea do jornalismo tradicional, o resultado não passaria de “uma cópia da mídia convencional e de grande escala, e não geraria um mapa, com suas múltiplas entradas e adaptabilidade”¹⁴.

1.3 Características contra-hegemônicas

A respeito da relação entre local e global no contexto das mídias alternativas, a NPOMV tem o propósito de trazer para o público brasileiro notícias relacionadas à cultura *pop* do leste asiático, especialmente da Coreia do Sul. Para isso, uma importante tarefa em sua produção de conteúdo envolve a tradução de notícias, seja do inglês para português, ou até mesmo a partir do coreano. Tal iniciativa, que exige não apenas disposição de tempo para sua realização, como também conhecimento prévio de particularidades da cultura coreana, serve para suprir a falta de divulgação dessas notícias na mídia *mainstream* (ou grande mídia) no Brasil. Embora em 2025 já possam ser facilmente encontradas publicações sobre manifestações da *Hallyu* [한류] – a onda cultural sul-coreana – na imprensa tradicional brasileira, sua frequência de divulgação ainda é baixa se comparada à corriqueira atualização da NPOMV. Com relação ao jornalismo cultural brasileiro contemporâneo, Ballerini (2015, p. 153-154) identifica uma “cobertura viciada, focada no *pop* e no *rock* internacionais – sobretudo de origem norte-americana – e no *pop* e no *rock* brasileiros”, ao mesmo tempo

em que vê um “preconceito” com relação a certos estilos musicais populares, como pagode, rap e funk.

Quanto à atividade de tradução feita por fãs de forma gratuita e difundida através da internet, mas com enfoque na atuação de fãs do BTS, conhecidos como ARMYs¹⁵, Lee Jiyoung [이지영] (2019) acredita existir uma relação rizomática dos ARMYs entre si e com os integrantes do BTS¹⁶. No livro *BTS, Art Revolution*, Lee (2019) afirma que:

[...] se a rede centrada das mídias sociais for utilizada apenas como estratégia de marketing para expandir o *fandom*¹⁷ e gerar lucro, ela se torna nada mais do que um sistema arborescente com capital e autoridade como centro¹⁸ (Lee, 2019, p. 73, tradução nossa).

No entanto, ao considerar os princípios do rizoma e apontar seus pontos em comum com a relação ARMY-BTS:

[...] o fenômeno BTS pode ser resumido como uma multiplicidade em processo de transformação. O fenômeno BTS é uma multiplicidade que cria significados diversos por meio de várias conexões em diferentes dimensões¹⁹ (Lee, 2019, p. 82, tradução nossa).

Para isso, a autora leva em conta a desterritorialização do conteúdo em coreano, que subverte a dominação mundial da língua inglesa e resulta em uma “revolução rizomática” capaz de causar mudanças socioculturais com “implicações políticas”:

A multiplicidade ARMY e sua revolução rizomática de desterritorialização de territórios anteriores são indissociáveis do BTS. BTS e a multiplicidade ARMY atravessam e se conectam rizomaticamente para criar a multiplicidade BTS-ARMY. No curso desse devir, as críticas sociais nas músicas do BTS se materializam em uma dimensão de práxis, dismantando o domínio das estruturas hierárquicas na realidade. Portanto, a mudança social e cultural gerada pela multiplicidade BTS-ARMY, como revolução rizomática, sem dúvida carrega implicações políticas²⁰ (Lee, 2019, p. 84, tradução nossa).

A respeito da atividade de tradução, Lee (2019, p. 12-13, tradução nossa) considera que “os esforços do *fandom* para tornar o conteúdo *on-line* do BTS traduzido e globalmente acessível”²¹ – incluindo o cuidado em explicar termos inerentes à cultura coreana que não têm tradução direta para outros idiomas

– tiveram um papel importante na expansão da popularidade do grupo não apenas em países asiáticos, como também na América e na Europa.

Como visto na análise aprofundada realizada pela Billboard, os tradutores ARMYs da Coreia e do exterior são um dos principais motivos pelos quais a música e as atividades do BTS conseguiram ser comunicadas globalmente, superando a barreira linguística. Todos os dias, inúmeros conteúdos do BTS são traduzidos para o inglês em poucas horas e traduzidos novamente para vários idiomas. Como o BTS publica conteúdo várias vezes ao dia, a tradução exige muito tempo e trabalho. Além disso, traduzir do coreano para o inglês é particularmente difícil devido às expressões e estruturas gramaticais únicas da língua coreana. Ao fornecer notas de rodapé, os tradutores tentam transmitir as expressões mais precisas e evitar qualquer mal-entendido (Lee, 2019, p. 51-52, tradução nossa)²².

Em comparação com os pontos descritos por Lee (2019), observamos que a atuação da NPOMV ocorre de forma semelhante. Afinal, boa parte de sua fonte de informação não se encontra em inglês e muito menos em português. Além disso, esta mesma observação abre margem para a discussão sobre a divulgação de conteúdo referente à *Hallyu* poder ser considerada uma atividade midiática contra-hegemônica. Para isso, nos baseamos na definição de Gramsci para o conceito de contra-hegemonia como “uma estratégia para desafiar as forças e os discursos dominantes na sociedade” (Bailey; Cammaerts; Carpentier, 2008, p. 137, tradução nossa)²³.

Um intelectual marxista italiano, Gramsci (1971), inicialmente enquadrava a resistência cultural como uma tentativa de deslocar as posições das pessoas, considerando indivíduos comuns como produtores de uma cultura contra-hegemônica. Em sua visão, eles são os desestabilizadores de uma cultura hegemônica, com potencial para tomar ações de oposição ao status quo vigente (Gramsci, 1971 *apud* Kim [김], 2021, p. 1063, tradução nossa)²⁴.

De acordo com Lee (2019), o sucesso mundial do BTS, marcado pela propagação mundial de músicas em coreano, seria justamente um movimento contra-hegemônico.

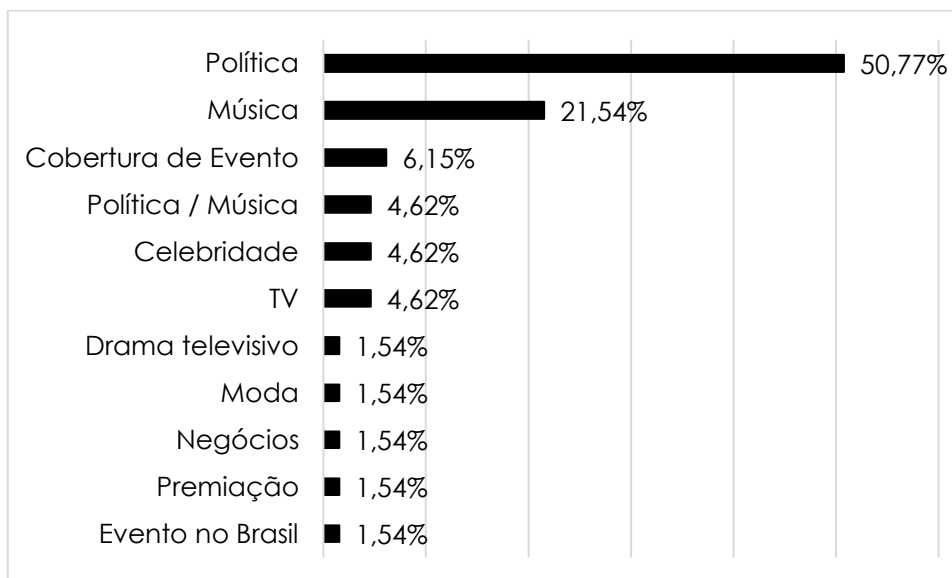
O anglocentrismo que por muito tempo manteve as hierarquias entre as culturas dominantes e as demais começou a ruir. A entoação em voz alta dos nomes coreanos dos membros e de suas músicas coreanas na televisão nacional dos EUA prova que a hierarquia rígida começou a se romper. O sucesso do BTS no mercado musical dos EUA não é apenas um sucesso na carreira, mas também um sinal de uma revolução na hegemonia cultural²⁵ (Lee, 2019, p. 64-65, tradução nossa).

2. Análise de conteúdo

No caso do conteúdo divulgado pela NPOMV analisado neste artigo, aplicamos as ideias de Lee (2019) e a descrevemos tanto como uma mídia rizomática quanto contra-hegemônica. O período selecionado para a análise de conteúdo foi delimitado às postagens feitas no X no dia 3 de dezembro de 2024 – uma data histórica na política sul-coreana, por ter sido marcada pela tentativa de golpe de estado do então presidente Yoon Sukyeol [윤석열] que, na madrugada do fuso-horário local, decretou a lei marcial. No entanto, poucas horas depois, ele foi forçado a voltar atrás devido à rápida reação de parlamentares, que se reuniram para votar contra o decreto, e da população, que tomou as ruas de Seul para manifestar sua revolta diante daquela ação autoritária – tudo isso apesar da tentativa do exército de impedir tanto a chegada dos legisladores ao congresso quanto a realização dos protestos nas proximidades do prédio do governo.

Considerando publicações feitas apenas no X, compiladas a partir do uso de ferramentas de busca tanto da própria rede social quanto do Google, a análise aqui apresentada registrou 65 postagens. Para classificar o conteúdo, as postagens foram divididas, conforme mostra o Gráfico 1, em 11 categorias, sendo elas: Política, Música, Cobertura de Evento, Política/Música (ao mesmo tempo), Celebridade, TV, Drama televisivo, Moda, Negócios, Premiação e Evento no Brasil.

Gráfico 1 - Classificação das postagens do NPOMV no X em 03 dez. 2024



Fonte: Elaboração própria

Em um dia tão impactante para a história da Coreia do Sul, a página no X da NPOMV intensificou tanto a cobertura da política sul-coreana a ponto de este tema ter sido o majoritário na referida data. Entre a primeira postagem do dia, realizada à 0h13 no horário de Brasília, e uma postagem feita às 10h57, o funcionamento seguia a normalidade, com postagens variando entre as categorias de Música, TV, Celebridade, Premiação, Drama televisivo e Negócios. No entanto, a partir das 11h29, quando a página da NPOMV no X publicou sobre o anúncio referente à lei marcial, a rotina da equipe, voltada à cobertura da cultura *pop* asiática, foi influenciada pelas circunstâncias. Vale destacar, ainda, a divulgação de notícias que mostram os efeitos que o cenário político sul-coreano, mergulhado no caos naquele momento, tiveram na indústria do entretenimento. Esta é, aliás, uma das diferenças entre a cobertura da NPOMV, que deixa muito claro qual é seu enfoque, e a cobertura da imprensa tradicional brasileira, que, por sua vez, apresenta as notícias demarcadas por editorias dependendo de qual é seu principal assunto. Além disso, em uma conjuntura política tão conturbada como a da Coreia do Sul àquela ocasião, seria difícil encontrar uma notícia na grande

mídia que se preocupasse em relacionar tão depressa as consequências que a lei marcial teria na *Hallyu*.

Conforme mostra a Figura 2, a NPOMV informou seus seguidores sobre o cancelamento de eventos e programas musicais televisivos por tempo indeterminado na Coreia do Sul (Nunca Pause o MV, 2024c), considerando que, até aquele momento, a lei marcial ainda não havia sido revogada. Inclusive, vale dizer que a página da NPOMV incluiu um *post* logo abaixo da notícia contendo um *link* para a fonte da informação. O *link* em questão leva a uma notícia publicada pelo *site 10 Asia* e disponibilizada – em coreano – no portal Naver (2024).

Figura 2



Fonte: Nunca Pause o MV, 3 dez. 2024c.

Outros exemplos de postagens que merecem destaque são: a sequência de 11 *posts* feita entre 12h21 e 12h23 com o intuito de explicar a lei marcial e suas implicações (Nunca Pause o MV, 2024g); vídeos de manifestantes enfrentando militares nas ruas de Seul, incluindo imagens do momento em que a jornalista Ahn Gwiryeong [안귀령], que atua como porta-voz do Partido Democrático²⁶, tenta tirar a arma das mãos de um soldado (Nunca Pause o MV, 2024a); a notícia de que os homens servindo ao Exército teriam suas datas de dispensa adiadas de modo indeterminado (Nunca Pause o MV, 2024d) – o que afetaria diretamente os artistas cumprindo o serviço militar obrigatório, uma informação, portanto, de grande interesse para os fãs; e as postagens classificadas como Política e Música ao mesmo tempo.

As três postagens registradas como Política/Música abordam as seguintes informações: o álbum *Coup D'Etat*²⁷, do *rapper* G-Dragon, alcançou o topo do *ranking* de pesquisa em tempo real da plataforma de *streaming* sul-coreana Melon (Nunca Pause o MV, 2024b); I.M, integrante do grupo Monsta X, estava ao vivo em seu programa de rádio no momento do anúncio da lei marcial e noticiou o caso aos ouvintes (Nunca Pause o MV, 2024f); Hyeju [혜주], integrante do Loossemble, compartilhou em um aplicativo de interação com fãs (Nunca Pause o MV, 2024e), conforme mostra a Figura 3, que não conseguiu dormir e que estava voltando para casa somente naquele momento (1h50 no horário de Seul). Em razão do contexto do país à ocasião,

pode-se concluir que o conteúdo da postagem da artista remete às manifestações contrárias à lei marcial.

Figura 2



Fonte: Nunca Pause o MV, 3 dez. 2024e.

3. Apresentação dos resultados do questionário

Para entender de forma mais aprofundada o funcionamento do veículo, foram compiladas respostas a partir de um questionário *on-line*, que ficou com acesso disponível para membros da equipe durante dois meses de 2025 (abril e maio). Foi registrada a participação de 16 pessoas na pesquisa, o que não significa que essa é, necessariamente, a totalidade de integrantes.

O questionário foi criado através da ferramenta Formulários, do Google, e compilou 16 respostas. O objetivo da aplicação do questionário foi reunir dados sobre o perfil demográfico de quem participa da equipe, como idade, gênero, estado onde mora, nível educacional e profissão, assim como verificar qual é a visão de cada membro acerca do veículo e do que diferencia a NPOMV da imprensa tradicional.

3.1 Perfil dos integrantes da equipe

Com relação à faixa etária, a maioria (68,8%, equivalente a 11 pessoas) tem entre 18 e 24 anos; seguido por 18,8% (três pessoas) de 25 a 29 anos; e 12,5% (duas pessoas), de 30 a 34 anos. Na divisão de gênero, 75% (12 pessoas) se identificam como mulheres; 12,5% como homens; e 12,5% como pessoas não-binárias. Em termos de moradia, 31,3% (cinco pessoas) são de São Paulo; 25% (quatro pessoas) do Rio de Janeiro; 12,5% de Alagoas; 12,5% do Piauí; 6,3% (uma pessoa) da Bahia; e esta mesma taxa se repete para o Distrito Federal e Minas Gerais. A respeito do nível educacional, 31,3% já concluíram a graduação; 25% ainda está cursando; 18,8% estão no Ensino Médio; 12,5% estão na pós-graduação; e 12,5% já concluíram a pós-graduação. Já a respeito da área profissional de cada um, foi observado que não é necessário estar cursando ou já ter concluído a faculdade de Jornalismo para participar da equipe, pois há vasta diversidade de cursos entre os integrantes da NPOMV. As respostas compiladas apresentaram as seguintes áreas: *Design de Animação*; *Desing Gráfico*; *Design Gráfico* e *Desing de Interiores*; *Direito*; *Enfermagem*; *Gestão de Recursos Humanos*; *Jornalismo concluído e cursando*; *Letras*; *Letras Português-Inglês*; *Letras Português-Inglês e Pedagogia*; *Medicina*; *Psicologia*; e *Psicologia Hospitalar e Cuidados Paliativos*.

3.2 Percepção dos integrantes da NPOMV sobre a própria organização

Tratando agora da percepção que a equipe tem do próprio veículo, 75% (12 pessoas) descrevem a NPOMV como *portal de notícias*, enquanto 18,8% (três pessoas) a classificam como *jornalismo independente*, e 6,3% (uma pessoa) como *jornalismo alternativo*. Outras duas opções disponibilizadas no questionário, *fanzine / webzine* e *fã-base*, não receberam votos. Sobre o principal ponto que diferencia a NPOMV do jornalismo tradicional, 31,3% (cinco pessoas) apontaram a *temática abordada nos conteúdos publicados*; 18,8% (três pessoas) indicaram o *sistema de organização da equipe*; e 12,5% (duas pessoas) disseram que é a *quantidade de publicações por dia*.

relacionadas à temática principal da NPOMV. As demais respostas foram individuais, de forma que as três primeiras (em itálico) eram opções que constavam na pergunta de múltipla escolha, e as três finais (entre aspas) foram acrescentadas através do campo de resposta discursiva: *canais usados para publicação; vocabulário; e trabalho voluntário*; e “Acredito que o diferencial seria as várias temáticas que abordamos – além de notícias, também tentamos fazer pessoas conhecerem outros artistas, outros gêneros”; “Não leio jornal, então não sei dizer ao certo”; e “O fato de que o conteúdo no fim também é feito também por fãs”.

3.3 Estrutura organizacional

A metade dos entrevistados (oito pessoas) faz parte da NPOMV há menos de um ano; enquanto 18,8% integram a equipe há três anos; 12,5% há cinco anos; uma pessoa há dois anos, uma há oito anos, e uma há 11 anos. No entanto, a admiração que boa parte sente com relação ao *K-pop* ou às séries BL e GL é mais longínqua: 43,8% (sete pessoas) são fãs há mais de dez anos; 25% (quatro pessoas) há nove anos; 12,5% (duas pessoas) há oito anos; uma pessoa há cinco, uma há seis anos e uma há sete anos. Considerando que o veículo está em atividade desde junho de 2014, percebemos que há rotatividade na equipe, visto que apenas uma pessoa faz parte da NPOMV desde sua fundação. Um dos possíveis motivos para essa rotatividade pode estar relacionado à dificuldade de conciliar o trabalho voluntário tanto com o trabalho remunerado, quanto com estudos e outros afazeres. Lembrando que 68,8% (11 pessoas) dos entrevistados têm trabalho remunerado.

Diante da forma de enxergar as mídias alternativas como um rizoma, conforme foi apresentada na revisão de literatura, é possível, portanto, também apontar as correspondências entre a NPOMV e a estrutura rizomática.

O questionário revelou que 81,3% dos entrevistados, o que equivale a 13 pessoas, trabalham para a NPOMV de forma voluntária. Considerando que o veículo não segue o modelo de negócio empresarial, marcado por níveis

hierárquicos, e não corresponde à fonte de renda para a maioria dos entrevistados, sua estrutura pode ser descrita como horizontal. Além disso, o veículo não destaca um ou outro membro da equipe nas publicações como sendo seu representante. Embora haja identificação de autoria das matérias no *site*, não há especificação hierárquica entre os autores. No entanto, isso não significa que não exista divisão do trabalho na NPOMV. As atividades, de fato, são organizadas em diferentes funções, mas sua estrutura como um todo ainda assim difere-se de um sistema arbóreo, e uma mesma pessoa pode desempenhar diferentes funções, dependendo da necessidade.

De acordo com as respostas do questionário, os cargos da NPOMV se dividem em: *staff*; redator(a); redator(a) do *site*; *designer*; assessor(a); administrador(a) de redes sociais (X, Instagram e TikTok); gerente de redes sociais; e líder de equipe. A resposta de uma pessoa chamou atenção por dizer que ela já ocupou diversos cargos, como membro das equipes do X, TikTok, Instagram, YouTube, *site*, financeiro, RH, etc. Ela ainda completou afirmando que está presente onde quer que seja necessário. Outro ponto interessante é que a pessoa gerente do TikTok é a mesma que assume a vice-presidência da Zine, o material impresso que a NPOMV começou a produzir e a comercializar em março de 2025. Com isso, pode-se concluir que existe uma flexibilidade na organização das funções entre membros da equipe, ainda que haja posições como “gerente” e “líder”. Mais um fator que reforça a flexibilidade da equipe é a distribuição do trabalho em turnos. Todos os entrevistados responderam que seu turno de trabalho na NPOMV varia dependendo do dia.

3.4 Desafios da organização

As respostas sobre o principal desafio para manter as atualizações da NPOMV mostraram que 56,3% (nove pessoas) selecionaram a opção *conciliar o tempo de atuação no NPOMV com o trabalho remunerado*; 25% (quatro) escolheram *conciliar o tempo de atuação no NPOMV com os estudos*; e três pessoas apontaram as seguintes dificuldades (sendo as duas primeiras opções

dadas como múltipla escolha e a última resposta acrescentada no campo discursivo): *conciliar o tempo de atuação no NPOMV com o lazer; conseguir acesso a informações em coreano sobre os temas que o NPOMV cobre; e “conciliar com trabalho e filhos”*. Chamou atenção que a mesma pessoa que respondeu “conciliar com trabalho e filhos”, que é do gênero feminino, foi a mesma que não soube indicar o que diferencia a NPOMV do jornalismo tradicional por não ter o hábito de ler jornal. Com isso, a discussão sobre a influência da maternidade no jornalismo alternativo, que muitas vezes envolve trabalho voluntário e o desafio de mantê-lo em conjunto com um trabalho remunerado, desponta como um tema relevante para outras pesquisas.

Referente a outro desafio que envolve mídias alternativas em geral – sua gestão financeira –, a NPOMV começou em março de 2025 a vender pela internet o NPOMV Zine, cuja autodescrição já foi aqui apresentada. Cada exemplar em português custa R\$ 15, dispõe de *photocard*²⁸ se comprado no período da pré-venda, e suas edições são mensais. Depois da capa com NMIXX, até o momento foram publicadas edições para o duo Gabby Onme, em abril, que também gravou conteúdo exclusivo para a NPOMV (NPOMV Zine; Gabby Onme; *Nunca Pause o MV*, 2025); o grupo Nowadays, em maio; e o trio Big Ocean, em junho. O grupo Nowadays, contudo, mudou de nome no dia 1º de junho de 2025 para NOWZ, conforme anúncio em suas redes sociais (NOWZ, 2025).

Sobre o motivo da criação desse material impresso, a metade dos entrevistados (oito pessoas) selecionou a opção *é necessário criar uma forma de financiar as atividades do NPOMV*; 37,5% (seis pessoas) escolheram o *público-alvo do NPOMV gosta de material impresso referente a seus ídolos*; 6,3% (uma pessoa) indicou *seguidores pediram por esse tipo de conteúdo impresso*; e outra pessoa preencheu no campo discursivo “ampliar a área de atuação da NPOMV no mercado de produção de conteúdo de artistas asiáticos”. Quanto à aplicação do valor arrecadado com as vendas dos exemplares, 75% (12 pessoas) indicaram *investimento em projetos futuros*; 18,8% (três pessoas) selecionaram *pagamento dos custos de produção da*

edição impressa; e 6,3% (uma pessoa) marcou todas as opções, que inclui divisão da quantia entre os membros da equipe.

Conclusão

Diante dos conceitos relevantes para compreender o que são mídias alternativas e dos dados apresentados referentes à organização NPOMV, identificamos diversos pontos em comum que foram capazes de descrevê-la como um veículo de mídia alternativa. A NPOMV adota, e não esconde, um discurso subjetivo, por ser um veículo feito por fãs para fãs, e assume um posicionamento político. Devido a seu sistema organizacional, podemos classificá-la como uma mídia independente por não ter relações diretas com outras instituições, sejam governamentais ou empresariais. Também foi possível elencar seus principais desafios para se manter em atividade, que correspondem aos mesmos desafios de outras mídias alternativas, bem como estratégias adotadas para contornar tais dificuldades.

Os obstáculos envolvendo a geração de rendimento financeiro provocam o estabelecimento de trabalho voluntário, o que acaba gerando desafios individuais, como a conciliação entre o voluntariado e o trabalho remunerado, que não necessariamente tem relação com Jornalismo. Tais desafios podem ocasionar rotatividade na equipe ao longo do tempo, já que é compreensível haver desistências nessas circunstâncias. Vimos que as estratégias adotadas para melhor conciliar o trabalho voluntário com outras atividades dos integrantes da equipe são a flexibilização de horário e de funções, e a possibilidade de produzir conteúdo a partir de qualquer lugar. Uma inovação adotada pelo veículo como tentativa de financiar suas atividades foi a criação da *zine*, um material impresso que atende aos desejos do público-alvo e é vendido em site próprio (Zine NPOMV, 2025).

Por sua produção de conteúdo ser focada na cultura asiática, que preenche uma lacuna na cobertura da grande mídia brasileira, observamos uma atuação contra-hegemônica da NPOMV. Sua principal temática

ultrapassa a cobertura do jornalismo tradicional, demarcado pelas indústrias culturais dominantes que são, em geral, anglófonas e oriundas dos EUA.

Considerando os princípios do rizoma, tal como foram concebidos por Deleuze e Guattari (2011), identificamos características em comum com a NPOMV, permitindo, portanto, descrevê-la como uma mídia rizomática. Sua estrutura linear e flexível, típica da *multiplicidade*, onde não há posições hierárquicas fixas, conecta facilmente quaisquer membros da equipe entre si, o que corresponde, por sua vez, aos princípios de *conexão* e *heterogeneidade*. Outro ponto em comum do veículo com o rizoma está em sua capacidade de sobrevivência em caso de rompimento, equivalente ao princípio da *ruptura assignificante*, considerando a rotatividade na equipe desde a fundação do veículo. Sua cobertura desterritorializada, tanto por incluir participantes de diferentes unidades federativas brasileiras quanto por focar na cobertura cultural de outro continente, integra uma estrutura que ultrapassa as barreiras geográficas – e linguísticas. Por fim, considerando que a NPOMV não segue o modelo tradicional de jornalismo, ela não poderia ser vista como um decalque da grande mídia e, conforme os princípios de *cartografia* e *decalcomania*, ela é “conectável em todas as suas dimensões, desmontável, reversível, suscetível de receber modificações constantemente” (Deleuze, Guattari, 2011, p. 30).

A NPOMV, com seu conteúdo contra-hegemônico, que foge ao discurso dominante, e não segue um modelo de negócio focado no lucro, se mantém em atividade há 11 anos para cumprir um papel ignorado pelo jornalismo tradicional. Apesar de direcionar seu olhar para o leste asiático, com foco no entretenimento sul-coreano, o veículo analisado não deixa de lado situações relevantes no contexto nacional e cria conexões entre as diferentes culturas.

REFERÊNCIAS

- ATTON, Chris. Writing about listening: alternative discourses in rock journalism. **Popular Music**, Cambridge, v. 28, n. 1, jan. 2009. Disponível em: <<https://napier-repository.worktribe.com/output/221671/writing-about-listening-alternative-discourses-in-rock-journalism>>. Acesso em: 1 jul. 2025.
- BAILEY, Olga; CAMMAERTS, Bart; CARPENTIER, Nico. **Understanding Alternative Media**. Maidenhead: Open University Press, 2008.
- BALLERINI, Frantjesco. **Jornalismo cultural no século 21**. São Paulo: Summus Editorial, 2015.
- DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia 2**. Tradução de Ana Lúcia de Oliveira, Aurélio Guerra Neto e Célia Pinto Costa. São Paulo: Editora 34, v. 1, 2011.
- FIGARO, Roseli; BARROS, Janaina; KINOSHITA, Jamir. As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia. In: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 17, 2019, Goiânia. **Anais eletrônicos [...]**. São Paulo: Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, 2019. Disponível em: <https://repositorio.usp.br/item/003029161>. Acesso em: 1 jul. 2025.
- FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa da. Análise de conteúdo. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Editora Atlas, 2015. p. 280-304.
- HACKETT, Robert; GURLEYEN, Pinar. BEYOND THE BINARIES? Alternative media and objective journalism. In: ATTON, Chris (org.). **The Routledge Companion to Alternative and Community Media**. Londres: Routledge, 2015. p. 54-65. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781315717241>.
- HUMAN RIGHTS WATCH. **Brasil: Eventos de 2020**, 2021. Disponível em: <<https://www.hrw.org/pt/world-report/2021/country-chapters/brazil>>. Acesso em: 1 jul. 2025.
- KIM, Ju Oak. BTS as method: a counter-hegemonic culture in the network society. **Media, Culture & Society**, v. 43, n. 6, p. 1061-1077, jan. 2021. DOI: <https://doi.org/10.1177/0163443720986029>.
- LEE, Jiyong. **BTS, Art Revolution: BTS Meets Deleuze**. Parrhesia, 2019. E-book Kindle.
- NAVER. [단독] 계엄령으로 전국 축제 행사 줄줄이 취소...엔터 '초비상' 돌입. 3 dez. 2024. Disponível em: <<https://m.entertain.naver.com/home/article/312/0000691537>>. Acesso em 29 jun. 2025.
- NOWZ. **NOW, It's NOWZ**. X: @CUBE_NOWZ. 1 jun. 2025. Disponível em: <https://x.com/CUBE_NOWZ/status/1929191214730850546>. Acesso em: 1 jul. 2025.

NPOMV ZINE; GABBY ONME; NUNCA PAUSE O MV. **E tem recado dos nossos queridos @gabbyonme pra vocês!** Instagram: @npomvzine, @gabbyonme, @npomv. 19 abr. 2025. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/DlpHe9Ty-oS/>>. Acesso em: 1 jul. 2025.

NUNCA PAUSE O MV. **Sobre Nós**, s.d. Disponível em: <<https://npomv.com.br/sobre-nos/>>. Acesso em: 27 jun. 2025.

NUNCA PAUSE O MV. **A âncora de notícias e também política, Ahn Gwi-ryeong (...)**. X: @npomvtt. 3 dez. 2024a. Disponível em: <<https://x.com/npomvtt/status/1863997565831676069>>. Acesso em 29 jun. 2025.

NUNCA PAUSE O MV. **Após os acontecimentos na Coreia do Sul, o álbum “Coup D’Etat” do G-Dragon (...)**. X: @npomvtt. 3 dez. 2024b. Disponível em: <<https://x.com/npomvtt/status/1864019869974380913>>. Acesso em: 29 jun. 2025.

NUNCA PAUSE O MV. **De acordo com artigo, empresas de entretenimento estão sendo contatadas e informadas sobre o cancelamento de eventos e music shows (...)**. X: @npomvtt. 3 dez. 2024c. Disponível em: <<https://x.com/npomvtt/status/1863955631679386036>>. Acesso em: 27 set. 2025.

NUNCA PAUSE O MV. **A dispensa de soldados que estão cumprindo o serviço militar (...)**. X: @npomvtt. 3 dez. 2024d. Disponível em: <<https://x.com/npomvtt/status/1863971263368028593>>. Acesso em: 29 jun. 2025.

NUNCA PAUSE O MV. **Hyeju (LOONA/LOOSSEMBLE) em app de conversa com fãs (...)**. X: @npomvtt. 3 dez. 2024e. Disponível em: <<https://x.com/npomvtt/status/1864027922551455894>>. Acesso em: 27 set. 2025.

NUNCA PAUSE O MV. **I.M do Monsta X estava ao vivo em seu programa de rádio (...)**. X: @npomvtt. 3 dez. 2024f. Disponível em: <<https://x.com/npomvtt/status/1864026309380256157>>. Acesso em: 29 jun. 2025.

NUNCA PAUSE O MV. **[THREAD] Crise política na Coreia do Sul**. X: @npomvtt. 3 dez. 2024g. Disponível em: <<https://x.com/npomvtt/status/1863966909118501148>>. Acesso em 29 jun. 2025.

NUNCA PAUSE O MV. **TUTORIAL**: Como tirar seu título de eleitor de maneira ONLINE. X: @npomvtt. 20 jul. 2021. Disponível em: <<https://x.com/npomvtt/status/1417541447629393921>>. Acesso em: 29 jun. 2025.

NUNCA PAUSE O MV. **NMIXX abre o jogo sobre fãs Brasileiros** [Vídeo]. YouTube: @Nuncapauseomv. 6 abr. 2025. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=5dl4czz7uBw>>. Acesso em: 30 jun. 2025.

NUNCA PAUSE O MV; NPOMV ZINE. **A NPOMV sempre esteve ao lado dos fãs de K-pop (...)**. Instagram: @npomv e @npomvzine. 28 fev. 2025. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DGoYhOhR381/?img_index=1>. Acesso em: 30 jun. 2025.

ZINE NPOMV. **NPOMV**, 2025. Disponível em: <<https://zinenpomv.com.br/>>. Acesso em: 30 jun. 2025.

NOTAS

¹ Louise Queiroga Max Marins é mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), pós-graduada em Jornalismo Cultural pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), e graduada em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Escola Superior de Propaganda e Marketing do Rio de Janeiro (ESPM Rio). Orcid: <https://orcid.org/0009-0004-3484-7995>. E-mail: louisequeiroga@gmail.com.

² Sigla de Music Video, conhecido em português como videoclipe.

³ Até o dia 29 de junho de 2025, os números de seguidores em cada rede social mencionada eram: 162,3 mil (X), 28,8 mil (Instagram), 13,8 mil (TikTok) e 46,5 mil (YouTube).

⁴ Lily Jin Morrow; Oh Haewon [오해원]; Seol Yoona [설윤아], que adota o nome artístico Sullyoon [설윤]; Bae Jinsol [배진솔], ou apenas Bae [배]; Kim Jiwoo [김지우]; e Jang Kyujin [장규진].

⁵ A página da Zine NPOMV no Instagram somou 383 seguidores até o dia 30 de junho de 2025.

⁶ No original: "[...] *privilege amateur and autodidactic methods of cultural production, though they do not necessarily exclude professionalized methods*" (Atton, 2009).

⁷ No original: "*For Frith, as for others, fans are not merely consumers, not merely passive audiences: they are the meaning-makers of popular music. Rock journalists are fans too; the roots of rock journalism lie in the 1960s, in the specialist music magazines of the US and the underground press of the UK, where writers began (with many remaining) as amateurs and non-professionals*" (Atton, 2009).

⁸ Séries BL e GL são produções televisivas com temática LGBTQIAP+ em países asiáticos como China, Coreia do Sul, Japão e Tailândia.

⁹ No original: "[...] *counter-hegemonic media would presumably seek to counterbalance the perceived biases of mainstream media, in favour of marginalised or under-represented groups*" (Hackett; Gurleyen, 2015).

¹⁰ No original: "[...] *seek to challenge objectivity and impartiality from both an ethical and practical standpoint*" (Hackett; Gurleyen, 2015).

¹¹ No original: "[...] *a botanical metaphor suggesting that such media can spread roots and sprout in unexpected places and times*" (Hackett; Gurleyen, 2015).

¹² No original: "[...] *at the edge of the local community*" (Bailey; Cammaerts; Carpentier, 2008).

¹³ No original: "*The rhizomatic approach thus becomes instrumental in avoiding the dichotomized positioning of alternative media in relationship to the local and the global, in opening up ways to theorize how the local and global touch and strengthen each other within alternative media*" (Bailey; Cammaerts; Carpentier, 2008).

¹⁴ No original: "[...] *a copy of mainstream and large-scale media, and would not generate a map, with its multiple entryways and adaptability*" (Bailey; Cammaerts; Carpentier, 2008).

¹⁵ Sigla para Adorable Representative MC for Youth (Adorável Mestre de Cerimônias Representante da Juventude, tradução nossa).

¹⁶ Kim Namjoon [김남준], de nome artístico RM; Kim Seokjin [김석진], ou simplesmente Jin [진]; Min Yoongi [민윤기], conhecido como SUGA enquanto membro do grupo ou como Agust D em sua carreira solo; Jung Hoseok [정호석], chamado também de j-hope; Park Jimin [박지민]; Kim Taehyung [김태형], de nome artístico V; e Jeon Jungkook [전정국].

¹⁷ Conjunto de fãs de determinada obra, movimento cultural, grupo, personalidade, etc.

¹⁸ No original: "[...] *if the acentered network of social media is only utilized as a marketing strategy to expand the fandom and gather profit, it becomes nothing more than an arborescent system with capital and authority as its center*" (Lee, 2019).

¹⁹ No original: "[...] BTS phenomenon can be summed up as a multiplicity in the process of becoming. BTS phenomenon is a multiplicity creating diverse meanings through various connections on different dimensions" (Lee, 2019).

²⁰ No original: "The ARMY multiplicity and its rhizomatic revolution of deterritorialization from previous territories are indissociable from BTS. BTS and the ARMY multiplicity traverse and connect rhizomatically to create the BTS-ARMY multiplicity. In the course of such becoming, the social critiques in BTS' songs materialize into a dimension of praxis, dismantling the dominance of hierarchical structures in reality. Therefore, the social and cultural change engendered by BTS-ARMY multiplicity, as rhizomatic revolution, undoubtedly carries political implications" (Lee, 2019).

²¹ No original: "[...] the fandom's efforts to make BTS' online content translated and globally accessible" (Lee, 2019).

²² No original: "As seen from the in-depth analysis carried out by Billboard, ARMY translators from Korea and abroad are one of the main reasons that BTS' music and activities were able to be communicated globally over the language barrier.¹⁹ Every day, innumerable BTS content is translated into English within a few hours and translated again into various languages. Since BTS posts content multiple times a day, translating takes a great deal of time and labor. Moreover, translating Korean to English is particularly difficult because of the unique expressions and grammar structures of the Korean language. By providing footnotes, translators attempt to deliver the most accurate expressions and to avoid any misunderstanding" (Lee, 2019).

²³ No original: "[...] a strategy to challenge dominant forces and discourses in society" (Bailey; Cammaerts; Carpentier, 2008).

²⁴ No original: "An Italian Marxist intellectual, Gramsci (1971), early on framed cultural resistance as an attempt to dislocate people's positions, considering ordinary individuals as the producers of a counter-hegemonic culture. In his view, they are the destabilizers of a hegemonic culture, who have the potential to take oppositional actions against the existing status quo (Gramsci, 1971)" (Kim, 2021).

²⁵ No original: "The English-centrism that had long maintained the hierarchies between dominant cultures and others has started to crack. The loud chanting of the Korean names of the members and of their Korean songs on US national television proves that the rigid hierarchy has begun to break down. The success of BTS in the US music market is not only a career success but also a signal of a revolution in cultural hegemony" (Lee, 2019).

²⁶ Partido do atual presidente da Coreia do Sul, Lee Jaemyung [이재명], eleito em 3 de junho de 2025.

²⁷ Expressão francesa que significa golpe de estado.

²⁸ Foto do tamanho de um cartão de crédito que é um item colecionável comum entre fãs de K-pop.

Recebido em 23/10/2025 e aprovado em 17/12/2025

FROM BRAZIL WITH HALLYU: FEMALE EMPOWERMENT AND RADICAL MIGRATION¹

Ingyu Oh²

Haerin Shin³

Virgine Borges de Castilho Sacoman^{4*}

Abstract: This study ventures into a new realm of research, delving into the influence of social media influencers (SMIs) in Brazil in promoting transnational migration based on popular culture, specifically Hallyu. We are particularly interested in the potential of these SMIs to engage in socially impactful for-profit activities that could significantly influence female empowerment and self-esteem. Our research questions specifically focus on the role of Hallyu SMIs in Brazil in encouraging their followers to migrate to Korea and how they are fostering gender empowerment by building communities and networks among women. We will also explore how their new media role is shaping social subversion in Brazil among female and LGBTQ+ communities on the one hand and encouraging radical migration to Korea in search of the 'safest' haven for women on the other. Using grounded theory, we aim to replace the less relevant concepts of 'commercial endorsing' and 'social comparison' in Hallyu migration with 'radical female migration'. Our unique contribution to literature is to demonstrate how pop culture can catalyse underrepresented populations toward radical female migration.

Keywords: Hallyu. Social Media Influencers (SMIs). Female Empowerment.

DO BRASIL, COM HALLYU: EMPODERAMENTO FEMININO E MIGRAÇÃO RADICAL

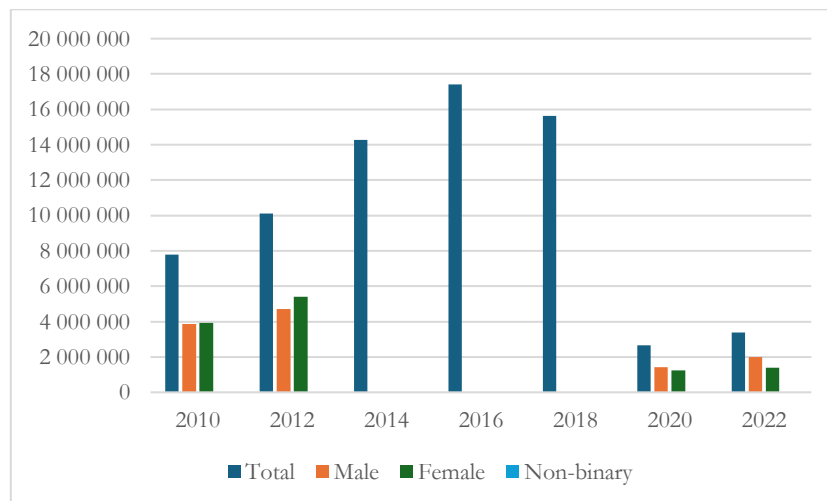
Resumo: Este estudo se aventura em um novo campo de pesquisa, investigando a influência dos influenciadores de mídia social (SMIs) no Brasil na promoção da migração transnacional baseada na cultura popular, especificamente na Hallyu. Estamos particularmente interessados no potencial desses influenciadores em desenvolver atividades comerciais com impacto social que possam influenciar significativamente o empoderamento e a autoestima feminina. Nossas perguntas de pesquisa concentram-se especificamente no papel dos SMIs da Hallyu no Brasil em incentivar seus seguidores a migrar para a Coreia e em como eles estão promovendo o empoderamento de gênero ao construir comunidades e redes entre mulheres. Também exploraremos como o novo papel desses influenciadores nas mídias digitais está moldando formas de subversão social no Brasil entre mulheres e comunidades LGBTQ+, ao mesmo tempo em que estimula uma migração radical para a Coreia em busca de um "refúgio" mais seguro para as mulheres. Utilizando a teoria fundamentada (*grounded theory*), buscamos substituir os conceitos menos relevantes de "endosso comercial" e "comparação social" na migração relacionada à Hallyu pelo conceito de "migração feminina radical". Nossa contribuição única para a literatura é demonstrar como a cultura pop pode catalisar populações sub-representadas rumo à migração feminina radical.

Palavras-chave: Hallyu. Influenciadores de Mídia Social (SMIs). Empoderamento Feminino.

Introduction

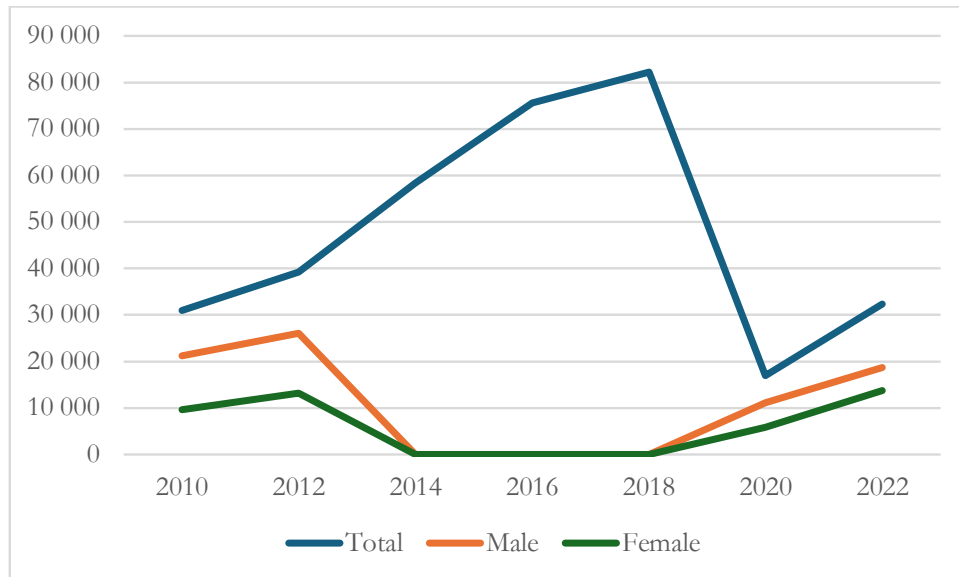
The trend of fan migrations to South Korea, particularly among female and LGBTQ+ fans of Hallyu (i.e., the Korean popular culture in the form of TV drama series and pop music called 'K-pop', which is globally rife among women), has experienced a significant upsurge in the past two decades (see Fig. 1). Fan migrations comprise short-term visits, repeated tours, long-term stays, study abroad programmes, marriage migrations, job migrations, immigration and others. What is remarkable is the steady increase of female and non-binary migrants from South America to Korea since the 2010s until the outbreak of the Covid 19 (see Fig. 2). In fact, the number of female migrants from South America who came to Korea for purposes of overseas study and marriage is surpassing that of their male counterparts (see Fig. 3) reflecting the gender structure of Hallyu fans who are predominantly women or LGBTQ+ (see Hwang, Seol and Oh's, no prelo). This new phenomenon warrants meticulous examination since South America is not relatively affluent or close to Korea. Therefore, our first research question is whether pop culture truly influences women's decision to migrate to the globalised and transnational world, a finding that could significantly impact the fields of cultural studies, gender studies, and migration studies.

Figure 1 - Migrants to Korea from All over the World (Short-term and long-term)



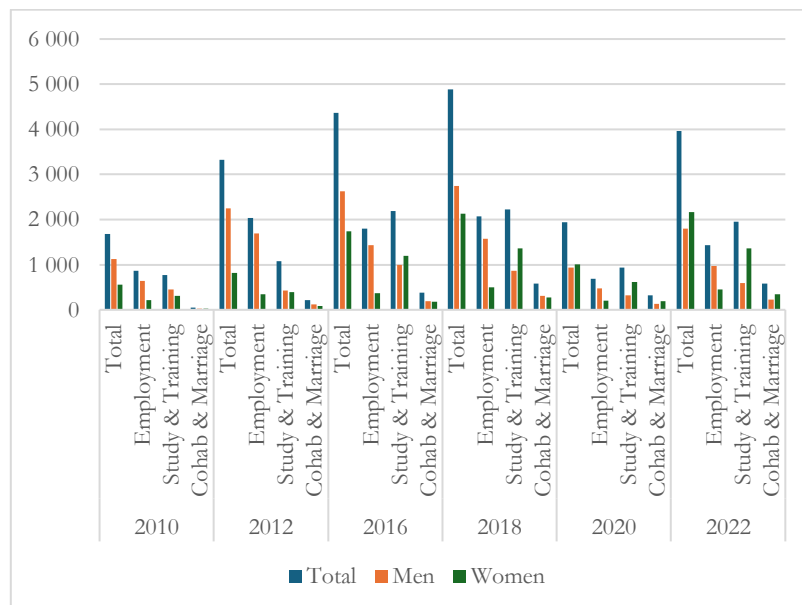
Source: Ministry of Justice, Korea (2024).

Figure 2 - Migrants from South America (Short-term & Long-term)



Source: Ministry of Justice, Korea (2024).

Figure 3 - South American Migrants by Long-term Visa Statuses



Source: Ministry of Justice, Korea (2024).

Furthermore, in the Korean Hallyu scene, the role and influence of Hallyu Social Media Influencers (SMIs) are alarming and palpable. In some Hallyu-bashing articles, for example, researchers pointed their fingers at these SMIs for egregiously promoting the sale of K-pop music albums, CDs and other fan

goods among their followers to manipulate music chart rankings and boost revenues for the idols (Choi 2020; Abidin 2021). However, few other than our current study have discussed the potential of SMLs in encouraging female Hallyu fans to migrate to Korea.

In many previous studies, SMLs have also been assailed for their alleged role of commercial endorsements that would lead to all sorts of social malaises, including 'social loafing', 'social comparison' and 'body esteem' (Chae 2017; Chapman; Whitlock 2019; Seekis et al. 2020; Lee et al. 2022; Pedalino; Camerini 2022). However, are these SMLs all similar, even in pop culture communities? Are the SMLs for the Taylor Swift fan community deliberately carrying out commercial endorsements only in the name of selfishness and profits? Is it the same story in the K-pop community as well? While these are our second research question, we want to develop a new identity for the SMLs in the Hallyu community. What we deem essential but has often been set aside by the Hallyu critiques was the SML's role in encouraging followers' gender empowerment and self-esteem through building Hallyu communities and social networks among women. In doing so, these SMLs also show their efforts to alleviate the negative aspects of social loafing, social comparison and body esteem.

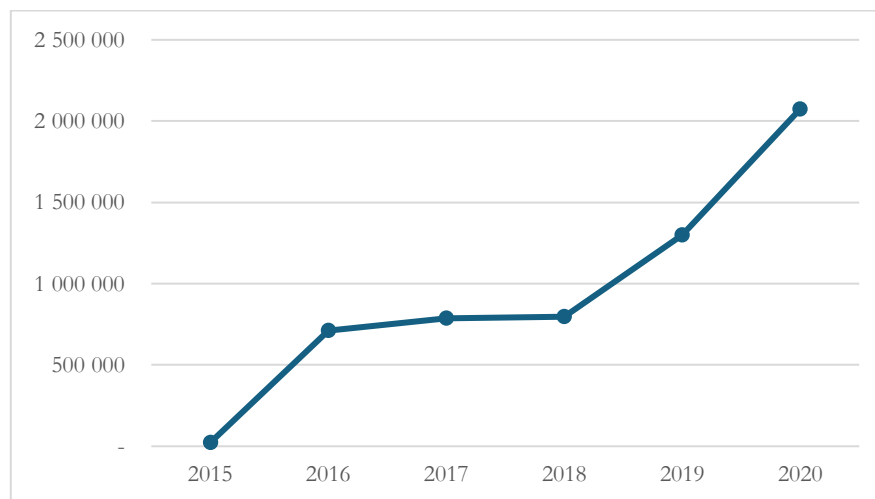
How can SMLs replace the social ailments associated with social media influencing with female empowerment and radical migration to Korea? To answer our final question, we want to assess the value of 'cultural branding' in explaining the phenomenon of Hallyu migration by female K-pop and K-drama fans. Although some previous studies have demonstrated the usefulness of cultural branding in explaining female empowerment and radical empathy among Hallyu fans (Oh; Kim 2023), we want to delve further into the possibility of expanding the identity of SMLs in the movement toward radical migration by female Hallyu fans.

1. Why Brazil?

Among South American Hallyu fans, Brazil represents the most extensive territory with a long history of political and migratory conflicts epitomised by an

image of 'strong' women amid persisting gender inequality, even though racism has already been diluted in most parts of social interludes in Brazilian society due to interracial amalgamation (Holanda 1995; Priore 2004). Not only in South America, where Brazilian women led the Southern Cone in various female social, political and economic struggles but in Korea as well, Brazil and its 'strong' women would never be imagined to envy Korean women for their female happiness in the 'safest' space for women. However, why do Brazilian women want to migrate to Korea badly after falling in love with Hallyu? In fact, as Fig. 4 shows, the number of Brazilian Hallyu fans has exponentially grown between 2016 and 2020 until the outbreak of the Covid-19 pandemic.

Figure 4 - Brazilian Hallyu Fans



Source: Korea Foundation (2015-2021).

Against this backdrop, what we assume to be a universal female fantasy about Korea and a ubiquitous female desire to migrate to the East Asian country, which to many sounds like a nightmare place for women, can be sharply highlighted by using the case of Brazil. We assume that female universalism is the fundamental basis of female infatuation with Hallyu as long as most women in the world, regardless of their ethnic, racial, economic and political backgrounds, share the fundamental female character of 'gendered melancholia' (see *inter alia* Oh; Kim 2023; Oh, Kim; Rowley 2023; Oh, Jang; Lim 2023). Like Brazil, a country full of 'strong' women seems to defy gendered

melancholia. However, a close look at it would reveal that these tough women are also victims of sexism and, thus, gendered melancholia.

2. Hallyu Social Media Influencers: A New Category in Migration Studies

Before sketching the theoretical backdrop surrounding Hallyu migration to Korea, we want to define Hallyu SMLs and explain why they are essential in current migration studies in Korean and global contexts. Briefly, Hallyu has the following characteristics: (1) K-pop and K-drama are the two most successful genres of Hallyu; (2) K-pop and K-dramas share the same fan base despite being two widely different genres, even as many K-pop singers are also K-drama actors; (3) Hallyu is not a regional affair, as it is one of the most successful pop culture genres in the world at the moment; (4) Hallyu's success is dependent on many factors, although its alternative message to male domination in most human societies could be its most crucial distinctive feature (Oh, Jang; Lim 2023; Oh; Kim 2023; Oh, Kim; Rowley 2023); and most importantly, therefore, (5) Hallyu fans are predominantly women of all ages, regardless of their racial, ethnic, national, and economic differences (Table 1).

Table 1 - Hallyu Fandom Census

	Country	Age	Gender
ARMY (n=562,280)	100+	Under 18 (30.30%)	Male (1.35%)
		18-29 (53.63%)	Female (96.23%)
		30-39 (9.31%)	Non-binary (2.42%)
		40-49 (4.49%)	
		50-59 (1.83%)	
		Over 60 (0.15%)	
KOR gov't sample (n=12,663)	111	n.a.	Male (0.58%)
			Female (94.2%)

Source: BTS ARMY CENSUS (2023); Korea Tourism Organization (2019).

In addition to this female fandom with a visible LGBTQ+ presence, these Hallyu fans have distinguished themselves from mere pop culture consumers by proactively participating in the fan activities of learning the Korean language and culture and participating in Hallyu tours to Korea while meticulously taking part in their local fan activities in their home countries, such as joining fan clubs, attending fan meetings, creating cover dance videos, providing free translation services for K-dramas, frequenting Korean shops and restaurants in Koreatowns and many others (Kim et al. 2009; Hu 2010; Oh 2011; Kim et al. 2013; Lyan; Levkowitz 2015; Kim 2018; King-O'Riain 2021).

Fan tourism or Hallyu pilgrimage as part of female universalism has served as a means of building physical and virtual camaraderie among female Hallyu fans all over the world since its onset by the Japanese middle-aged women in

the early 2000s, an aftermath of the so-called 'Yon-sama' sensation (Jung 2009; Oh 2011). Intended to be short-term sojourns to Korea to visit the location sites of the TV drama, these fan tours quickly developed into a learning experience of Korean lifestyle, language and history, which helped them overcome the national animosity between Japan and Korea (Oh 2009). Japanese female fans soon discovered the need to stay longer by frequently organising group tours or applying for long-term study abroad admissions at major universities in Korea. Finally, the rise of Hallyu pilgrimage tours and study abroad students to Korea was doubtlessly accompanied by the increasing tendency of marriage between migrant women and Korean men (see Oh; Seol; Hwang's paper, 2026).

Although some of the Hallyu bashers tend to argue that SMIs are there to manipulate music chart rankings, endorse products for sale, brainwash fans and commit other egregious acts (Choi 2020; Abidin 2021), they rarely highlight the above learning activities and group migratory behaviours by fans. As we can see, all of the proactive fandom behaviours we have described are relevant to SMI activities. Although they indeed do sell products and encourage album and single music sales among their followers, it is also undeniable that they promote learning, intercultural experiences, pop culture cosmopolitanism and, most importantly, migration. In this sense, SMIs are new players in the migration process, so we need to study them in depth.

Statistics and previous studies indicate that Hallyu fandom is predominantly feminine and LGBTQ+. It has a proactive fandom ideology that preaches fans to learn the Korean language and culture and visit or live in Korea as part of their long-term commitment to the Hallyu ideals held and shared firmly among female Hallyu fans. These facts differentiate them from passive fans *qua* consumers who do not question why they like Korean pop culture and, therefore, why they must study the Korean language and culture, not to mention why they prefer to live in Korea, an imaginary homeland, over their real one. If the role of SMIs in this proactive fandom or an 'imaginary' passive fandom is critical, we need to spell out the nuts and bolts of their thoughts, activities and impacts on the female fans.

Having identified our research questions, explained the significance of our single country case, and sketched the new role played by SMIs in migration, we present a short literature review that serves as the theoretical stepping stone for our study. This is followed by a grounded theory (GT) analysis of our in-depth interview data with Brazilian Hallyu SMIs. We also provide our theoretical interpretation of the findings.

3. Pop Culture and Migration: Significance of Study

The use of GT requires caution when dealing with the extant theory on the research topic because the methodology is inductive and aims to arrive at a new theory at the end of the inductive enquiry. However, some GT scholars later realised the importance of being guided by previous theoretical studies to avoid being left alone barefoot in fieldwork – viz. constructivist GT (Charmaz 2006). Furthermore, we must check the theoretical significance of our topic before engaging in any inductive enquiry using qualitative data. In this paper, we use theoretical reviews to check the importance of our research questions and to get guidance on constructing semi-structured interview questions and conducting the theoretical coding process.

Recent debates on pop culture and migration provide a foundational context for this investigation. Diana Yeh (2014) argues that pop culture acts as a re-migration determinant for second and later-generation children, suggesting that cultural affiliations formed through media consumption can drive migratory movements. Similarly, Phina Werbner (2004, 2013) posits that pop culture is an economic means for postcolonial populations to migrate into the first world, thereby softening the edges of diasporic nationalism. Henry Jenkins (forthcoming) also introduces the concept of 'imaginary homelands', which includes transculturation, cultural migration, fan pilgrimage and transcultural fandom. In the context of Hallyu, Korea as an imaginary homeland symbolises both a safe and enjoyable space for its female fans, driving them to migrate to the East Asian country.

However, few studies shed light on the relationship between SMLs and migration. What is visible these days is how hatred against migrants and the subsequent right-wing realignment in Europe against immigration, in general, is brewed up heatedly in social media, where SMLs generate and propagate racist ideologies as a dominant mode of thinking for European white people (Suuronen et al. 2022; Maneri et al. 2023). On the other hand, SMLs in developing economies that rely on outward migration for work overseas and their remittance back home utilise SMLs to encourage migration to Europe (Okunade; Bakare 2020; Jayadeva 2024). These SMLs are politically or economically charged and are not directly relevant to our question of how pop culture motivates the migration of people, especially women and other marginalised populations.

Insights on SMLs' role in cyberspace can be gleaned from previous studies focusing on the cultural messages these influencers generate and propagate to cultivate their cultural community. For example, although SMLs act as commercial endorsers openly, they create a new cultural message for the followers, such as the widely impactful discourses of 'body esteem' and 'social comparison' (Chae 2017, 2018; Seekis et al. 2020; Pedalino; and Camerini 2022). These two are opposite sets of discourse that commodify a person's physical body in cyberspace in tandem with actual commodities SMLs want to endorse and sell (i.e. body esteem), whereas those who failed to be compared with those successful SMLs who have already achieved their self-esteem and had to be dropped out of this competitive arena of physical fitness and beauty (i.e. social comparison and its losers). Exclusion and alienation occur not because one's body is commodified but because it failed to be commercialised. Evidence of social inclusion through body esteem is the fact that it fosters self-esteem, facilitates social connections among peers and weak ties and creates fun and happy experiences for their followers (Chae, 2018; Chapman; Whitlock 2019). Finally, those who were alienated from this social media or those who find themselves addicted to social media broadcasting and fail to empower themselves to participate in normal livelihoods are the final group of victims called 'social loafers'. The infamous labels of 'otaku' or

'hikikomori' may qualify as social loafers, clearly indicating the unequal and exploitative relationships apparent in social media (Chae 2017, 2018; Seekis et al. 2020; Pedalino, Camerini 2022).

Again, these studies share more similarities than differences from the Hallyu-bashing articles that accuse Hallyu SMIs of chart manipulations. Instead of focusing on the nature of new identity politics among female Hallyu fans that necessitate a novel type of cultural cosmopolitanism reserved for women vis-à-vis white males, they assail the entire social media-based fandom as corrupt and passive. Against this backdrop, Douglas Holt (2004) envisages a different cyberspace where female empowerment through SMIs can be possible. According to his cultural branding theory, SMIs can serve as promoters of social subversion among women, offering a new performing myth that challenges mainstream ideologies such as sexism and male domination. This subversive potential positions SMIs as critical agents in the cultural branding of Korea, making it an attractive and empowering destination for female and LGBTQ+ fans seeking personal and social transformation.

As our quick review of the extant studies reveals, our current study is theoretically significant because it has the potential to bridge the chasm that previous studies have left unfilled. The intersection of pop culture and migration, along with the cultural branding activities of social media influencers, represents an affluent area of academic inquiry. These phenomena highlight the dynamic and complex ways cultural consumption and digital media influence contemporary migration patterns and social identities. By understanding these processes, which the SMIs impact in their everyday relationships with their followers, scholars can better appreciate the evolving landscape of global cultural interactions and the role of digital platforms in shaping modern migratory experiences and cultural affiliations. Through our study, we seek to understand how these influencers promote cultural narratives encouraging migration and empowerment among their followers while realising their social potential as influencers and profit generators. By examining the role of Hallyu SMIs in Brazil, we aim to provide a comprehensive

understanding of the motivations behind fan migrations and the broader implications of pop culture in contemporary migration studies.

4. Grounded Theory Method

This research employs grounded theory as the primary methodological framework, beginning with existing theories and constructing codes based on relevant research findings. Grounded theory, as conceptualised by Barney Glaser and Anselm Strauss (1967), allows for a systematic generation of theory from data, which is particularly useful in exploring complex social phenomena such as the influence of Hallyu social media influencers (SMIs) on migration patterns. To ensure the robustness of our findings, we utilise theoretical sampling. This technique involves selecting groups for comparison based on theoretical criteria rather than random sampling. Specifically, we focus on Hallyu SMIs in Brazil to draw implications for female fan migration to Korea. This targeted approach allows us to delve deeply into Brazilian Hallyu influencers' specific ideologies and thoughts regarding pop culture and migration. During our interviews, we are particularly interested in identifying core concepts in the highest order among visible and often articulated discourse patterns.

Based on the literature review and theoretical analysis presented in the previous sections, our goal of the GT method is to eliminate less relevant concepts such as 'commercial endorsing', 'social comparison', 'body esteem' and 'social loafing'. Furthermore, we also want to eliminate the negative role of SMIs in promoting semi-forced music album sales to jack up the music chart rankings. Instead, we use grounded theory to replace these with the core concept of 'radical female migration'. By doing so, we shift the focus from more superficial aspects of influencer activities to a deeper understanding of their role in promoting significant life changes among their followers.

Our research adopts a directed content analysis approach, as outlined by Kathy Charmaz (2006) and further developed by Chara Makri and Andy Neely (2021). This method involves starting from existing theories and constructing codes that align with the research findings. The process begins

with a theoretical framework, from which codes are derived and then applied to the data. This iterative process ensures that the codes are grounded in theory and reflect the data. The potential for multiple comparisons in this study is infinite, necessitating a careful selection of groups based on theoretical criteria. This approach allows us to make meaningful comparisons and draw robust conclusions about the phenomena under study. By focusing on Hallyu SMIs in Brazil, we can analyse their specific ideologies and thoughts about pop culture and migration as an alternative performing myth in their cultural branding and provide a nuanced understanding of their influence.

Ultimately, we intend to draw theoretical implications regarding the role of Hallyu SMIs in facilitating female fan migration to Korea. We contribute to a deeper understanding of the interplay between digital media, pop culture, and migration by examining how these influencers promote radical migration. This research highlights the significant role of SMIs in shaping migration patterns and underscores the importance of cultural branding and community building in contemporary migratory experiences.

5. Theoretical Sampling

In this study, we used the theoretical sampling method to select the interviewees, and our focused group of sampling were the highly popular Hallyu SMIs from Brazil (for this method, see Glaser 2004; Qureshi; Ünlü 2020). They were selected mainly for the sheer number of followers, the focus of their discourse, Hallyu, and the use of Portuguese in their media broadcasting. Theoretically, however, they also satisfied the basic requirements of social media influencers in that they all relied heavily on social media for message creation and dissemination and enjoyed a high number of faithful followers who voluntarily wanted to receive influence for their opinions, decisions and actions. Finally, they are all interactively involved in sharing information and knowledge and maintaining discourse about Hallyu. The potential for multiple comparisons in this study is vast, necessitating a strategic approach to selecting groups based on theoretical criteria. Given the infinite possibilities for

comparison, it is crucial to establish clear guidelines to ensure that the selected groups are relevant and provide meaningful insights into the research questions. By examining this particular cohort, we aim to understand how Hallyu SMIs influence their followers, particularly in promoting migration to Korea.

Theoretical sampling allows us to supplement our research with the constant comparative method, which ensures that incidents are compared to other incidents to establish underlying uniformity and varying conditions. The comparison of 20 SMIs from Brazil with similar contextual backgrounds (e.g. Brazilian culture, Portuguese, similar social institutions, political and economic conditions, etc.), which we designed in this study, fulfilled the constant comparative requirements. The complete list of our sample in this study is presented in Table 2. As Table 2 shows, we conducted structured interviews with 20 participants, primarily women, from various cities in Brazil between July 10th and September 8th.

Table 2 - The List of Interviewees

	Name	Age	Gender	Race	Place
1	Maya	23	W	White	Brasília - DF
2	Anna	25	W	White	São Paulo
3	Samuel	23	M	Mixed	São Paulo
4	Amanda	30	W	White	São Paulo
5	Priscila	30	W	Asian	Minas Gerais
6	Carol	36	W	White	São Paulo
7	Georgia	27	W	Black	Rio Grande do Sul
8	Juliana	36	W	White	Rio Grande do Sul
9	Bruna	38	W	White	Paraíba
10	Luiza	26	W	Asian	Brasília - DF
11	Lais	34	W	Mixed	Maranhão
12	Lukas	21	M	Black	São Paulo
13	Isadora	24	W	White	Goiás
14	Thais	28	W	Asian	São Paulo
15	Luke	17	M	Mixed	São Paulo
16	Larissa	27	W	Black	São Paulo
17	Camila	34	W	White	Rio Grande do Sul
18	Guilherme	30	M	Mixed	Rio de Janeiro
19	Jaqueline	44	W	Mixed	Maranhão
20	Yudin	21	W	Asian	Bahia

Source: Author's own elaboration, based on interview data collected by Virgine Borges (2023).

6. Theoretical Coding

In their seminal work, Melanie Birks and Jane Mills (2015, p. 181) describe 'the use of advanced abstractions to provide a framework for enhancing the explanatory power of a grounded theory'. This study leverages such advanced abstractions derived from competing theories to develop a robust theoretical framework for understanding the role of Hallyu social media influencers (SMIs) in female fan migration to Korea.

Several concepts from competing theories are considered to refine and advance the theoretical framework. Firstly, the notion of SMIs as commodity endorsers, grounded in marketing theories, is deemed less relevant and thus will be eliminated from the core concept candidates. This marketing view of SMIs focuses primarily on the commercial aspect of influencers, which does not fully capture their broader socio-cultural impact on their followers.

Secondly, sociological theories that position SMIs as promoters of social loafing, social comparison and body esteem will also be eliminated from the core concept group. While these aspects are significant in understanding the broader influence of SMIs, they do not directly address the migration phenomena under study, particularly why pop culture from a post- or decolonial society like Korea motivates female fans worldwide who want to migrate to the East Asian country. Suppose all these female Hallyu fans are brainwashed by SMIs in each country in the world. In that case, the whole theoretical contour becomes impossible to defend unless one accepts a global conspiracy theory that allows the Korean government to be a supranational entity that brainwashes SMIs in each country, who then lobotomise their followers.

Thirdly, by elevating cultural branding to a potential core concept group, we will advance and corroborate the theory of cultural branding. This theory emphasises the role of influencers in creating and promoting cultural symbols and narratives that resonate deeply with their followers. It provides a critical lens through which to examine how Hallyu SMIs foster a sense of cultural belonging among their female followers, who commonly subscribe to the

proactive consumption of Hallyu as their primary pop culture. At the instruction and encouragement of the SMIs, these women will embark on a journey that would identify them as universal women who suffer from gendered melancholia and terminate their journey in Korea, a country they newly discover as a safe haven for women.

Finally, the gender divide in pop culture, as explored through cultural and gender theories, will be advanced and refined. These theories offer insights into how gender dynamics shape the consumption and production of pop culture, highlighting the unique experiences and motivations of female Hallyu fans in Brazil and the rest of the world. At the heart of this study is the concept of 'radical female migration', which will emerge as our core concept in this study. The new core concept will encapsulate the transformative journey of female fans who, influenced by Hallyu SMIs, migrate to Korea to pursue cultural, social and personal empowerment. The study will demonstrate how 'radical female migration' sheds light on the intricate interplay between digital influence, cultural identity and migration.

To achieve this study's goals, a questionnaire with clear and comprehensive conceptual criteria must be constructed (see Table 3). The questionnaire was drawn from five conceptual criteria: (1) cultural icons and iconic brands, (2) performing myths, (3) identity, (4) contradictions in society and (5) migration. The first, the second and the third criteria derived from cultural branding theory, whereas the third criterion came from gender theory. The fifth criterion is the dependent variable.

Cultural icons and iconic brands specifically investigate the degree of one's understanding of Hallyu among the sample SMIs from Brazil. According to cultural branding theory, icons and iconic brands transcend their product categories and become deeply woven into the cultural fabric of society. They achieve this by tapping into powerful cultural myths and narratives that resonate with people's desires, anxieties and ideological tensions (Holt 2004). This means that performing myths must be present in all iconic brands, such as Hallyu and the goods and services that come with it. One important performing myth of Hallyu as an iconic brand is its female universalism (Oh; Jang; Lim 2023).

To understand Hallyu's performing myth, a Hallyu SMI must understand contradictions in their society, such as sexism and gender discrimination, which are deeply rooted in each society. The criterion of 'identity' asks each SMI whether they realise their followers' gender composition. Many scholars who have just begun their investigation of Hallyu in their society often do not realise the femininity of Hallyu fandom. Without realising this, SMIs cannot discover social contradictions in their society. Finally, migration asks if SMIs are genuinely interested in migrating to Korea, unlike many deceptive marketing tactics that intend to trick customers.

7. Conditional Relationship Guide

Our interviews with the 20 Brazilian SMIs summarised below provided sufficient ethnographic data that enabled theoretical saturation, which indicates that all the conceptual categories we have selected for this study based on the extant theoretical debates have exhausted their need for further investigation because gathering more data would shed no additional light on the properties of each theoretical category. This also means our theoretical sampling fulfilled its initial purposes (Charmaz 2006). With the interview results, we proceeded with theoretical coding processes to find out the core concept of our research question (for theoretical coding, see Glaser 1978) – why do Hallyu SMIs in Brazil, and probably elsewhere, encourage their followers to migrate to Korea against all odds?

Table 3 - Questionnaire Constructs

Conceptual Criteria	Question Items	Follow-up Questions
Cultural Icons & Iconic Brands	1) What is K-pop (or Hallyu) to you?	1) When you think of Hallyu, what is the first thing that comes to your mind?
	2) Do you think K-pop (Hallyu) is a cultural icon? If so, what does it symbolise?	2) What makes you think your answer is the most important image of Hallyu?
	3) Do you think K-pop (Hallyu) is an important cultural brand? If so, what do you think it sells to the public in Brazil (mostly women)?	3) Which of the following do you think is the iconic image of Hallyu: girl group, girlish boy group, dance, music, food, cosmetics, fashion, drama actors who are women?
	4) By consuming K-pop (Hallyu), what kind of image/idea do you have about it and Korea in general?	4) What makes you think your choice is correct?
	5) By consuming K-pop (Hallyu), what other pop culture genres do you like and consume?	
	6) By consuming K-pop (Hallyu), what other products from Korea do you like and consume?	
Performing myths	1) As a K-pop (Hallyu) influencer, what are you trying to do to help your followers?	1) What is the most important message you get from K-drama and K-pop?
	2) As a K-pop (Hallyu) influencer, what do you think is the most important aspect of K-pop (Hallyu) for your followers?	2) What makes you think so? Do you convey your ideas about this to your followers?
	3) Do you think K-pop (Hallyu) sends messages different from other pop culture genres, such as Anglo-American, Latin, or Brazilian pop? If so, what makes K-pop (Hallyu) different from them? Do you want to emphasise these differences to your followers?	3) Which of the following is the prominent message you get from Hallyu: (1) strong women, (2) girlish boys who help strong women, (3) female fandom that allows women to enjoy Hallyu, (4) Asian/Korean women who are strong and (5) men who are soft and kind?
	4) Why did you become a K-pop (Hallyu) influencer? Explain to us the motivation behind your choice to become an influencer.	
	5) Can K-pop (Hallyu) change your and your followers' lives? If so, why? What is the most important message that you think is helping your life? Do your followers also believe in this?	
Contradictions in society	1) What are some important social problems you face in Brazil?	1) Have you ever experienced gender or sex discrimination in your society?
	2) Do you think gender discrimination or any other forms of discrimination against women are one of the major social contradictions in Brazil?	2) Do you think it is a serious social problem in your society?
	3) Do you think K-pop (Hallyu) addresses the gender issue for you and your followers?	
	4) What are some of the most memorable examples that would support your belief that K-pop (Hallyu) addresses the gender issue?	
	5) What other social issues do you think K-pop (Hallyu) is addressing? Give me examples.	
	6) In your social media broadcasting, do you emphasise these social issues for your followers? Why do you think mentioning these social issues is important in your influencing career?	
Identity	1) What kind of people are your main followers who are loyal to you?	1) Do you think Hallyu is a good bonding medium for you and your followers?
	2) Why do you think they're loyal to you?	2) What makes you think so?
	3) Do you want more diverse followers, not just women who love K-pop (Hallyu)? Why not?	3) Can you give examples?
	4) What's a common characteristic between you and your followers? What is the most important bonding mechanism between you and your followers?	
	5) What do you do to buttress the bond between you and your followers besides social media programs?	
	6) Do you think your bond with your followers is getting stronger due to K-pop (Hallyu)? What's the reason for the answer?	
	7) What else do you want to do to enhance the bond between you and your followers? Are you going to be a more ardent fan of K-pop (Hallyu) because it helps build bonding between you and your followers?	
Migration	1) Do you or your followers want to visit Korea to witness and experience K-pop (Hallyu) personally? Does this help buttress your identity as a K-pop (Hallyu) fan?	1) Have you become more interested in visiting or living in Korea after becoming a Hallyu fan?
		2) Can you explain the process of this happening to your life?
		3) Is your desire to travel to Korea becoming stronger every day?

The first important finding of our ethnographic investigation can be summarised by a conditional Relationship Guide (CRG). This table logically connects all these germane concepts according to the three main features of 'conditions', 'actions-interactions' and 'consequences or outcomes' (Corbin; Strauss 2015). According to GT theorists, our CRG can logically connect

previously unconnected concepts in the following way (see also Scott 2004, p. 204; Scott; Howell 2008):

- What is [Hallyu SMI, radical female migration]? (Using a participant's words helps avoid bias)
- When does [Hallyu SMI, radical female migration] occur? (Using 'during . . .' helps form the answer)
- Where does [Hallyu SMI, radical female migration] occur? (Using 'in . . .' helps form the answer)
- Why does [Hallyu SMI, radical female migration] occur? (Using 'because . . .' helps form the answer)
- How does [Hallyu SMI, radical female migration] occur? (Using 'by . . .' helps form the answer)
- With what consequence does [Hallyu SMI, radical female migration] occur, or is [Hallyu SMI, radical female migration] understood?

Each category in our CRG Table (Table 4 below) was derived from the literature on the topic, which we explored to develop the questionnaire, as shown in the previous section. Therefore, the categories in CRG are the same as the conceptual categories. As Table 4 indicates, all the Hallyu SMIs we interviewed had a semi-consensual perception of the logical relationship between the concepts from the category in the far-left column and their consequence in the far right. What counts as the most significant from the CRG Table is the fact that SMIs had a clear, logical explanation for (1) why they think Hallyu provides them with an alternative performing myth to the dominant ideology in Brazil and (2) why they pursue migration to Korea as a consequence.

The interviewees' most frequent responses regarding their view of Hallyu as a cultural icon or iconic brand (i.e., the alternative myth in which the brand is anchored) were: 'Hallyu motivated me', 'Hallyu changed my life', 'Hallyu empowered me', 'I became interested in learning and succeeding in my life' (Fonte: Dados de entrevistas coletados por Virgine Borges em 2023), and similar comments. Likewise, these SMIs knew very well about the social contradictions

in Brazil in the form of sexism, racism, the hypersexualisation of women, socioeconomic problems, suicides and others. At the same time, they admitted to realising all these problems when they visited Korea, a country that seemed free from such social problems they encounter daily in Brazil. While these unhappy experiences made them feel 'unsafe', 'angry', 'powerless' and 'depressed', their new encounter with Korea assured them of a sense of 'safety' for women and LGBTQ+ identifiers.

When they noticed that their depression disappeared miraculously by exposing them to Hallyu on the one hand but more miraculously by visiting Korea on the other, they concluded that Korea was a new migration destination for them as it represents 'space for fun' (vis-à-vis depression in Brazil), 'space for trust', 'a safe place' for women, and all other positive connotations. They then meticulously search for ways to migrate to, not simply visit, Korea through study abroad programs, marriages and employment. It is also noticeable that they invest substantial efforts in learning the Korean language and culture to realise their migration dream to a new imaginary homeland. It is clear from Table 4, therefore, that they fully understood their gender divide experience in the Hallyu fandom and constructed their migration to Korea as the 'fulfilment' of their dream, even though that required gender empowerment with other Hallyu fans who were primarily female and LGBTQ+ (i.e. gender divide).

Table 4 - Results 1: Conditional Relationship Guide

Category	What	When	Where	Why	How	Consequences
Cultural icons & Iconic brands	Korean culture; K-drama; K-pop	Since teenager; during university	Mostly in Brazil; visit to Korea	Collaboration with Japanese culture; hybridity; anime	My idols; BTS; androgyny; gentle boys; pure; youth; beauty; skin care; food; fashion; soft power	Motivation; changed my life
Performing myths	Messages of K-pop	When listening to K-pop; watching K-drama	On streaming OTT	Happy, happiness	It raises self-esteem; makes me realise my dream; and inspires me; it's a great self-help method	Empowerment; learning knowledge; success
Contradictions in society	Sexism, racism, hypersexualisation of women, socioeconomic problems, suicides	When living in Brazil; visiting Korea; visiting foreign countries	Brazil; Korea; and some other countries	Unsafe, angry, powerless, depressed	Frequently observing in Brazil	Became a Hallyu fan; a strong desire to migrate to Korea
Identity	Female; women; gay foreigner; artists for feminism	During fandom	Fandom spaces, physical or virtual	Contradictions in society	Skin care; food; fashion; share information; community; connection; bonding; social media; empathy	It saves me from depression
Migration	Visit to Korea; Hallyu pilgrimage; study in Korea; living in Korea	During fandom	Seoul, Busan, Han river	Curiosities; space for fun; space for trust; safe place; soft power; branding power	Exploring possible ways to realise our migration dreams; marrying a Korean man	Strong women; knowledge; success

Now that our CRG Table has satisfactorily contextualised the logical connectedness among the categories and concepts, our next task is to find the core concept among all categories.

8. Reflective Coding Matrix

Based on the CRG Table we have constructed above, which has supported our understanding that Hallyu SMLs are not simple commodity endorsers or music chart manipulators but are deeply involved in the gender divide and social contradiction experienced in Brazil (and for that matter, any country different SMLs belong to). Their conscious commitment to liberating themselves and their followers from gendered melancholia by first proactively consuming Hallyu and later migrating to Korea, a safe haven for women, became the core meaning of their SML activities. RCM can analyse this process to find the core activity.

Whereas the purpose of CRG was to carry out the theoretical coding procedure, which involves 'condition', 'actions-interactions' and 'consequences or outcome' (Corbin; Strauss 2015), which combines both the axial and selective coding procedures, RCM intends to integrate the emerging relationships between the elaborated concepts into an overarching framework with one core category (Glaser 1978; Corbin; Strauss 2015; Scott; Howell 2008). When RCM successfully specifies the core category, we will know the central phenomenon of our research and can finally answer our research question.

In constructing our RCM, we borrow action-interactions (processes), conditions (dimensions and situational and environmental factors) and consequences from the CRG Table. If we start from the consequences, we can reversely trace the processes, dimensions and factors from the process outcomes. Therefore, the consequences selected in our RCM are: 'Hallyu motivation', 'Hallyu changed my life', 'empowerment', 'Hallyu saves me from depression', 'strong women', 'desiring to obtain new knowledge', 'imagining success', and a strong desire to migrate to Korea'. On the other hand, the processes of these outcomes are: 'sharing information', 'connection', 'social media', 'female bonding', 'empathy', 'raising self-esteem', 'realising my dream', 'inspiring me', 'helping myself', 'reinforcing performing myths through interactions with female fans', 'reinforcing curiosities', 'conceiving Korea as a space for fun', 'trust and safety' and 'idealising a Korean man'. We identified the dimensions and factors between these processes and outcomes using the interviewees' words and reasoning.

Filling up the easy cells first (or picking lower-hanging grapes first) on the table, we finally came up with the core concept. Analysing the interview data and the CRG and RCM tables, we quickly noticed that what most SMLs had consensually in mind regarding their decision to encourage fan migration to Korea were the following five characteristics:

- (1) They were active in building a female community for Hallyu
- (2) They all shared female empathy (i.e. empathising with female issues; emotional attachment to Hallyu for its femininity)

(3) They all suffered from gendered melancholia due to sexism and gender discrimination

(4) They were interested in social subversion, although no one took part in organised violence; and

(5) They all considered Korea as a new imaginary home.

These five 'characteristics' imply one concept: 'radical female migration'.

Table 5 below presents all these concepts, with the core concept at the apex.

Table 5 - Results 2: Reflective Coding Matrix

Core category	Radical Female Migration				
Properties (characteristics of category)	Female community building	Female empathy	Gendered melancholia	Social subversion	Imaginary home
Processes (action/interaction)	Sharing information; connection; social media	Female bonding; empathy	Raising self-esteem; realising my dream; inspiring me; Helping myself	Reinforcing performing myths through interactions with female fans	Reinforcing curiosities; conceiving Korea as a space for fun, trust & safety; idealising a Korean man
Dimensions (degree of properties)	Hallyu influencing; the number of followers	Empathising with female issues; emotional attachment to Korean pop culture; strong & weak ties	One's cognition about her gender identity; future worries; vulnerability	Degree of sharing core messages of Hallyu	Attitude toward learning the Korean language and culture; loyalty to Korean soft power; cultural branding
Contexts (situational, environmental factors)	Advancement of cyber technologies and community building	A new opportunity to meet and form female communities who share similar cultural traits	Sexism and social inequality that enhance female vulnerability in Brazil	The wide availability of Japanese and Korean pop culture in Brazil with alternative (subversive) messages to the Brazilian mainstream	Digital intimacy; promotion of Korea as a new safe country for women by Hallyu influencers and friends
Modes for Understanding the Consequences (process outcome)	Hallyu motivation; changed my life	Empowerment	It saves me from depression	Strong women; desiring to obtain new knowledge; imagine success	Strong desire to migrate to Korea

Our findings suggest that there may be commercially motivated interaction between Hallyu SMLs and their followers in Brazil. However, their digital intimacy is anchored more in socially motivated female universalism for migration to Korea than politically induced anti-migration. Furthermore, it is also corroborated that Hallyu SMLs in Brazil, possibly like their counterparts in other parts of the world, are active promoters of radical Hallyu migration for their

female followers. These SMLs are victims of sexism, glass ceiling or any other hard or soft forms of gender discrimination in Brazil, just like their followers. Even though Brazil is known for her social progressiveness, where racism and sexism had been much diluted more than in other postcolonial societies, Hallyu influencers and their followers notice the chasm between what is socially packaged and what is real. In this sense, the term 'Hallyu migration' warrants new attention from migration scholars who tend to disregard the importance of pop culture in migration studies.

Hallyu migration, conceptualised as 'female radical migration', contains pertinent characteristics, processes, factors and consequences. Firstly, to regurgitate, it is motivated by a strong gender identity as women or LGBTQ+ in the shaping of fans' desire to migrate to Korea. Additionally, their strong gender identity is correlated with proactive Hallyu consumption and fandom activities, an essential aspect of Hallyu fandom that is based on the idea of female universalism and gendered melancholia (for this, see Oh; Jang; Lim 2023; Oh; Kim 2023; Oh; Kim Rowley 2023). Their interactions with sexism and later overcoming sexism and participating in Hallyu fandom leads to the process of constructing fandom fantasies, including imagining new faraway homelands, being attracted to Hallyu icons or iconic brands, including androgynous K-pop male idols and K-drama actors, feeling infatuated with beautiful K-pop girl bands and K-drama actresses and interacting with fandom culture in general. However, it is noted that these female Hallyu fans have felt insecurity in their homeland for fear of sexism, social violence, crimes and any other threats posed to women in general. The discovery of Korea as a new safe haven for women constitutes the core image of Hallyu and its motherland, Korea, intensely arousing their desire for migration, which the Hallyu SMLs also catalyse.

Secondly, the dimensions (degrees) of radical female migration have varying degrees of depth and magnitude in each of the five processes. Female community building by Hallyu SMLs is easily measured by the number of online followers and the strength of their impact (i.e. Hallyu influencing) on their followers. These SMLs can feel the effect when the number of followers increases daily and when they receive many enquiries and affective comments from the

followers. Female empathy can be understood in terms of SMLs' capability to emphasise female and LGBTQ+ issues, including sexism and the subsequent gendered melancholia. Their affectionate attachment to Hallyu is a good sign that shows their followers how sensitive these SMLs are to and appreciative of female issues. Once connected through the common emotional attachment to Hallyu, strong and weak ties are relevant to female empathy as it escalates into a socially subversive cultural movement. Psychological wounds from sexism apply to the degree of one's consciousness and activism of her gender identity and sexism, along with one's perception of her personal and social vulnerability as a woman (for vulnerability, see Given 2021; Oh; Kim; Rowley 2023). This social vulnerability will quickly become one's anxiety about her future in her society. The degree of social subversion among the SMLs can be gleaned from their penchant for interpreting and sharing the core message of Hallyu – the alternative performing myth that the free will of women enlivens them up for their newly acquired hope of succeeding in this world, no matter what that means to each woman (but certainly not to continue to be subservient to male needs). On the other hand, constructing imaginary homelands and breeding fandom fantasies would create tension with their original cultural background or other mainstream cultures if the degree of the process gets heightened. The love of postcolonial culture vis-à-vis Chinese, Japanese, European and Hollywood culture could be one example of recent political radicalism among cultural diasporic groups. The love of Korean pop culture as postcolonial, for instance, could exacerbate the hatred against US, European or Japanese pop culture.

Thirdly, the contexts (i.e. the situational and environmental factors) surrounding each process are fivefold. For female community building, the advancement of cyber technologies is a contextual background. For female empathy, the availability of Hallyu in Brazil (vis-à-vis some countries that ban Hallyu officially) in tandem with the preexisting cosmopolitan group of people who had already been exposed to Japanese pop culture since the 1980s (i.e. female communities who share similar cultural traits) works as a context. For gendered melancholia, most women should experience and be well aware of

sexism and social inequality that enhance female vulnerability. For social subversion, the wide availability of feminist ideology, feminist politics and foreign pop culture in Brazil with alternative (subversive) messages to the Brazilian cultural mainstream is a contextual pre-condition. For imaginary homelands, the digital intimacy that easily allows the propagation of the idea that Korea is a new safe country for women by Hallyu influencers and friends in the digital community works as a background context.

Having completed our GT analysis using our qualitative interview data, we present our interpretation of the findings with a new conceptual model and conclude this paper with our final thoughts.

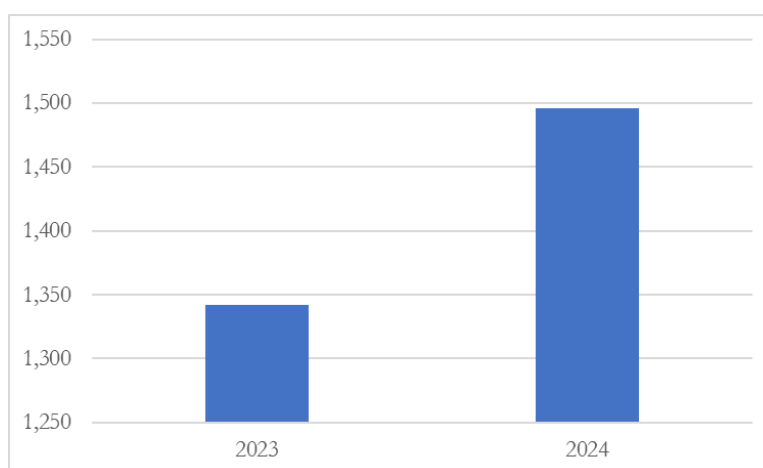
9. Interpretation and Theory

A GT analysis aims to develop theoretical interpretations of the observed phenomena. We aimed to devise a fresh understanding of pop culture SMI-induced radical female migration in general and Hallyu migration in particular. We deemed this small project of ours to be significant because it would fill the theoretical lacuna of not connecting the dots of migration on the one hand and pop culture on the other. We postulated that the two would be closely related regarding migration motivation and the subsequent development of migrant pop culture in the host cultures. The religious diaspora of the Puritans in the 17th century, pilgrimage trips to the holy land in the Middle East by the faith holders and the large scale of trans-Atlantic movements by European pop artists to the US all but signify culturally motivated migrations in history and current times (Breen; Foster 1973; Starr; Waterman 2007; Wilkinson; Hill 2017).

Furthermore, the rise of ethnic restaurants, minority television broadcasting stations, pop culture performances and many other culturally conscious activities by the migrants in each hosting society in Europe, North America and the rest of the world may well imply the incessant cultural activities that are associated with human diaspora (Yilmaz 2016; Foner 2023). Recently, the rise of Hallyu from Korea, unlike other postcolonial pop culture genres like reggae, hip hop or Bollywood, has motivated a massive migration from the rest of the world

to Korea, not just by the ethnic Korean U-turners but by non-Korean fans of the Korean pop culture since its global onset in the early 2000s. As documented throughout this paper, most Hallyu fan migrants to Korea are women. However, this important cultural phenomenon originating from Korea has escaped the attention of many pundits, both in cultural and migration studies. Focusing on the concepts of femininity and gender empowerment in both Hallyu fandom and Hallyu migration, we found the following theoretical tendencies among the sample subjects we studied in this study.

Figure 5 - Brazilian Residents in Korea



Source: Ministry of Justice, Korea (2024).

As Fig. 5 above demonstrates, our model, based on the GT analysis, rests on the assumption that the interaction between Hallyu SMIs and their followers is shaped by the role of SMIs (e.g. social vs. commercial) on the one hand and whether female empowerment among Hallyu fans and followers is divided into those who want to change their society internally or those who want to find a new imaginary homeland (i.e. migration). We find that in radical female migration, this new combination of two different sets of motives is crucial in unpacking the core concept of this study, especially regarding pertinent questions such as 'Why pop culture SMIs are not always commercial?' and 'Why are these promote and preach their followers to migrate to Korea'. Four possible cells of two-by-two combinations can thus be conceptualised in the following fashion: (1) body esteem, a match between commercially motivated

SMLs and female empowerment toward 'stay home and change women's fortune'; (2) American dream, a match between commercially motivated SMLs and female empowerment toward 'migrate and change women's fortune'; (3) social subversion, a match between socially motivated SMLs and female empowerment toward 'stay home and change our society for women'; and (4) radical migration, a match between socially motivated SMLs and female empowerment toward 'migrate to a safe country for women'.

Table 5 is evidence of why culturally oriented SMLs are not mere commercial product endorsers, even as they are deeply aware of and conscious of social contradictions, often leading proactive interactions with their followers to better their community. However, unlike some of the politically motivated SMLs who preach racism and hatred against migrants, these culturally oriented SMLs highlight social contradictions, social marginalisation and social inequalities of all kinds. Of course, this may sound like a gross generalisation. However, we want to underline that we are interested only in conceptualising how some, but not all, of the culturally motivated SMLs are prosocial and proactively involved in social causes.

In this sense, these four types of outcomes of the interplay between SMLs and female empowerment are ideal-typical, even as each of these four types highlights representative characteristics of its cultural-migratory outcome. For example, radical female migration is conceived as an ideal-typical combination of solid motives for social roles reserved for SMLs and their gender empowerment toward migration. However, they may have varying strengths and weaknesses, dissimilar perceptions of social roles, and a penchant for migration. In our sample, most subjects defined their social roles as 'reducing their female vulnerability' and 'enhancing female freedom and happiness' through 'proactive fandom and migration to Korea'. To them, Korea was perceived as the 'safest' place for women, where they could pursue their dreams without any sense of vulnerability. In this sense, migration was part of gender empowerment, not vice versa.

In addition, these four outcomes are not static at all costs, as they remain dynamic concepts that allow intentional or unintentional movements from one

cell to another. An SMI can start from the 'body esteem' position and then transform herself into a 'radical migrant'. The regression of moving from a radical migrant position to a body esteem position is also possible. As mentioned above, other factors, such as gendered melancholia, naturally intervene in this process (Oh; Kim 2023). We posit that this dynamic process of role transformations among pop culture SMIs constitutes a semi-constant process of radical migration among female and LGBTQ+ Hallyu fans worldwide.

As seen so far, pop culture emerges as a crucial point of departure for theory development in migration studies, particularly in the context of women and the Hallyu wave. The concept of an 'imaginary homeland' serves as a novel framework for understanding transculturation, cultural migration, fan pilgrimage and transcultural fandom. Within the Hallyu context, Korea as an imaginary homeland symbolises enjoyment and entertainment and represents a 'safe space for women'. This dual metaphor highlights Korea's appeal as a fun and secure environment for female fans. Our discussion so far also affirms our conviction that Hallyu Social Media Influencers (SMIs) play a pivotal role in promoting the cultural branding of Korea through an alternative narrative that emphasises social subversion and radical migration. As an alternative performing myth, this narrative involves the idea of female migration to an imaginary homeland — Korea — that offers a safer environment for women compared to their home country, Brazil. By fostering this myth, Hallyu SMIs encourage radical female (LGBTQ+) migration, positioning Korea as a desirable and empowering destination for women seeking refuge from societal challenges.

Based on the two-by-two table above, the implications can be further developed into testable hypotheses with quantitative and qualitative data. However, such an ambitious task is beyond the goal we adopted for this paper. Future studies can undoubtedly utilise our conceptual tool to generalise pop culture migration, radical migration, or any similar migratory phenomenon. Having provided interpretations of our GT analysis results, we provide our final thoughts below.

Conclusion

This study sheds light on the significant role of Hallyu Social Media Influencers (SMIs) in promoting radical female migration and empowerment. By employing grounded theory, we underscore the importance of cultural branding and community building within this context. The findings demonstrate how Hallyu SMIs can influence their followers, particularly women, to consider migration a means of personal and social empowerment.

Despite the valuable insights gained, this study has some limitations. First, robust, grounded theory has inherent constraints that must be acknowledged. Our findings are not, therefore, generalisable without further empirical analysis with larger data sets. Second, our sample was not randomly selected, which may limit the generalizability of the findings. However, the implications derived from this sample provide a foundation for future research.

Future studies should aim to expand on these findings by utilising more extensive and diverse samples to validate further and refine the insights presented. Researchers can develop more generalisable data and enhance our understanding of the complex interplay between pop culture, social media influence, and migration patterns. This expanded research will contribute a more profound and comprehensive knowledge of Hallyu's transformative potential and impact on global migration trends.

REFERENCES

- ABIDIN, Crystal. From "networked publics" to "refracted publics": a companion framework for researching "below the radar" studies. **Social Media + Society**, v. 7, n. 1, p. 1–13, 2021.
- BIRKS, Melanie; MILLS, Jane. *Grounded Theory: A Practical Guide*. Thousand Oaks: Sage, 2015.
- BREEN, Timothy H.; FOSTER, Stephen. Moving to the New World: the character of early Massachusetts immigration. **William and Mary Quarterly: A Magazine of Early American History**, v. 30, n. 2, p. 190–222, 1973.
- BTS ARMY CENSUS. **BTS Army Census 2023**. Disponível em: <https://www.btsarmycensus.com>. Acesso em: 22 dez. 2022.
- CORBIN, Juliet; STRAUSS, Anselm. **Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory**. 4. ed. Thousand Oaks: Sage, 2015.
- CHAE, Jiyoung. Explaining females' envy toward social media influencers. **Journal of Communication Research**, v. 45, n. 6, p. 647–662, 2017.
- CHAE, Jiyoung. Reexamining the relationship between social media and happiness: the effects of various social media platforms on reconceptualized happiness. **Media Psychology**, v. 21, n. 1, p. 1–24, 2018.
- CHAPMAN, Julia; WHITLOCK, Janis. Social media influencers: followers' perceptions and self-concept. In: **Society for Personality and Social Psychology**. New York: Cornell University, 2019.
- CHARMAZ, Kathy. **Constructing Grounded Theory: A Practical Guide Through Qualitative Analysis**. London: Sage, 2006.
- CHOI, Sun Jung. **Gender, Labour and the Commodification of Intimacy in K-pop**. Tese (Doutorado em Música) – University of California, Santa Barbara, 2020.
- FONER, Nancy. Immigration and the transformation of American society: politics, the economy, and popular culture. **Journal of Ethnic and Migration Studies**, v. 50, n. 1, p. 114–131, 2023.
- GIVENS, Terri. **Radical Empathy: Finding a Path to Bridging Racial Divides**. Bristol: Policy Press, 2021.
- GLASER, Barney G. **Advances in the Methodology of Grounded Theory: Theoretical Sensitivity**. Berkeley: University of California Press, 1978.
- GLASER, Barney G. Remodeling grounded theory. **Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research**, v. 5, n. 2, 2004. Disponível em: <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs040245>. Acesso em: 02 de dez. de 2023.

GLASER, Barney G.; STRAUSS, Anselm L. **The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research**. Chicago: Aldine, 1967.

HOLANDA, Sérgio Buarque de. **Raízes do Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

HOLT, Douglas B. **How Brands Become Icons: The Principles of Cultural Branding**. Boston: Harvard Business Press, 2004.

HU, Brian. Korean TV serials in the English-language diaspora: translating difference online and making it racial. **The Velvet Light Trap**, n. 66, p. 36–49, 2010.

JAYADEVA, Sazana. Study-abroad influencers' and insider knowledge: how new forms of study-abroad expertise on social media mediate student mobility from India to Germany. **Mobilities**, v. 19, n. 1, p. 1–17, 2024.

JENKINS, Henry. Imaginary homelands: transculturation, cultural migration, fan pilgrimage, and transcultural fandom. **Journal of Asian Sociology**, (forthcoming).

JUNG, Eun Y. Transnational Korea: a critical assessment of the Korean wave in Asia and the United States. **Southeast Review of Asian Studies**, v. 31, p. 69–80, 2009.

KIM, Andrew E.; MAYASARI, Fitria; OH, Ingyu. When tourist audiences encounter each other: diverging learning behaviors of K-pop fans from Japan and Indonesia. **Korea Journal**, v. 53, n. 4, p. 59–82, 2013.

KIM, Jinwon. Manhattan's Koreatown as a transclave: the emergence of a new ethnic enclave in a global city. **City & Community**, v. 17, n. 1, p. 276–295, 2018.

KIM, Sangkyun; LONG, Philip; ROBINSON, Mike. Small screen, big tourism: the role of popular Korean television dramas in South Korean tourism. **Tourism Geographies**, v. 11, n. 3, p. 308–333, 2009.

KING-O'RIAIN, Rebecca C. They were having so much fun, so genuinely...: K-pop fan online affect and corroborated authenticity. **New Media & Society**, v. 23, n. 9, p. 2820–2838, 2021.

KOREA TOURISM ORGANIZATION. **2019 Survey on Hallyu Tourism**. Disponível em: <https://kto.visitkorea.or.kr>. Acesso em: 26 fev. 2026.

LEE, J.Y.; YOO, J. H.; PARK, J. Social Media Influencers and the Development of Female Fans' Self-Esteem. **International Journal of Communication**, 16, 350–371.

LYAN, Irina; LEVKOWITZ, Alon. From Holy Land to “Hallyu Land”: the symbolic journey following the Korean wave in Israel. **Journal of Fandom Studies**, v. 3, n. 1, p. 7–21, 2015.

MAKRI, Chara; NEELY, Andy. Grounded theory: a guide for exploratory studies in management research. **International Journal of Qualitative Methods**, v. 20, p. 1–14, 2021.

MANERI, Marcelo; POGLIANO, Andrea; PICCOLI, Flavio; ANSELM, Guido. Migration narratives in media and social media: the case of Italy. **BRIDGES**, p. 1–90, 2023. Disponível em: <https://dx.doi.org/10.5281/zenodo.8009758>. Acesso em: 15 de out. de 2023.

OH, Ingyu. Hallyu: the rise of transnational cultural consumers in China and Japan. **Korea Observer**, v. 40, n. 3, p. 425–459, 2009.

OH, Ingyu. Torn between two lovers: retrospective learning and melancholia among Japanese women. **Korea Observer**, v. 42, n. 2, p. 223–254, 2011.

OH, Ingyu; KIM, Kyeong J. Gendered melancholia as cultural branding: fandom participation in the K-pop community. **Asia Pacific Business Review**, v. 29, n. 5, p. 1300–1323, 2023.

OH, Ingyu; JANG, Wonho; LIM, Hyun. What is female universalism in Hallyu? a theoretical and empirical exploration with a focus on Japanese fans. **Journal of Asian Sociology**, v. 52, n. 4, p. 299–328, 2023.

OH, Ingyu; KIM, Kyeong-Jun; ROWLEY, Chris. Female empowerment and radical empathy for the sustainability of creative industries: the case of K-pop. **Sustainability**, v. 15, n. 3098, p. 1–18, 2023.

OH, Ingyu; SEOL, Dong-Hoon; HWANG, Hyeseon. South Korea or bust: from fan nationalism to pop culture migration through new media. **Emerging Media**, p. 1–27, (2026). Disponível em: <https://doi.org/10.1177/27523543261426616>. Acesso em: 26 de fev. de 2026.

OKUNADE, Samuel; BAKARE, Oluwabunmi. Youth out-migration in Nigeria: the dual role of social media as a cause and solution. **Commonwealth Youth & Development**, v. 18, n. 2, 2020. Disponível em: <https://hdl.handle.net/10520/ejc-cydev-v18-n1-a1>. Acesso em: 27 de set. de 2023.

PEDALINO, Federica; CAMERINI, Anne-Linda. The role of social media influencers in shaping body esteem and social comparison among adolescents. **Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking**, v. 25, n. 1, p. 51–58, 2022.

PRIORE, Mary del. **História das Mulheres no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2004.

QURESHI, Henna A.; ÜNLÜ, Züleyha. Beyond the paradigm conflicts: a four-step coding instrument for grounded theory. **International Journal of Qualitative Methods**, v. 19, p. 1–19, 2020. DOI: 10.1177/1609406920928188.

SCOTT, Karen W. Relating categories in grounded theory analysis: using a conditional relationship guide and reflective coding matrix. **The Qualitative Report**, v. 9, n. 1, p. 113–126, 2004.

SCOTT, Karen W.; HOWELL, Dana. Clarifying analysis and interpretation in grounded theory: using a conditional relationship guide and reflective coding matrix. **International Journal of Qualitative Methods**, v. 7, n. 2, p. 1–15, 2008.

SEEKIS, Veya; BRADLEY, Graham L.; DUFFY, Amanda L. Appearance-related social networking sites and body image in young women: testing an objectification-social comparison model. **Psychology of Women Quarterly**, v. 44, n. 3, p. 377–392, 2020.

STARR, Larry; WATERMAN, Christopher. **American Popular Music**. Oxford: Oxford University Press, 2007.

SUURONEN, Aleski; REINIKAINEN, Hanna; BORCHERS, Nils S.; STRANDBERG, Kim. When social media influencers go political: an exploratory analysis on the emergence of political topics among Finnish influencers. **Javnost – The Public**, v. 29, n. 3, p. 301–317, 2022.

WERBNER, Pnina. Theorizing complex diasporas: purity and hybridity in the South Asian public sphere in Britain. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, v. 30, n. 5, p. 895–911, 2004.

WERBNER, Pnina. **Diasporic Nationalism: Transformations and Challenges**. London: Routledge, 2013.

WILKINSON, John; HILL, Joyce. **Jerusalem Pilgrimage: 1099–1185**. London: Routledge, 2017.

YEH, Diana. Pop culture as a re-migration determinant for second and later generation children. **Journal of Ethnic and Migration Studies**, v. 40, n. 4, p. 611–628, 2014.

YILMAZ, Ferruh. **How the Workers Became Muslims: Immigration, Culture, and Hegemonic Transformation in Europe**. Ann Arbor: University of Michigan Press, 2016.

NOTES

¹ This essay was written with the support of the College of Media & Communication at Korea University.

² Ingyu Oh is a Professor at Kansai Gaidai University (Japan). He holds a Ph.D. from the University of Oregon (USA) and is currently the Deputy Editor of the *Hallyu Journal*. Email: ohingyu@kansai-gaidai.ac.jp. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1645-8767>.

³ Haerin Shin is an Associate Professor at Korea University. She holds a Ph.D. in Comparative Literature from Stanford University. Email: helenshin@korea.ac.kr. ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-6766-2529>.

⁴ *Corresponding author – Virgine Borges de Castilho Sacoman is a Graduate Student in Sociology at the University of North Texas (USA) and a Teaching Assistant in the same department. Email: Virgine.BorgesdeCastilhoSacoman@unt.edu. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9318-909X>.

Recebido em 11/06/2025 e aprovado em 24/10/2025

CULTURAL STUDIES AND *HALLYU* PHENOMENON: UMA ENTREVISTA COM INGYU OH

Ingyu Oh é professor de Estudos de Negócios/Organização e Indústrias Culturais na Kansai Gaidai University, Japão. Sua formação inclui PhD em Sociologia pela University of Oregon (1996), MA em Sociologia pela Ohio State University (1989) e BA em Sociologia pela Roosevelt University (1987). Atuou como professor em diversas instituições acadêmicas prestigiadas, como: Korea University, Bristol Business School, Middle East Technical University, UC Berkeley, Ritsumeikan Asia Pacific University, University of Waikato e University of Oregon. Foi presidente da Associação Mundial dos Estudos da *Hallyu* (WAHS) e editor da revista *Culture and Empathy*. Atualmente, é Editor-adjunto da revista *Asia Pacific Business Review*. Seus interesses de pesquisa envolvem uma ampla gama de temas interdisciplinares que conectam sociologia, cultura e negócios. Ele se dedica especialmente ao estudo das indústrias culturais da Coreia, com ênfase na *Hallyu* e na globalização da cultura pop asiática, analisando seus impactos sociais, econômicos e simbólicos em escala global. Além disso, investiga questões de gestão e inovação em organizações na Ásia, observando como práticas de governança, modelos empresariais e dinâmicas de mercado se desenvolvem nos contextos sul-coreano, japonês e asiático em geral. Seu trabalho também explora ética nos negócios, governança corporativa e diferenças institucionais entre países asiáticos e ocidentais, oferecendo uma perspectiva comparativa e crítica sobre o capitalismo asiático. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1645-8767>.

Virgine Borges de Castilho Sacoman é aluna de MS to PhD em Sociologia pela Universidade do Norte do Texas. Sua formação inclui mestrado em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (2022), onde foi bolsista PROEX-CAPES. Possui Segunda Licenciatura em Pedagogia pela Universidade Cruzeiro do Sul (2020), Especialização em Mídias na Educação pela Universidade Federal de Pelotas (2016) e Graduação em Licenciatura Plena em História pela Universidade Estadual de Goiás (2011). Participa dos grupos de pesquisa: CEA - UFF, CultPop e MidiÁsia - UFF. Atuou como Editora de Conteúdo para os sites BrazilKorea, Asia News Brasil e Guest Contributor para a revista *The Digital Orientalist*. Trabalhou como professora de História para o Governo do Estado do Rio Grande do Sul e atualmente é Graduate Teaching Assistant pela Universidade do Norte do Texas. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9318-909X>.

Virgine: First of all, I would like to thank you for agreeing to do the interview. It is an honor to interview you.

Could you share a bit about your academic journey and what led you to choose the field of Cultural Studies, with a particular focus on *Hallyu*? How have your academic experiences outside of South Korea shaped your perspective on cultural industries and, specifically, the Korean Wave?

Ingyu Oh: My academic journey is deeply interdisciplinary, grounded in sociology, political economy, and organization theory, which naturally led to my engagement with cultural studies and *Hallyu*. Initially trained in comparative political economy at the University of Oregon, my early research on South Korean chaebol and Japanese keiretsu provided a foundation for understanding global corporate structures, cultural commodification, and the systemic forces shaping media industries. Over time, this evolved into a broader critique of the political and economic dimensions of cultural production, particularly within the global spread of Korean pop culture.

A pivotal moment that sparked my interest in *Hallyu* came during my tenure in Japan from 2001 to 2005. I witnessed firsthand the first wave of Korean pop culture among Japanese women following the mega success of *Winter Sonata* and *Changummu no Tsikai* (Jewel in the Palace). What intrigued me most was the paradox: these same Japanese women who had traditionally been critical of cultural imports from Korea, once Japan's colony, were now embracing Korean television dramas with fervor. This phenomenon raised profound questions about historical memory, cultural reconciliation, and the emotional allure of *Hallyu*, compelling me to investigate deeper.

My international academic experiences, spanning institutions in the United States, the United Kingdom, New Zealand, Turkey, Japan, and Korea, have profoundly shaped my perspective on cultural industries and the Korean Wave. Exposure to Western media theories, cultural hybridization models, and global consumption patterns allowed me to analyze *Hallyu* beyond a nation-centric

framework, positioning it within transnational fandom, migration studies, and political branding. My time at Korea University's RIKS Center for *Hallyu* Studies deepened this approach, incorporating gender dynamics, commercialization trends, and fandom participation into my critiques.

Moreover, my editorial leadership in journals such as *Asia Pacific Business Review* and *Culture and Empathy* has positioned me as a key voice in shaping academic discourse on pop culture industries. By mobilizing international scholars, especially from Japan, Korea, the United States, and New Zealand, I have fostered research that connects cultural production to global political economy, corporate strategy, and societal change.

Ultimately, my work in *Hallyu* studies is not just about pop culture—it is an extension of my broader intellectual pursuit: critiquing systemic structures, understanding cultural globalization, and exploring how media industries shape identity and political behavior. My multilingual proficiency and ability to engage across disciplines make me uniquely suited to advancing these discussions in both academia and public discourse.

Virgine: What differences do you observe in how *Hallyu* is studied within South Korea compared to academic approaches abroad? How do you assess *Hallyu*'s capacity to adapt to these transformations in the digital cultural landscape?

Ingyu Oh: Korean scholars tend to rely on Anglo-American or French theoretical frameworks to explain *Hallyu*, often emphasizing nationalism or adopting overly critical perspectives that fail to recognize fundamental aspects of its success. One key oversight is their limited engagement with the fact that women constitute the majority of *Hallyu* fans. This gendered dimension plays a crucial role in the Korean Wave's global reception, yet it is frequently underexplored in domestic scholarship. The focus on nationalism sometimes leads to an overestimation of state influence, neglecting the role of private

media companies and international distribution networks in shaping *Hallyu*'s trajectory.

Western scholars, on the other hand, apply their own academic frameworks without deep engagement with Korean-language sources or industry insiders. Due to language barriers, they primarily rely on English translations and external interpretations, which often result in oversimplifications. A common misconception is the assumption that the South Korean government was the driving force behind *Hallyu*'s success. This perspective overlooks the pivotal role played by Japanese and US distributors who facilitated the global reach of Korean pop culture. Many Western scholars visit Korea briefly, conducting limited fieldwork, yet they claim comprehensive knowledge of *Hallyu*. As a result, their research frequently lacks nuance and fails to grasp the complexity of its industry and audience dynamics.

The main differences between Korean and Western scholarship on *Hallyu* stem from their respective approaches to industry dynamics, language barriers, and audience engagement. Korean scholars have direct access to primary sources but often frame *Hallyu* within nationalistic narratives, whereas Western scholars impose external theories without fully understanding the internal structures of the Korean pop culture industry. Both perspectives have gaps that need to be addressed through interdisciplinary, multilingual research. Future studies must move beyond ideological biases and nation-centric frameworks to acknowledge the transnational nature of *Hallyu*. A more accurate approach would integrate insights from media ethnography, cultural hybridity, and the lived experiences of fans, industry professionals, and distributors. Only then can *Hallyu* research reach a deeper and more comprehensive understanding of the forces that drive its global appeal.

Hallyu has demonstrated an exceptional capacity to adapt to the digital cultural landscape, evolving alongside technological advancements rather than being constrained by them. Unlike many traditional entertainment industries that struggled to transition from physical to digital distribution, *Hallyu*

embraced digital transformation early, particularly through platforms like YouTube, social media, and streaming services. This adaptability stems from the industry's fluid production models, tech-savvy marketing strategies, and deep engagement with virtual fandoms.

One of the key reasons *Hallyu* thrives in the digital era is its integration of data-driven strategies. Entertainment companies use algorithm-based content promotion, ensuring that K-pop videos reach global audiences efficiently. YouTube's recommendation system, coupled with fans' collective streaming efforts, amplifies visibility far beyond conventional advertising. Digital interaction, including live broadcasts, virtual concerts, and real-time engagement on platforms like Twitter and TikTok, allows idols to sustain strong global connections. This continuous accessibility maintains fan loyalty and ensures momentum, even in competitive entertainment environments.

Beyond distribution, *Hallyu* has successfully adapted to audience behavior shifts in digital spaces. Fans are no longer passive consumers but active participants, shaping trends through viral challenges, reaction videos, and digital activism. Korean entertainment companies recognize this shift, tailoring their strategies to empower fans as co-creators, fostering organic promotion through user-generated content.

Virtual fandom has also transformed the traditional fan experience, creating borderless communities where interactions are no longer limited to physical concerts or regional broadcasts. *Hallyu's* expansion into metaverse projects, NFT-based fan engagement, and interactive AI experiences signals its readiness to evolve further as digital spaces become increasingly immersive.

Ultimately, *Hallyu's* ability to leverage digital innovation as an extension of its cultural influence ensures its ongoing global presence. Rather than resisting change, the industry continuously refines its approach, making digital transformation an integral part of its identity. This adaptability positions *Hallyu* at the forefront of the entertainment industry's future, where technology-driven cultural production will continue shaping global fandoms.

Virgine: In your view, what are the main differences between how K-pop is consumed domestically in South Korea versus by international audiences? Furthermore, how do the management models employed by entertainment agencies affect both artistic creativity and the physical and mental well-being of performers?

Ingyu Oh: K-pop is consumed differently in South Korea compared to international markets due to variations in cultural familiarity, fan engagement, and media accessibility. In South Korea, K-pop is embedded within the broader domestic entertainment industry, and audiences often have a deeper understanding of its inner workings. Korean fans tend to evaluate idols critically based on their vocal and dance skills, public behavior, and adherence to local social expectations. They are familiar with the trainee system, the influence of entertainment companies, and the competitive nature of music show rankings. For domestic fans, K-pop is one option among many entertainment choices, and while it is popular, it can also face stigma or be viewed as youth-oriented or superficial by older generations.

Internationally, K-pop is often seen as a unique and exotic cultural product that represents Korean identity and global soft power. Many international fans discover K-pop through social media, YouTube, or streaming platforms, and their engagement is more digital and global in nature. These fans frequently participate in streaming campaigns, fan art, fan fiction, and trending hashtags to promote their favorite idols. While they may not fully understand the Korean language, international fans form strong emotional connections with idols, often valuing their efforts to communicate in other languages and their perceived authenticity. Language barriers are mediated through subtitles and fan translations, which sometimes create new interpretations or deepen para-social relationships.

A key demographic feature of K-pop fandom—both domestically and globally—is that it is overwhelmingly female. This gendered nature of fandom has broader implications for consumption patterns beyond music. K-pop often acts as a gateway to other elements of Korean lifestyle and beauty culture. In South Korea, young women who are fans may follow idols' fashion and makeup styles closely, often purchasing products endorsed by idols or featured in idol-related media. Some even pursue cosmetic procedures to emulate beauty standards popularized by celebrities, though these decisions are shaped by complex local social pressures and beauty norms.

Internationally, the influence of K-pop extends into the global spread of Korean beauty (K-beauty), fashion, and food. Female fans in particular are often at the forefront of this trend. Many adopt Korean skincare routines, buy cosmetics promoted by idols, or explore Korean fashion through online retailers. While cosmetic surgery is less common abroad, there is growing interest in procedures associated with the "Korean look," especially in regions with active beauty influencer communities. Korean food, too, benefits from this cultural spillover, as fans often become interested in trying dishes featured in K-pop content, such as *mukbang* videos or variety shows.

Female fans thus play a crucial role in the global diffusion of South Korean cultural products. Their engagement is not limited to music but expands into beauty consumption, lifestyle choices, and even tourism. While Korean fans are more embedded in the domestic cultural context and may approach these products with a blend of aspiration and critique, international fans often consume them with enthusiasm, curiosity, and a desire to feel closer to the world of K-pop idols. This gendered and affective dimension of fandom significantly shapes the global success of K-pop and the broader Korean Wave. The management models employed by entertainment agencies in K-pop have a profound impact on both artistic creativity and the physical and mental well-being of performers. K-pop's creative output is structured around strategic outsourcing, where songwriting is often delegated to Swedish, UK, and

American composers, while choreography remains under the control of Korean creators. This approach ensures that K-pop maintains a competitive edge in global markets by incorporating Western musical trends while preserving distinct Korean performance aesthetics. However, this system also limits the autonomy of idols in shaping their own artistic identity. Unlike Western artists who frequently co-write and produce their own work, K-pop idols are primarily performers rather than creators, which can lead to a sense of creative confinement and limited self-expression.

Beyond creativity, the industry's rigorous idol training system and competitive selection process subject performers to immense psychological and physical strain. This system, which often lasts for several years, demands relentless practice, strict diet control, and conformity to highly curated images dictated by entertainment agencies. Even after debut, idols face unsustainable schedules, often performing under extreme exhaustion to meet promotional demands. The emphasis on perfection leads to physical injuries from overwork, vocal strain, and long-term stress-related health issues.

Mentally, K-pop idols are expected to maintain flawless public personas, adhering to a level of fan service that includes constant engagement through social media, live streams, and personal interactions. This expectation leaves little room for personal freedom and exacerbates issues such as intrusive *sasaeng* fandom, where obsessive fans invade idols' privacy, sometimes even camping outside their homes to harass them. The pressure of unrealistic public expectations, industry exploitation, and lack of agency over their careers has contributed to severe mental health crises, including depression, anxiety, and, in tragic cases, suicide.

However, melancholia and emotional distress have also been recognized as sources of artistic creativity. Many idols channel their struggles into their performances, conveying deep emotional resonance in their artistry. This phenomenon is not unique to K-pop but a universal experience among global artists in demanding entertainment industries. Yet, while pain and artistic

expression often coexist, the K-pop system offers little institutional support for mental health, placing the burden of resilience on individuals rather than providing structural safeguards.

Ultimately, the highly controlled management models in K-pop maximize commercial success at the cost of personal well-being and artistic freedom. While idols achieve global fame, they do so under an industry framework that prioritizes marketability over sustainability. If the industry wishes to evolve, it must rethink the balance between discipline, creativity, and human dignity to ensure that idols are not only celebrated but also protected.

Virgine: To what extent do the narratives embedded in Korean dramas and popular music reflect or engage with internal social tensions, such as economic inequality, hyper-competitiveness in education, and labor precarity?

Ingyu Oh: Korean dramas and K-pop partially reflect internal social tensions such as economic inequality, hyper-competitiveness in education, and labor precarity, but they tend to do so through emotionally stylized and often gendered lenses that offer symbolic rather than structural engagement. While certain dramas—like *Sky Castle*, *Itaewon Class*, or *Squid Game*—do foreground systemic problems, including class stratification and the pressure cooker education system, these are the exception rather than the norm. The most commercially successful K-dramas typically center on personal growth, romantic destiny, and gendered emotional healing, especially from the perspective of female audiences. This reflects what I term “female universalism,” a cultural logic that recenters the narrative world around the desires, fantasies, and emotional well-being of women, often using the concept of gendered melancholia—alienated, vulnerable, or fantastical—as a narrative device.

Female empowerment in Korean popular culture is frequently expressed not through direct challenges to social structures, but through the promise of

emotional fulfillment and personal agency. K-dramas tend to emphasize female subjectivity by allowing female characters to navigate and ultimately transform emotionally unavailable men, often coded as non-human (goblins, aliens, time-travelers) or symbolically inaccessible (North Korean soldiers, chaebol heirs). These men are idealized as pure and devoted, offering unconditional love, which contrasts sharply with real-life expectations of men in Korean society. This narrative device functions as a form of escapism that allows female viewers to delay marriage and motherhood, symbolically justifying it by holding out for a romantic ideal—one that aligns with South Korea's ongoing fertility crisis and women's declining interest in traditional family roles.

K-pop similarly centers female empowerment, particularly in the global success of girl groups such as BLACKPINK, NewJeans, and TWICE. While male idol groups still dominate in some metrics, girl groups have become cultural icons precisely because they project a form of accessible yet aspirational femininity. They often emphasize themes like confidence, self-love, and resilience. Yet these messages are packaged within a framework of romance and emotional purity, not political agency. Songs frequently depict women as subjects of love—both giving and receiving—in ways that affirm traditional emotional roles even as they reframe them in modern, self-directed terms.

What's often missing in both K-dramas and K-pop is a direct confrontation with the structural roots of inequality or labor exploitation. Labor precarity, youth unemployment, and toxic work culture may be the background noise of some storylines, but they are rarely treated as the core problem. Instead, personal transformation, emotional redemption, and romantic success are positioned as the solutions to broader societal issues. Even when economic inequality is depicted, as in *The Heirs* or *Crash Landing on You*, it is often romanticized or resolved through personal relationships rather than systemic critique.

In this sense, Korean popular culture offers emotional recognition of social tensions but deflects direct political engagement. It provides emotional relief

and a gendered reordering of value—placing women's emotional experiences and desires at the center—but it does not directly challenge the systems that produce economic and existential insecurity. Rather, it offers romantic escapism and gendered melancholy as symbolic responses to structural crisis.

Virgine: Could you elaborate on the role of the South Korean government in promoting *Hallyu*? Which cultural policies do you consider particularly effective or, conversely, problematic? Moreover, to what extent does the government shape the public image of K-pop and Korean popular culture to serve geopolitical interests, particularly in relation to China, Japan, and the United States?

Ingyu Oh: The South Korean government's role in promoting *Hallyu* (the Korean Wave) is paradoxical and often misrepresented. While today it is common to hear that *Hallyu* is a product of national soft power strategy, the historical and structural reality is far more ambivalent. For much of the 20th century, the government was more suppressive than supportive of popular culture. Under authoritarian regimes, cultural expression—especially that which suggested individualism, Western influence, or criticism of social norms—was censored or heavily regulated. Japanese cultural imports were banned until the late 1990s due to colonial memory and nationalistic sentiment, and popular culture was often dismissed as morally corrupting or politically dangerous.

It was only under President Kim Dae-Jung in the late 1990s that a shift occurred. In a surprising move, Kim both allowed the importation of Japanese pop culture and encouraged Korea's cultural industries to expand globally. This period coincided with the financial crisis of 1997, which forced Korea to diversify its economy and embrace new sectors. While Japanese manga, anime, and games flooded the Korean market, Korean dramas and music started to enter Japan, catching both governments off guard. This unexpected cultural exchange revealed the transnational potential of Korean pop culture,

especialmente porque se apeló a consumidoras femeninas en Japón y otras partes de Asia.

Después de la narrativa posterior que sitúa al gobierno coreano como el arquitecto de *Hallyu*, en realidad, su temprana participación en K-pop y K-drama fue mínima. El gobierno brindó poco apoyo financiero para la producción o distribución. En su lugar, se centró en promover la cultura tradicional, como el Taekwondo, la educación del idioma coreano y las artes hereditarias—áreas que son mayormente irrelevantes para el éxito global de *Hallyu*. Incluso hoy, gran parte del alcance global del K-pop y K-dramas se debe a la inversión privada, plataformas como YouTube, Netflix, y TikTok, y el trabajo transnacional de los fans, más que a la financiación estatal.

Donde el gobierno ha sido activo es en intentar moldear la imagen pública de *Hallyu* una vez se volvió globalmente reconocido. En particular, el estado trata de enmarcar el K-pop y K-drama como parte del arsenal de poder blando de Corea, usando esto para distinguir la identidad coreana de China y Japón. Esto es geopolíticamente estratégico: al promover la cultura coreana como moderna, dinámica, y exportable—unlike la industria controlada por el estado de China o la influencia global decreciente de Japón—el gobierno busca elevar el estatus global de Corea. Sin embargo, este esfuerzo a menudo es socavado por el hecho de que la cultura popular coreana toma prestado mucho de fuentes estadounidenses y japonesas. Los K-dramas parecen el manga shōjo japonés en estructura, temas, y diseño de personajes, mientras que el K-pop se basa en una fundación de hip-hop estadounidense, R & B, EDM, y sistemas de entrenamiento de ídolos adaptados del J-pop. Hay también una clara desconexión entre la autoimagen del gobierno y el público real de *Hallyu*. Los responsables de políticas coreanas a menudo retratan *Hallyu* como dirigida a audiencias occidentales de élite—particularmente hombres blancos de élite cultural en América del Norte y Europa—mientras minimizan o incluso ignoran su base de consumidores principal: mujeres de estatus social relativamente más bajo, ya sean chicas jóvenes en el caso del K-pop o mujeres maduras en el caso de los K-dramas. Esta negación refleja una comprensión sesgada y clasista de cómo funciona el poder blando cultural. El trabajo afectivo y el gasto de las fans femeninas—

through streaming, merchandise, social media engagement, and fan events—are what sustain and expand *Hallyu*, yet they are rarely acknowledged in official discourse.

Furthermore, the state's lack of investment in actual pop culture production reveals a deeper contradiction. While the government is eager to brand Korea as a cultural powerhouse, it contributes little to the creative infrastructure that sustains this success. Profits are largely captured by tech platforms like YouTube, Spotify, and Netflix, while the burden of production falls on precarious cultural workers—idols, trainees, screenwriters, and independent producers—who often operate under harsh labor conditions.

In sum, the Korean government's role in *Hallyu* is more reactive than generative. It capitalizes on the global popularity of Korean pop culture to advance geopolitical narratives but has historically contributed little to its creative development. Its cultural policies are more effective in branding and diplomacy than in actual cultural support, and its efforts to reshape the public image of *Hallyu* are often misaligned with the gendered, transnational realities of its consumption and production. This contradiction between image and infrastructure remains one of the most problematic aspects of Korea's cultural policy.

Virgine: From your perspective, is there a structural tension between state control, commercial interests, and artistic freedom within the Korean entertainment industry? How does this tension manifest in cultural production practices?

Ingyu Oh: There is indeed a structural tension within the Korean entertainment industry, but it does not follow the traditional triangular model of state control, commercial interests, and artistic freedom. In the case of *Hallyu*, the Korean state neither initiates nor effectively regulates cultural production. Unlike in authoritarian or heavily centralized cultural systems, the Korean government

exercises minimal direct control over what gets produced in K-pop or K-dramas. It lacks both the policy mechanisms and financial leverage to shape the content of these industries, which are largely driven by private companies, foreign investors, and transnational market logic.

In K-pop, music production is often outsourced to Swedish, American, and UK producers, while idol groups are designed with global markets in mind. The result is a commercial product that is less a reflection of Korean artistic vision and more a curated, internationally palatable entertainment commodity. K-dramas, similarly, are increasingly produced or funded by global streaming platforms like Netflix, which seek content that appeals to broad, transnational audiences. Much of the creative inspiration for K-dramas comes from WebToons, a uniquely Korean digital form, but also from Japanese shojo and shonen manga. The state neither censors nor intervenes in these adaptations, and its cultural institutions have little say over narrative content or ideological messaging.

Where the tension does arise is between commercial interests and artistic autonomy. Because the Korean entertainment industry is structured around profit maximization and global reach, artistic decisions are often subordinated to branding strategies, product placement, and fan service. K-dramas frequently include obvious in-show advertising—from makeup and fashion brands to convenience store chains—while K-pop idols are often contractually bound to multiple sponsorship deals that influence their public personas and even the themes of their songs. This commercial logic can restrict the range of topics artists and creators are willing to explore, discouraging controversial or socially critical content in favor of what is emotionally safe, visually polished, and internationally marketable.

This has led to a curious situation where artistic freedom is not primarily constrained by state censorship, but by the demands of global capitalism and platform-driven aesthetics. Fans may desire more authentic or locally resonant content, while Korean creators may want to push boundaries, but both are

often sidelined by the imperatives of transnational commercial viability. Ironically, the creative input of Western songwriters or the influence of Japanese manga can offer more room for innovation than Korea's domestic commercial structures, which are often conservative, risk-averse, and hyper-focused on profitability.

Therefore, the core tension in *Hallyu's* cultural production lies not in a three-way struggle between state, market, and art, but in a two-way imbalance between commercial imperatives and artistic intent, with the state largely absent. The result is a cultural industry that is globally dynamic but internally conflicted, where creativity is enabled by transnational flows yet constrained by the structural dominance of commercialism.

Virgine: We have witnessed an increasing involvement of K-pop groups and their fan communities in political and social causes, from supporting movements like Black Lives Matter to engaging in domestic political criticism. In your analysis, does this represent a new form of political engagement within popular culture, or is it, at least partially, a calculated marketing strategy aimed at image management?

Ingyu Oh: The increasing visibility of K-pop fandom in political and social causes may appear, at first glance, to represent a new form of digital-era political engagement within popular culture. However, upon closer analysis, this phenomenon is more complex and less politically transformative than it may seem. While moments like the global participation of K-pop fans in the Black Lives Matter movement attracted international attention, these actions were largely reactive, often initiated by other activist groups or online social pressures, rather than being organically driven by fandoms themselves. The participation of K-pop fans in such causes does not reflect a deep-rooted politicization of fandom, but rather an ad hoc convergence of image management, identity performance, and community dynamics.

The primary orientation of most K-pop fandoms remains cultural rather than political. Fans are more invested in learning Korean, consuming Korean media, traveling to Korea, and building strong intra-fandom communities. For many, especially women and LGBTQ+ fans from regions where freedom of expression is constrained—such as conservative Muslim societies—Korea is not a political ideal but an emotional and symbolic homeland. Their engagement with *Hallyu* is often a personal or social quest for safety, intimacy, and belonging, rather than a conscious political stance. The effort to visit Korea, despite familial or cultural restrictions, is their most significant collective action—motivated not by ideology, but by desire, imagination, and cultural identification.

In this context, fan activism is better understood as a form of affective mobilization, not political awakening. Even when K-pop fandoms engage in actions that appear political—such as disrupting far-right hashtags or organizing donations—these are often moments of moral signaling, social trend-following, or attempts to defend the image of their idols and their fan communities. Image management plays a central role. Fandoms are quick to defend idols like BTS even in the face of serious controversies, such as accusations of anti-Japanese sentiment or the use of Nazi-inspired imagery, suggesting that their political engagement is highly selective and often subordinated to reputational concerns.

Moreover, K-pop idols and their management agencies are generally cautious and politically neutral in their public messaging, avoiding controversy to protect commercial interests. Any engagement with social causes is typically carefully curated and marketed to enhance their global brand, especially in Western liberal markets. This calculated positioning feeds back into fandom behavior, encouraging performative activism that aligns with the idols' sanitized image, rather than fostering critical or oppositional political thought. In the domestic Korean context, political actors have started to recognize the affective and mobilizing potential of *Hallyu* fandoms. Cases like Lee Jae-myung's campaign or the online mobilization against President Yoon reveal

that fan communities can be strategically targeted and instrumentalized. However, these are not organic movements arising from the fandoms themselves. Rather, political forces tap into the emotional intensity and digital coordination of fan groups to serve their own agendas. This dynamic resembles manipulation more than genuine political engagement.

In short, while K-pop fandoms have occasionally participated in political or activist causes, it is premature and misleading to frame this as a new form of popular political engagement. Their core activities remain rooted in consumption, cultural exploration, and emotional community-building. When political behavior emerges, it is often reactive, symbolic, and instrumentalized—driven more by affect, image management, or external influence than by ideological conviction or structural critique.

Virgine: What emerging trends in Korean popular culture do you consider most relevant for the coming years? Additionally, which underexplored topics, gaps, or methodological approaches within *Hallyu* studies do you believe hold the most promise for future scholarly research?

Ingyu Oh: Korean popular culture is evolving in ways that will redefine its global influence over the coming years. One of the most relevant trends is the deepening interactivity between idols and fans through digital platforms, expanding virtual fandom engagement beyond traditional consumption. The integration of AI-driven personalization, real-time engagement through live streaming, and emerging metaverse applications are reshaping how audiences connect with Korean pop culture, allowing for immersive fan experiences that blur the boundaries between performer and spectator. Additionally, K-pop and K-dramas are increasingly adapting narratives to global audiences, moving beyond Korea-centric storytelling to incorporate themes resonating across diverse cultures.

However, significant gaps in Hallyu scholarship remain. Fandom studies must move away from country-based approaches, which often misinterpret the motivations of K-pop fans by assuming they operate within national cultural paradigms. Instead, scholars should employ comparative methodologies, ensuring analyses are either qualitatively robust or statistically significant, rather than anecdotal or geographically isolated. Current research disproportionately focuses on Anglo-American and European fans, while Asian fandoms—especially in Korea, Japan, and the United States—are often overlooked despite being primary drivers of *Hallyu*'s global success. Chinese and Southeast Asian fans receive some attention, but their engagement is rarely studied in comparison with Japan and the United States, despite their substantial influence on industry trends.

Another underexplored question is why Hallyu overwhelmingly attracts female fans while Japanese pop culture appeals to both men and women. This gendered dimension needs deeper analysis, particularly in relation to cultural psychology, aspirational identities, and emotional investment in celebrity narratives. Research should examine how Japanese female fans set early trends in *Hallyu* fandom, influencing subsequent waves of engagement from American audiences, and how this trajectory differs from fandom growth in other regions.

Future *Hallyu* studies must embrace scientifically acceptable methodologies, ensuring rigor in cross-regional comparisons, media reception analysis, and socio-cultural impact assessments. By shifting toward data-driven and ethnographic approaches, scholars can uncover deeper insights into the global mechanisms of *Hallyu* fandom, moving beyond simplistic interpretations that fail to capture the complexity of its transnational appeal.

Virgine: While the K-pop industry appears heavily focused on Asian and North American markets, what barriers do you perceive that prevent countries like Brazil from being considered strategic markets? Furthermore, in your opinion,

what aspects of Brazilian culture could foster more meaningful and productive dialogues with Hallyu?

Ingyu Oh: The K-pop industry's heavy focus on Asian and North American markets is largely driven by economic considerations and symbolic capital. Japan remains the top *Hallyu* market due to its high consumer spending power and willingness to purchase albums, merchandise, and concert tickets at premium prices. North America, particularly the United States, is attractive because of its global media infrastructure, including Netflix, YouTube, iTunes, and other distribution platforms that enhance visibility. The United States also provides symbolic validation through institutions like Billboard, Grammy Awards, and Hollywood, reinforcing an artist's legitimacy in international entertainment. Brazil, despite having the world's ninth-largest music market, has not yet been considered a strategic *Hallyu* market because of several barriers. First, spending habits differ, with Brazilian consumers less likely to pay high prices for K-pop albums and merchandise compared to Japanese or North American fans. Additionally, music consumption in Brazil is dominated by local genres, making K-pop's penetration more difficult without significant industry adaptation. The lack of major *Hallyu*-focused distribution channels similar to Netflix or Billboard also limits exposure, making it harder for Korean entertainment companies to justify large-scale investment.

However, Brazil offers rich opportunities for collaboration that could foster more meaningful connections with *Hallyu*. The emotional depth of Brazilian music, particularly tango and ballads, shares a sentimentality with Korean pop ballads, presenting a chance for fusion projects that resonate with both cultures. Co-productions in dramas and films focusing on romance and scenic landscapes could expand *Hallyu*'s presence by integrating Brazilian storytelling elements into Korean narratives. Additionally, Korean and Japanese immigration experiences in Brazil provide compelling themes for cinematic and artistic exploration, bridging historical and cultural ties through shared heritage.

To establish Brazil as a stronger *Hallyu* market, Korean entertainment companies must develop targeted strategies that recognize the country's unique media landscape. This could include localized content collaborations, strategic partnerships with Brazilian entertainment platforms, and culturally relevant marketing that highlights the emotional connections between Brazilian and Korean artistic traditions. While Brazil may not yet match Japan or the United States in market influence, it holds untapped potential for deeper cultural exchange and industry expansion.

Virgine: Finally, what advice would you offer to young researchers interested in Cultural Studies, particularly those focusing on Asian popular cultures and the *Hallyu* phenomenon?

Ingyu Oh: For young researchers interested in Cultural Studies, especially those focusing on Asian popular cultures and the *Hallyu* phenomenon, the first and most essential step is to immerse themselves in the language and culture firsthand. Understanding Korean, Japanese, or Chinese in depth allows researchers to engage with primary sources, industry reports, and fan discourse without relying on translations, which often introduce biases or distort nuances. Cultural literacy goes beyond language proficiency—it requires firsthand exposure to media, everyday interactions, and local contexts that shape popular culture narratives.

Mastery of academic English is equally important. While fluency in Asian languages provides access to raw materials, English remains the dominant language in global academia. Researchers must develop the ability to articulate complex ideas, write scholarly papers, and engage critically with international discourse. Without strong English-language skills, their work may struggle to gain recognition beyond regional scholarship.

A solid foundation in theories and methodologies is crucial. Many early-career researchers adopt cultural studies frameworks without fully understanding the

strengths and limitations of different approaches. Critical thinking requires familiarity with media theory, sociology, political economy, and interdisciplinary methods. They must move beyond descriptive analysis and embrace comparative studies that apply rigorous qualitative or statistically significant methodologies. This ensures their research is both theoretically grounded and empirically valid.

Finally, scholars should never disconnect from raw data and everyday cultural materials. Popular culture evolves rapidly, especially in the digital age, and relying solely on academic publications can lead to outdated conclusions. Staying engaged with media platforms, fan communities, industry trends, and direct observations keeps their analysis relevant and informed. Fieldwork, digital ethnography, and continuous interaction with shifting fan dynamics ensure that research reflects the reality of cultural consumption rather than preconceived notions or theoretical assumptions.

Recebido em 30/08/2025 e aprovado em 31/10/2025

ENTRE A SIMPLICIDADE E O EXAGERO: O DILACERAMENTO DO CORPO NA OBRA DE TAKATO YAMAMOTO

Alexandre Rodrigues da Costa¹

Resumo: Este artigo analisa a obra do artista japonês Takato Yamamoto (1960), posicionando-a como um ponto de confluência entre tradições estéticas japonesas e o pensamento ocidental sobre o corpo e o grotesco. A partir do estudo de suas pinturas, contextualizadas pela tendência cultural do *ero guro nansensu*, a metodologia adota uma abordagem de análise iconográfica e comparativa. Em um primeiro momento, as composições são interpretadas à luz dos conceitos de *wabi-sabi* (a beleza da imperfeição) e *basara* (a extravagância subversiva), para em seguida estabelecer um paralelo com a obra de Hans Bellmer (1902-1975), examinando as afinidades poéticas no tratamento do corpo desarticulado. Para aprofundar a discussão, o estudo se ancora na fundamentação teórica de Georges Bataille (1897-1962), a partir das noções de informe e heterologia. A análise demonstra que a poética de Takato Yamamoto opera pela conjugação de elementos conflitantes, ao romper os limites entre o corpo e o espaço que este ocupa. Conclui-se que suas pinturas ressignificam o grotesco ao assinalar, simultaneamente, o êxtase e a efemeridade da existência, situando o corpo em um limiar paradoxal entre a ordem e a desordem.

Palavras-chave: Wabi-sabi. Basara. Grotesco. Informe. Heterologia.

BETWEEN SIMPLICITY AND EXAGGERATION: THE DISMEMBERMENT OF THE BODY IN TAKATO YAMAMOTO'S WORK

Abstract: This article analyzes the work of Japanese artist Takato Yamamoto, positioning it as a point of confluence between Japanese aesthetic traditions and Western thought on the body and the grotesque. Based on the study of his paintings, contextualized by the cultural trend of *ero guro nansensu*, the methodology adopts an iconographic and comparative analysis approach. Initially, the compositions are interpreted in light of the concepts of *wabi-sabi* (the beauty of imperfection) and *basara* (subversive extravagance), to then establish a parallel with the work of Hans Bellmer, examining the poetic affinities in the treatment of the disarticulated body. To deepen the discussion, the study is anchored in Georges Bataille's theoretical framework, drawing on the notions of the formless and heterology. The analysis demonstrates that Takato Yamamoto's poetics operates through the conjugation of conflicting elements, by breaking the boundaries between the body and the space it occupies. It is concluded that his paintings re-signify the grotesque by simultaneously signaling the ecstasy and ephemerality of existence, placing the body on a paradoxical threshold between order and disorder.

Keywords: Wabi-sabi. Basara. Grotesque. Formless. Heterology.

A obra do artista japonês Takato Yamamoto² (1960-), criada a partir de influências tanto estrangeiras quanto de seu próprio país, é vista pela maioria dos críticos como pertencente a uma tendência cultural, que surgiu na década de 1920 e foi denominada *ero guro nansensu*, expressão baseada nas palavras inglesas *erotic*, *grotesque* e *nonsense*³. É possível identificar elementos potenciais na formação do *ero guro nansensu* que remontam ao período Edo, quando o Zen-budismo, o teatro *kabuki* e as gravuras *shungas* (gravuras eróticas) possuíam alguma relação com temáticas que envolviam sexo, violência e grotesco⁴. O teórico Jim Reichert define essa tendência como um “fenômeno cultural burguês pré-guerra que se dedicou a explorações do desviante, do bizarro e do ridículo” (Reichert, 2001, p. 114). Yoshitoshi Tsukioka (1839-1892), que produziu *ukiyo-e* mostrando decapitações e atos de violência da história japonesa, conhecidas como *muzan-e* (“imagens cruéis”) e *chimidoro-e* (“imagens sangrentas”), é apontado como um precursor do *ero guro nansensu*. *Vinte e oito famosos assassinatos com versos* (*Eimei nijūhasshūku*), realizada entre 1866 e 1867, por ele e Yoshiiku Utagawa (1833–1904), é um exemplo de como a violência no cotidiano do período Edo é representada por meio de cenas que envolvem decapitações e torturas⁵. As crueldades vistas nessa e outras obras desse período se tornaram uma das fontes para o surgimento do *ero guro nansensu* na década de 1920, marcada por um clima de efervescência cultural e mudanças sociais, “muito semelhante ao hedonismo e niilismo, que se observava em Berlim durante a República de Weimar” (Buruma, 2003, p. 51). A sociedade japonesa, em meio a um processo de modernização acelerada e influências ocidentais, abraçava uma atmosfera de liberdade e prazer, misturada a uma sensação de vazio existencial e descrença nas instituições tradicionais, provocadas por uma elite governante que se dedicava a preservar o poder imperial, com um público dividido entre ultraliberais, radicais de direita, uma população empobrecida que buscava mudanças e intelectuais que oscilavam entre o ocidentalismo e o nacionalismo. O desejo desenfreado por prazeres e a desilusão com os valores estabelecidos criaram um ambiente propício à

exploração do erótico, do grotesco e do absurdo, que se tornavam temas recorrentes nas artes e na cultura popular da época, de modo que

cada um dos três elementos implicava uma transgressão, por assim dizer, dos valores convencionais. A celebração do “erótico” (ero) em suas miríades de formas constituiu uma rejeição do ditado Meiji de que a sexualidade era inadequada para exibição ou representação pública, a menos que se conformasse com os estreitos padrões de “moralidade civilizada”. A elevação do “grotesco” (guro) revelou um desprezo semelhante pelos códigos estéticos vigentes, com seu foco nos cânones tradicionais de beleza e ocultação dos lados mais sórdidos da existência. Finalmente, a valorização do “absurdo” (nansensu) sinalizou um descontentamento com a natureza restritiva das certezas morais e epistemológicas recebidas. (Pflugfelder, 1999, p. 290).

Marcado por um clima de instabilidade social e mudanças profundas na sociedade japonesa, esse período criou um ambiente propício à expressão de uma sensibilidade distorcida e irônica em relação à realidade, visível principalmente na literatura, com obras que exploravam temas sexuais de forma provocadora, com personagens e situações que transgrediam vários comportamentos e convenções tradicionais. Autores como Edogawa Ranpo (1894-1965), Kyūsaku Yumeno (1889-1936) e Jun'ichirō Tanizaki (1886-1965) se destacaram por abordarem, cada um à sua maneira, temas de decadência moral e psicológica, combinando erotismo, mistério e horror. Em meio a essa efervescência cultural, alguns autores chegaram a publicar aquilo que veio a ser conhecido como *Enpon*, coletâneas de literatura japonesa moderna que custavam apenas um iene e, durante a era Taishō (1912-1926), foram impulsionadas pela aprovação da Lei Eleitoral Geral e pela ascensão da democracia. No entanto, tais obras incomodaram e chamaram a atenção do governo japonês que, logo após, censurou sua circulação, levando as editoras a implementarem a “leitura privada”, que consistia em eliminar palavras e expressões que pudessem gerar a interpretação de obscenidade pelas autoridades. Mesmo com a intensificação da censura japonesa a partir de 1936, os escritores conseguiam contorná-la de duas formas: distribuindo suas obras de caráter marginal em livrarias clandestinas e valendo-se da

estratégia de editores que declaravam as edições esgotadas antes da revisão oficial.

O fim da Segunda Guerra Mundial marcou um ponto de inflexão na história do Japão; contudo, a ocupação americana (1945–1952) não representou uma simples ou linear flexibilização da censura. Embora o aparato censor do período pré-guerra e da guerra tenha sido oficialmente desmantelado, a atuação do Supreme Commander for the Allied Powers (SCAP), em especial por meio de sua Civil Information and Education Section (CIE), instituiu novas formas de controle simbólico e discursivo. A censura direta concentrou-se nos meios considerados politicamente estratégicos, como o cinema, o rádio e o teatro, enquanto outras artes, literatura, pintura e escultura, passaram a ser reguladas por mecanismos indiretos de coerção, quase sempre disfarçados sob a noção de “orientação” (*guidance*), cujo efeito prático pouco se distinguia da censura formal. De acordo com Donald Richie:

A agenda que de fato ocupava o SCAP, em particular sua Civil Information and Education Section (CIE), era inteiramente de natureza política, econômica e social. Nesse sentido, embora o Comando Supremo tivesse muito a dizer sobre os meios de comunicação, os documentos que estabeleceram o SCAP mencionavam muito pouco as artes. Nenhum dos documentos de planejamento contém qualquer referência à cultura, com exceção do rádio e do cinema, e mesmo estes não eram considerados senão como meios de comunicação. (Richie, 1997, p. 11-12).

Dessa forma, enquanto o cinema, o rádio e o teatro foram alvo de vigilância mais explícita, a literatura e as artes visuais passaram a operar em uma zona ambígua de tolerância, desde que não ameaçassem a ordem instaurada pela ocupação. Essa reconfiguração da censura produziu uma situação paradoxal: ao mesmo tempo em que se promovia a democracia, proibiam-se críticas ao próprio SCAP, imagens dos ocupantes e referências simbólicas ao imperialismo japonês. Essa situação permitiu que o *ero guro nansensu* encontrasse condições favoráveis para se expandir, não como

produto direto de uma liberalização plena, mas como efeito colateral de um sistema censor voltado sobretudo ao controle político.

É nesse contexto histórico e cultural que o *ero guro nansensu* ressurge no pós-guerra, mantendo pontos de contato com a vertente que floresceu nas décadas de 1920 e 1930, mas dela se distinguindo ao ampliar significativamente seu campo de atuação. Dessa forma, ele não se limitou à literatura ou à música, mas alcançou às artes visuais e audiovisuais, como a pintura, o mangá, o cinema e o anime, revelando sua versatilidade, ao incorporar o *kinbaku*⁶ e influências externas como a obra de Hans Bellmer (1902-1975), de formas talvez mais viscerais e transgressoras. Além disso, o *ero guro nansensu* ganha configurações particulares dependendo do estilo pessoal do artista que o abraça e da época em que ele se situa. Toshio Saeki (1945-2019), artista que se destacou no cenário japonês a partir da década de 1970, utiliza, por exemplo, elementos do *shunga* como referência para explorar o grotesco e o erótico a partir de situações do cotidiano, nas quais o sexo surge condicionado ao absurdo. Já Shintaro Kago (1969-), que começou sua carreira na década de 1980, explora o erotismo a partir do dilaceramento do corpo por meio de experiências com a narrativa no mangá. No entanto, apesar das diferenças que possam existir entre os artistas cujas obras estão conectadas ao *ero guro nansensu*, eles mantêm o diálogo entre a tradição e a modernidade assim como faziam os artistas no início do século XX. O *ero guro nansensu* pode ser definido mais como uma tendência cultural do que um movimento delimitado por ideais artísticos, pois não se circunscreve apenas a abordar a representação do corpo de forma inusitada, mas também o comportamento humano, por meio do grotesco, do erótico e do *nonsense*, ao se amparar em expressões artísticas que conciliam a tradição com o novo.

Nascido na prefeitura de Akita, em 1960, Takato Yamamoto exemplifica essa interseção entre o tradicional e o contemporâneo, uma vez que seu trabalho se configura como *ero guro nansensu*, ao abordar temas mórbidos e complexos por meio de imagens que combinam influências consagradas da cultura japonesa com técnicas modernas, como a pintura em acrílico, e

ocidentais, como as obras de artistas decadentistas. Takato Yamamoto formou-se em pintura pela Tokyo Zokei University, em 1983. Entre 1991 e 1993, desenvolveu pinturas e desenhos a partir do estilo *Ukiyo-e Pop*⁷. Em 1994, a partir de suas experiências do estilo *Ukiyo-e Pop*, criou um estilo próprio, o *Esteticismo Heisei*. Com várias exposições no currículo, publicou os seguintes livros: *Scarlet Maniera* (1998), *Altar of Narcissus* (2002), *Allure of Pharmakon* (2004), *Divertiment for a Martyr* (2006), *Rib of a Hermaphrodite* (2008), *Coffin of a Chimera* (2010), *Necrophantasmagoria* (2012), *Nosferatu* (2018). Em sua obra, o sexo, a partir do *nonsense* e do grotesco, surge em corpos entrelaçados, desdobrados, dissecados de maneiras insólitas, que lembram algumas gravuras de Andreas Vesalius (1514-1564) e Jacques Fabien Gautier d'Agoty (1711-1786).

Nas imagens de Takato Yamamoto, é possível observar corpos fundidos com vegetais e animais, abertos e ramificados, às vezes, mesclados uns aos outros. Quase sempre, seus personagens, cujas faces intactas demonstram expressões de derrota, apatia ou resignação, estão submetidos a uma desorganização orgânica da forma, com estruturas e bordas muitas vezes delicadas e indefinidas, que revelam a coexistência da simplicidade e do exagero, noções que os japoneses designam como *wabi-sabi* e *basara*. O *wabi-sabi* e o *basara* podem ser considerados como conceitos opostos um ao outro. Se o *wabi-sabi* deriva “da atmosfera de miséria e melancolia e da manifestação minimalista da poesia e da pintura a nanquim monocromática chinesas dos séculos IX e X” (Koren, 2019, p. 35), que culmina na cerimônia do chá⁸, o *basara* é a expressão do exagero, que se expressa, por exemplo, no teatro *kabuki*:

a palavra *kabuki* também originalmente significava excesso. Ela vem do verbo *kabuku*, que significa ‘estar inclinado, ou inclinado para o lado’. Dessa forma, o estado de estar excessivamente inclinado em uma direção particular era chamado de *kabuki*, ou *basara*” (Matusuoka, 1995, p. 3).

O *wabi-sabi*⁹, cujo significado diz respeito à beleza encontrada no momento fugaz “em que um objeto ou peça de arte existe tanto quanto na

própria criação, [...] de que tudo está ao mesmo tempo vindo do e se movendo em direção ao nada" (Blair, 2019, p. 26), é bem conhecido no mundo ocidental por meio de estudos e traduções de textos nipônicos dedicados a ele, ao contrário do *basara*, cujos significados são quase desconhecidos e sobre o qual se encontra pouquíssimo material bibliográfico¹⁰. Embora as origens do *basara* remontem ao período Jōmon, ele afirma-se realmente na cultura japonesa no século XIV. Segundo Kazuhiko Satō:

Na sociedade durante os tempos das guerras civis [século XIV], houve uma ampla utilização do termo *basara*, empregado para descrever tanto a extravagância (*kasa*, o luxo incomum), a loucura (*monoguroi*, comportamento extravagante), ou mais simplesmente para descrever a maneira como as mangas das vestimentas de dançarinos voam com graça, ou ainda na dança do *dengaku*, a forma como o executante intencionalmente sai do ritmo clássico para chamar a atenção. Os novos ritmos fragmentados, as cores vibrantes, os padrões audaciosos - tudo o que era incompreensível para a sensibilidade tradicional foi chamado de *basara*. Tanto nas roupas como nas pinturas, começaram a ser utilizadas abertamente as cores primárias em vez dos tons pálidos e escuros que eram usados anteriormente. Observaram-se mudanças radicais na estética das cores. Inegavelmente, uma nova moda de formas estranhas e insolentes havia surgido. (Satō; Bouchy, 1995, p. 330).

Na obra de Takato Yamamoto, a apreciação pela imperfeição e transitoriedade do *wabi-sabi* se mescla com a ostentação e a rebeldia do *basara*. Podemos perceber o *wabi-sabi*, em suas pinturas, na forma como ele representa o corpo fragmentado, desfeito, com traços que apontam para a fragilidade e a imperfeição, que servem de reflexão sobre a incompletude e a impermanência, "condição básica da existência, que, em vez de fazer nos agarrar às coisas, leva-nos a perceber que, em última análise, tudo é sem forma e que o mundo físico é ilusão, fonte do sofrimento humano" (Takeuchi, 2020, p. 21). Já o *basara*, em contraponto ao *wabi-sabi*, celebra o exagero, a exuberância, a opulência e o extravagante, ao se manifestar como repetição de elementos, com o uso de cores vibrantes, a distorção das formas e a combinação de técnicas diversas. As transformações que o corpo sofre

ocorrem, dessa maneira, a partir dos diálogos entre a simplicidade e o exagero, a impermanência e a exuberância, que se projetam do seu interior e se misturam com o espaço que o cerca.

A simplicidade e o exagero criam paisagens e corpos que permitem, simultaneamente, ao artista conter o acontecimento naquilo que lhe é essencial e ramificá-lo, como se fosse um labirinto, a partir do mesmo princípio de desarticulação que encontramos nas obras de Hans Bellmer¹¹. Assim como Hans Bellmer, Takato Yamamoto representa o corpo humano como uma espécie de labirinto, ao romper com sua integralidade, por meio de uma operação de desmantelamento que se sustenta na fragmentação e na repetição. Essa operação não se concentra apenas no dilaceramento do corpo, mas é perceptível no modo como ambos os artistas mesclam corpos e cenários, ao criarem imagens que conjugam tanto o abstrato quanto o figurativo. Nosso olhar, assim, é levado à desorientação, no momento em que ele passa a se realizar nos colapsos, nas intermitências do visto e não visto, do que escapa ao entendimento e se confirma na instabilidade.

Figura 1 - Takato Yamamoto. "Apparition V", 2017. Acrílico sobre tela, 72,7 cm X 72,7 cm.



Fonte: Yamamoto, 2018, p. 12.

A influência de Hans Bellmer na obra de Takato Yamamoto pode ser percebida a partir de alusões que o artista japonês realiza por meio de representações de bonecas em suas pinturas. Em “Apparition V” (“Aparição V”)¹² (figura 1) e “Another Mutation” (“Outra Mutação”) (figura 2), obras publicadas no livro *Nosferatu*, o artista japonês representa os corpos de seus personagens   semelhança de bonecas, insinuadas no desenho pelo oco dos ombros onde se encaixa os braços por meio da junta universal¹³. Em outra pintura, “Doll’s Mound” (“Amontoado de bonecas”), de *Allure of Pharmakon* (*Fascínio de Pharmakon*), contemplamos um cenário onde vemos vários corpos destroçados de bonecas, uma alusão à primeira boneca de Hans Bellmer, cujas fotografias compõem o livro *Die Puppe* (*A boneca*), publicado em 1934.

Figura 2 - Takato Yamamoto. “Another mutation”, 2014. Acrílico sobre tela, 53 cm X 45,5 cm.



Fonte: Yamamoto, 2018, p. 32.

A representa  o do corpo surge fragmentada, como uma recusa à unidade, ao se manifestar em um espaço determinado por dois movimentos: a lembrança de uma totalidade perdida e a persistência da ruptura, ambos

constituindo um processo de desintegração sem um ponto de origem definido. Nas bonecas de Hans Bellmer, similar ao que vemos nas pinturas de Takatao Yamamoto, o corpo surge como uma materialização dessa ambivalência, construída a partir de fragmentos que se apresentam como vestígios de uma dissecação, sem que um corpo inteiro tenha existido antes. A ruína se torna o estado permanente, o desastre que perpetua a incompletude, pois a ideia de totalidade não pode delimitá-lo. Cada fragmento da boneca, em constante conflito com os demais, mantém-se anárquico, em convulsão, recusando qualquer possibilidade de finalização ou de união a uma origem.

Figura 3 - Takato Yamamoto. "Curtain of night", 2003. Acrílico sobre tela, 30 cm x 15 cm.



Fonte: Yamamoto, 2004, p. 63.

Essa totalidade fragmentada, que não tem origem nem fim, pode ser comparada a uma espécie de jogo de antinomias fundamentado na imperfeição e transitoriedade do *wabi-sabi* e na ostentação e da transgressão

do *basara*. Conjugados em um mesmo espaço, eles geram configurações instáveis, das quais os corpos surgem dilacerados e mesclados a objetos e aos lugares que ocupam. Em suas pinturas, como podemos ver em "Curtain of night" ("Cortina da noite") (figura 3), do livro *Allure of Pharmakon (Fascínio de Pharmakon)*, na qual o corpo de uma jovem aparece fundido a uma estrutura amorfa que agrega coruja, olhos, faces de seres monstruosos, revelando detalhes de um fundo de arabescos. A linha fina e precisa do desenho sugere a delicadeza e a efemeridade do *wabi-sabi*, enquanto a quantidade de detalhes e a heterogeneidade dos objetos e seres remete à opulência e à transgressão do *basara*. O conflito, nessa imagem, se estabelece a partir do cenário grotesco que parece emergir de um espaço liminar, onde o erotismo e a desintegração coexistem. Assim como em outros cenários de Takato Yamamoto, em "Curtain of night", a dramaticidade convida o espectador a contemplar as fronteiras entre o prazer e a dor, a vida e a morte, que, muitas vezes, nos é apresentado na forma de corpos amarrados pela técnica do *kinbaku*.

O *kinbaku*, também conhecido como *shibari*¹⁴, é uma prática japonesa tradicional que envolve a amarração do corpo humano por meio de diferentes padrões, combinando elementos de arte, performance, sensualidade e filosofia, e exigindo técnica e conhecimento que remontam ao século XVII. No Japão feudal, a carência de recursos materiais moldou diretamente as táticas de policiamento e contenção. Conforme observa Don Cunningham, embora a metalurgia tenha avançado, as ferramentas de ferro e aço permaneciam "extremamente caras e além dos recursos da maioria das pessoas" (Cunningham, 2004, p. 87). Devido a esse alto custo, o uso de metais era restrito a componentes essenciais, tornando necessário o uso de fibras vegetais para imobilizar criminosos, visto que as cordas de contenção (*torinawa*) "usadas para prisões reais eram geralmente feitas de cânhamo" (Cunningham, 2004, p. 86). Dessa forma, entre 1603 e 1868, o Japão desenvolveu mais de 150 escolas de *hojōjutsu* (a arte de amarrar prisioneiros), criando um sistema de restrição altamente estratificado em que "métodos específicos de amarração foram criados para nobres, samurais, agricultores,

artesãos, mercadores, monges, sacerdotes e mendigos" (Cunningham, 2004, p. 84). Como cada região possuía jurisdição própria e as técnicas "não eram padronizadas entre as diferentes escolas" (Cunningham, 2004, p. 85), o *hojōjutsu* assumiu estilos variados e complexos. Toda essa sofisticação técnica possuía um propósito estritamente funcional e coercitivo; de acordo com Christian Russo,

o *hojōjutsu*, originalmente, não tinha nada a ver com prazer. O objetivo das técnicas de amarração era auxiliar na captura, subjugação, transporte seguro e cativo; às vezes, era usado para tortura e subsequente interrogatório ou execução de um prisioneiro de guerra ou de um criminoso (Russo, 2016, p. 28).

É importante também lembrarmos que o uso de cordas na cultura japonesa remonta ao período Jōmon, uma cultura pré-histórica que, segundo a arqueóloga Junko Habu, floresceu no arquipélago japonês por "mais de 10.000 anos" (Habu, 2004, p. 3). O próprio nome do período deriva da técnica decorativa em que a corda servia de decalque para os traçados dos vasos, resultando em peças que apresentam o que a arqueologia denomina como "marcas de cordas", elemento central de sua composição artística (Habu, 2004, p. 205). Essa tradição milenar persiste até os dias atuais, como se observa no *shimenawa*, ritual xintoísta utilizado para purificar, atrair divindades e demarcar territórios sagrados, por meio do uso de uma corda de palha amarrada ao tronco de árvores veneradas. Conforme Stuart D.B. Picken, "essa corda torcida delimita um lugar, objeto ou pessoa que é sagrado, que foi purificado e libertado de impureza e que, por isso, é frequentemente renovado" (Picken, 1994, p. 164).

Essa onipresença da corda, que transita entre o utilitário e o místico ao longo de milênios, encontrou no século XX um novo e provocativo uso, ao ser aplicada ao corpo. Uma figura central na popularização moderna da restrição corporal por meio de cordas é Seiū Ito (1882-1961), frequentemente referido como o pai do *kinbaku*. Suas obras e performances transcenderam a mera técnica de amarração, tornando-se uma forma de arte que explora

temas de vulnerabilidade, controle e subversão dos limites corporais e emocionais.

Podemos analisar a presença do *kinbaku* nas pinturas de Takato Yamamoto como uma manifestação tanto do *wabi-sabi* quanto do *basara*, no instante em que a técnica de amarração exhibe a fragilidade do corpo por meio das marcas que as cordas deixam na pele como tensões que revelam a vulnerabilidade humana. Se, em seu *Scarlet Maniera* (*Maneira Escarlata*), apenas duas pinturas, “Shi to otome” (“A morte e a donzela”) e “Akai tsuki” (“Lua vermelha”), possuem personagens amarrados pela técnica do *kinbaku*, já no seu segundo livro, *Altar of Narcissus* (*Altar de Narciso*), são onze¹⁵, sendo que uma pintura, “Bound woman in a snow storm” (“Mulher amarrada em uma tempestade de neve”) (figura 4), é uma homenagem e releitura da série de fotografias intitulada *Yukizeme* (*Mulher sofrendo na neve*, 1923) que Seiu Ito fez de sua esposa Kise Sahara. Nessa imagem de Takato Yamamoto, a experiência do *Kinbaku* se aproxima do *wabi-sabi*, no instante em que a efemeridade da existência é evocada tanto pelo fato de que a qualquer momento os nós poderão se desfazer quanto pela fragilidade da mulher, que, amarrada, parece sucumbir, inevitavelmente, à nevasca. No entanto, é necessário frisar que o *basara*, aí, também se faz presente, a partir do desalinhado dos cabelos, da pose retorcida da personagem e do contraste entre o vermelho do quimono e o branco da neve, fazendo com que a cena se torne estranha e exuberante ¹⁶.

Figura 4 - Takato Yamamoto. "Bound in a snow storm", 1999. Acrílico sobre tela, 23,4 cm. x 23,4 cm.



Fonte: Yamamoto, 2002, p. 28.

Figura 5 - Takato Yamamoto. "Egg", 2006. Acrílico sobre tela, 30 cm x 21 cm.



Fonte: Yamamoto, 2008, p. 33.

Em outra pintura sua, "Egg" ("Ovo") (figura 5), do livro *Rib of a Hermaphrodite* (*Costela de um hermafrodita*), Takato Yamamoto reúne em uma mesma imagem a desarticulação das bonecas de Hans Bellmer e a do

kinbaku, no instante em que duas jovens são representadas eclodindo de um ovo com corpos amarrados e membros truncados, sendo que em uma delas é possível ver um parafuso sustentando a perna no quadril, como se ela fosse um autômato. A vida, nessa cena, se confunde com a morte, a partir do dilaceramento ao qual os corpos são submetidos durante o seu nascimento. Embora a face de uma das personagens pareça feminina, há uma certa ambiguidade em sua representação, já que não sabemos realmente a qual sexo a figura pertence, o que é insinuado pela presença da flor que também nasce do ovo. O ovo quebrado e a rosa desabrochando sugerem, assim, a impermanência da beleza e a aceitação da imperfeição, características do *wabi-sabi*, enquanto o *basara* pode ser percebido pelo “estado de ambivalência entre desordem e beleza” (Satō; Bouchy, 1995, p. 340), que surge do jogo intrincado de elementos heterogêneos como a corda, a flor e os membros desarticulados, todos justapostos em um único lugar.

Figura 6 - Takato Yamamoto. “Roses and black boots”, 2004. Acrílico sobre tela, 25 cm x 23,2 cm.



Fonte: Yamamoto, 2004, p. 70.

Se observamos as pinturas de Takato Yamamoto, mesmo que não estejam amarrados pela arte *kinbaku*, os corpos surgem, muitas vezes, fragmentados e dilacerados, evocando ao mesmo tempo o *wabi-sabi*, pela sua simplicidade, e o *basara*, pela quebra da unidade do corpo e sua consequente transformação em algo estranho e incomum¹⁷. É interessante observar também que essa transformação nas obras de Takato Yamamoto remete ao conceito do corpo anagramático de Hans Bellmer:

para ter uma visão distinta e precisa, podemos dizer: o corpo é comparável a uma sentença que nos convidaria a desarticulá-lo, para recompor, por meio de uma série de anagramas sem fim, seus verdadeiros conteúdos (Bellmer, 2008, p. 48).

O corpo fragmentado torna-se uma configuração indefinida, pois suas partes, agora permutáveis como as letras que compõem o verso de um anagrama, podem ser rearranjadas para criar outras formas. Além do anagrama, Hans Bellmer utiliza da amarração também como exemplo de transformação e recomposição da anatomia humana:

De acordo com a memória intacta que guardamos de um certo documento fotográfico, um homem, para transformar sua vítima, tinha firmemente amarrado suas coxas, seus ombros, seu peito, com um arame apertado, entrecruzado aleatoriamente, de maneira que ele produziu acúmulos de carne, triângulos irregulares esféricos, alongando dobras, desfigurando lábios, multiplicando seios nunca vistos em lugares inimagináveis (Bellmer, 2008, p. 42).

Por meio da amarração, Hans Bellmer demonstra como é possível criar um corpo cuja integralidade é rompida pelo desejo de se querê-lo múltiplo, labiríntico, na medida em que suas partes se tornam autônomas uma em relação à outra, ou seja, elas passam a existir condicionadas pelo desmembramento e pela contínua remontagem. O dilaceramento do corpo resulta em identidades instáveis e monstruosas, pois sua nova constituição repete gestos sem sentido, que, ao serem levados a um estado crítico, fazem com que a conjunção e a incongruência estabeleçam a descontinuidade como um processo de desestruturação da anatomia. Não condicionado apenas ao *kinbaku*, Takato Yamamoto emprega outros meios para conseguir instaurar a fragmentação em seus personagens e alcançar esse estado

instabilidade e ruptura de que nos fala Hans Bellmer, como o uso de estruturas indeterminadas que agem sobre os corpos, deformando-os, dilacerando-os e fundindo-os com outros seres e coisas, como na pintura “Roses and black boots” (“Rosas e botas pretas”) (figura 6), do livro *Allure of Pharmakon*, na qual vemos uma mulher suspensa de cabeça para baixo, próxima a uma perna calçada com uma bota preta de cano alto ao lado de um pênis ereto. O cenário que envolve a personagem feminina é composto por formas que parecem ser ossos, músculos, vísceras e outros elementos indefinidos, de modo que tudo se entrelaça como uma massa de tecido orgânico. A única parte reconhecível de seu corpo é o rosto, que, como ocorre com quase todos os personagens de Takato Yamamoto, apresenta uma expressão vazia, que não sabemos se é de resignação ou apatia. Se a corda, no *kinbaku*, faz com que o corpo e o espaço se entrelacem, de forma que nosso olhar é direcionando para os momentos de colapso e intermitência, nessa pintura, as estruturas orgânicas, que lembram restos de ruínas, deterioram o corpo e ao mesmo tempo parecem se decompor a partir dele. Diante da impossibilidade de definir a origem para a integração entre corpo e espaço, o que prevalece é um estado que oscila entre ordem e desordem, a partir dos quais os significados mantêm-se abertos por elementos de ordem figurativa e abstrata.

Essa oscilação entre duas ordens que, a princípio se opõem, pode ser interpretado como uma das características do informe, termo cunhado por Georges Bataille, em 1929, para o Dicionário Crítico da revista *Documents*, que pode ser interpretado como uma ruptura com a ordem e a classificação. Ele foi publicado como verbete na edição número 7 da revista e tem sido um ponto de referência para a análise de obras de arte por teóricos como Rosalind Krauss, Yve-Alain Bois, no livro *Formless: a user's guide* (2000), e Georges Didi-Huberman, em *A semelhança informe* (2015). Com seu verbete, Georges Bataille, ao invés de oferecer uma definição precisa, propõe uma experiência do informe como um estado de desordem que desafia sistemas de conhecimento e taxonomias, pois ele desestabiliza categorias e limites, ao questionar a noção de território e de organização das coisas em padrões de semelhança:

Um dicionário deveria começar quando ele não mais fornecesse o significado das palavras, mas suas funções. Assim, o informe não é apenas um adjetivo que dá um significado, mas um termo que serve para desclassificar, exigindo geralmente que cada coisa tenha sua forma. O que o informe designa é o incerto que se espalha por todos os lugares, como uma aranha ou um verme. De fato, para os acadêmicos serem felizes, o universo precisaria ganhar forma. Todos os filósofos não têm outro objetivo: a matéria deve servir como um casaco, um casaco matemático. Por outro lado, ao se afirmar que o universo se assemelha a nada, somente o informe é relevante para se dizer que o universo é algo como uma aranha ou cuspe (Bataille, 1970a: 217).

Como podemos perceber no texto de Georges Bataille, o informe não é uma categoria fixa, mas, sim, um termo que desestabiliza as fronteiras e hierarquias estabelecidas, pois ele desfaz as definições, ao permitir que “cada coisa tenha sua forma”. Dessa maneira, ele tem a função de desorientar, já que, em nenhum momento, há um significado preciso do que ele vem a ser. De acordo com Yve-Alain Bois:

Nada em si, o informe tem apenas uma existência operacional: é um ato performativo, como palavras obscenas, cuja violência deriva menos da semântica do que do próprio ato da sua enunciação (Bois; Krauss, 1999, p. 18).

Se o *ero guro nansensu* é um termo que une erótico, grotesco e absurdo, a operação que o informe realiza nas pinturas de Takato Yamamoto é o deslocamento que o grotesco realiza sobre o erótico, levando-o ao absurdo. Nessa equação, o próprio grotesco já se revela como estrutura na qual, de acordo com Wolfgang Kayser, “as categorias de nossa orientação no mundo falham” (Kayser, 1986, 159), pois ele representa “novas dissoluções: a suspensão da categoria de coisa, a destruição do conceito de personalidade, o aniquilamento da ordem histórica” (Kayser, 1986, 159). Tais dissoluções, que as operações do informe realizam e das quais resultam no grotesco¹⁸, permitem que não só os corpos nas pinturas de Takato Yamamoto surjam desmantelados e dilacerados como tenham sua anatomia fundida a de outros seres e coisas, constituindo-se em verdadeiros monstros. Se o grotesco “é um conceito sem forma (a palavra quase sempre modifica substantivos

indeterminados como monstro, objeto ou coisa)" (Harpham 2006, p. 3), ele, similar ao informe, ao envolver seres de diferentes categorias e mesclá-los em uma confusão estrutural, resulta em estruturas sempre abertas, cujos limites se dissolvem diante daquilo que lhe é diferente, o que Bataille chama de heterologia, "a ciência do que é completamente outro" (Bataille, 1970b, p. 61-62). Assim como o informe, a heterologia se opõe a todo sistema organizado, amparado na diferença, naquilo que é excluído pela apropriação homológica que busca a estabilização a partir de padrões normativos. A heterologia, para Georges Bataille, é uma das manifestações do que ele chama de baixo materialismo, que objetiva desclassificar a matéria, retirando-a do domínio filosófico do materialismo clássico, que, na verdade, é apenas um disfarce do idealismo:

A maioria dos materialistas, embora quisessem eliminar qualquer entidade espiritual, conseguiram descrever uma ordem de coisas que as relações hierárquicas caracterizam como especificamente idealista. Eles situaram a matéria morta no topo de uma hierarquia convencional de fatos de vários tipos, sem perceber que estavam assim cedendo à obsessão por uma forma ideal de matéria (Bataille, 1970a, p. 179).

A matéria informe gerada pelo baixo materialismo, ao recusar ser assimilada em conceitos, torna-se indefinível, grotesca, no sentido de que ela reúne elementos de categorias distintas, criando, desse modo, monstruosidades, uma vez que elas se constituem como desvios inerentes à própria natureza, que as sociedades tentam normatizar:

é preciso levar em conta, em primeiro lugar, esses desvios, pelos quais a natureza é incontestavelmente responsável, ainda que eles sejam o mais das vezes determinados como contrários à natureza (Bataille, 2018, p. 171-173).

Na concepção do baixo materialismo, não há, para Georges Bataille, uma forma de apaziguar as diferenças e reduzi-las a denominadores comuns. O objetivo do informe, então, é fazer com que a matéria se torne heterogênea, de maneira que os opostos se alternem, sem nunca chegar a uma síntese, já que, "para Bataille, não existe um terceiro termo, mas sim um 'ritmo alternado' de homologia e heterologia, de apropriação e excreção"

(Bois; Krauss, 1999, p. 71). Para o pensador francês, essa alternância ocorre, porque a matéria é como uma “diferença não lógica que, em relação à economia do universo, equivale ao que o crime representa para a lei” (Bataille, 1970a, p. 319), pois a constituição da lei nos faz esquecer de que ela precisa de crimes para existir assim como a natureza é composta somente de desvios.

Figura 7 - Takato Yamamoto. “Flesh colored Wraith”, 2003. Acrílico sobre tela, 25 cm x 18 cm.



Fonte: Yamamoto, 2004, p. 44.

Em sua pintura “Flesh colored Wraith” (“Espectro da cor da carne”) (figura 7), também do livro *Allure of Pharmakon*, Takato Yamamoto explora essas ambivalências do informe, ao nos oferecer uma imagem na qual vemos um jovem casal, amarrado pela técnica do *kinbaku*, ser ameaçado por uma criatura monstruosa que parece ser composta de uma estrutura orgânica indefinida coberta de espinhos. Dele, sobressai uma garra em forma de unha e um olho que encara o jovem enquanto a garota, caída, tem a face coberta pela moldura de uma janela. No entanto, o que mais chama a atenção na pintura são os espaços vazios em branco que se espalham sobre a imagem.

O aspecto de incompletude que eles agregam intensificam o terror vivido pelos jovens, já que o possível dilaceramento que ambos podem sofrer reside não apenas no monstro, mas em um elemento de ordem abstrata e heterógena, que instala uma polarização entre o reconhecível e o desconhecido, na forma de rasgos sobre a realidade apresentada pela imagem. Essa polarização “é o que caracteriza essencialmente o heterogêneo, e isso não apenas por sua oposição ao mundo do homogêneo, mas como resultado de uma fissura que o atravessa de ponta a ponta” (Gasché, 1995, p. 164). Tal fissura é organizada, na pintura de Takato Yamamoto, por uma série de oposições dualísticas, monstruosidade e humanidade, vazio e cheio, oculto e revelado, que dividem “a totalidade do mundo heterogêneo e se somam às características determinadas da heterogeneidade como elemento fundamental” (Bataille, 1970a, p. 350). A heterogeneidade, assim, se constitui como um jogo das diferenças, de maneira que ela rompe com a continuidade por meio da cisão em movimentos de atração e repulsa.

Ao inserir esses espaços vazios em sua pintura, Takato Yamamoto não busca apenas apagar a existência e a identidade de seus personagens, mas jogar com a própria relação entre o abstrato e o figurativo como ruína da realidade, o que em termos materiais resulta no colapso da matéria, o informe. Esses espaços vazios, semelhantes a manchas e nuvens, têm seu equivalente abstrato no arabesco e mouresco que se misturam ao grotesco, no período que vai do século XVI até o século XVIII¹⁹. Talvez não seja gratuito pontuar que em seu primeiro livro *Scarlet Maniera* (*Maneira Escarlata*), o mouresco apareça em algumas pinturas de Takato Yamamoto na forma de ornamentos, quase sempre constituídos de padrão de folhas e flores, servindo como moldura para a imagem central. Dessa forma, se o abstrato, em seus primeiros trabalhos, está condicionado ao ornamento, em “Flesh colored Wraith”, ele interage com a imagem, de maneira a provocar tanto cisões no plano ficcional da obra quanto no não ficcional. O informe surge daí como uma operação que cria rupturas na representação e no espaço onde ele acontece, que resultam na imbricação de estruturas diversas. A partir dessa

imbricação, corpo e espaço são desterritorializados, ao terem seus limites rompidos pela confluência que um alimenta no outro, de modo que a matéria é desestabilizada e se apresenta em permanente colapso. Os espaços vazios, nesse processo, ao colocarem o informe em movimento, engendram corpos e estruturas que se dilaceram, se fundem e se repelem, pois “os movimentos de atração e repulsão que encontraram a subversão estão situados no interior da região heterogênea” (Bataille, 1970b, p. 217).

Nesse dilaceramento das formas, em cujo fundamento está a heterogeneidade e o informe, não apenas conceitos tão opostos como o *wabi-sabi* e o *basara* podem ser sustentados, como também uma diversidade de influências advindas tanto da cultura japonesa quanto da ocidental, a partir das quais Takato Yamamoto desenvolveu aquilo que ele chama de Esteticismo Heisei, uma referência ao período Heisei, que começou em 8 de janeiro de 1989, com a morte do imperador Hirohito e a ascensão de seu filho, o imperador Akihito, e encerrou em 30 de abril de 2019 com a abdicação deste. Se o período Heisei é, em essência, sobre a promoção da paz, a resposta de Takato Yamamoto se dá através do decadentismo²⁰. Esse termo, originalmente pejorativo, foi usado por críticos no final do século XIX na Europa para descrever artistas como Charles Baudelaire (1821-1867), que expressava uma preferência simultânea pelo exótico e belo, efêmero e permanente. O Esteticismo Heisei representa um entrecruzamento de diversas referências, mostrando como a cultura japonesa absorve influências estrangeiras e as coloca em movimento, destacando semelhanças e diferenças por meio da polaridade provocada pela heterologia. Na obra de Takato Yamamoto, encontram-se alusões às gravuras *Ukiyo-e* do período Edo, aos estilos europeus do século XX, como a Art Nouveau e o Expressionismo, à literatura e às expressões artísticas populares, como o cinema, o mangá e o anime. Essa pluralidade de referências muitas vezes ocorre a partir da preferência do artista por imagens que carregam um jogo de oposições, como ele mesmo declara:

Sinto uma grande atração por estados de coexistência de qualidades contrastantes ou quando elas se fundem completamente, originando algo que é ao mesmo tempo um e outro. Por exemplo, a preguiçosa transição da tarde para a noite, o crepúsculo nebuloso, as janelas que vagamente separam o interior do exterior, os jardins que atraem plantas e insetos, a interseção entre luz e escuridão onde seres estranhos se agitam, e a beleza frágil e andrógina do corpo em um momento de brilho erótico. É algo diferente da força clara e direta, algo instável e até mesmo decadente, mas ao mesmo tempo parece conter um poder misterioso e insondável. O ponto de inflexão não é um ponto estático e rígido, mas, sim, um espaço onde as forças opostas geram e destroem umas às outras, em um ciclo contínuo. É como o positivo e o negativo, o yin e o yang, que, unidos, giram infinitamente, evocando uma imagem do mundo primitivo e fundamental (Yamamoto, 2010b, p. 40-41).

O termo “ponto de inflexão” (変曲点 *henkyoku-ten*), que Takato Yamamoto emprega em seu texto, está em consonância com o pensamento de Georges Bataille, na medida em que ele, como o informe, não é estável, mas permanece como “um espaço onde as forças opostas geram e destroem uma à outra, em um ciclo contínuo” (Yamamoto, 2010b, p. 41). Assim, a referência ao yin e ao yang, como observamos na citação, não é gratuita, já que ela espelha a dinâmica de forças contrárias que negam a existência de limites entre os seres e as coisas, como ocorre com o informe, que gera um espaço de contaminação tensa “em que dois modos de ser invadem um ao outro, contaminam um ao outro, comprometem-se mutuamente, enquanto conservam paradoxalmente a integridade de sua oposição” (Libertson, 1995, p. 212). Em termos visuais, talvez a melhor expressão que Takato Yamamoto tenha encontrado para expressar o “ponto de inflexão” seja a do corpo andrógino: “Tenho me conscientizado recentemente de que o tema andrógino continuará a ser o núcleo da minha expressão artística” (Yamamoto, 2010, p. 60). Para a elaboração de suas figuras andróginas, Takato Yamamoto se vale novamente das bonecas e pinturas de Hans Bellmer, cujas figuras humanas não apenas possuem os dois sexos, mas, ao ter os limites de seus corpos comprometidos, podem ter partes deles sobrepostas, multiplicadas e fundidas a objetos:

Uma menina com as pernas bem abertas, com um pênis ereto que emerge da sua vagina como se estivesse a explodir. Linhas delicadas, que lembram os esboços para o “Retábulo de Isenheim” de Grünewald, gravam cuidadosamente formas eróticas na tela. Curvas fluidas, às vezes suaves, às vezes agudas, ondulam e conectam ou sobrepõem partes do corpo, como ossos, seios, nádegas, órgãos genitais e globos oculares, criando uma imagem corporal estranha. A criatura, cujas partes do corpo se tornaram intercambiáveis com órgãos genitais, se funde ainda mais com sapatos, cadeiras e bicicletas. As linhas extraídas do corpo se multiplicam ritmicamente e se transformam em cabelo, formando um campo magnético de Eros” (Yamamoto, 2010b, p.53).

Essa descrição, que se refere às várias obras de Hans Bellmer, pode ser percebida nas pinturas de Takato Yamamoto não como mera imitação, mas um desdobramento das características do artista alemão mescladas a inúmeras referências e estilos, como o Esteticismo Heisei se propõe, e às inerentes à própria cultura japonesa, como o *wabi-sabi* e o *basara*. A androginia surge inserida em meio a diversas fontes, de maneira que a figura humana se torna um palco para a fusão de elementos que celebram tanto a imperfeição e a transitoriedade quanto a exuberância e ousadia²¹. Talvez o livro de Takato Yamamoto em que mais se evidencie esse aspecto efêmero da existência seja *Nosferatu*, título que é uma referência ao filme *Nosferatu* (*Nosferatu, eine Symphonie des Grauens*, F.W. Murnau, 1922), cuja história é uma adaptação não autorizada do livro *Drácula* (1897), de Bram Stoker. Nas pinturas que compõem o livro, Takato Yamamoto explora os aspectos relacionados à androginia por meio do dilaceramento dos corpos, como podemos ver na pintura “Apparition VI” (“Aparição VI”, inspirada em uma série do mesmo título que Odilon Redon pintou entre as décadas de 1870 e 1910)²² (figura 8), na qual assistimos a corpos, que podem ser tanto de um ou uma jovem, se desdobrarem, sem que saibamos quem originou quem e qual o motivo para que isso aconteça. Desse dilaceramento, os corpos são representados abertos, com suas estruturas internas se desfazendo em ou se fundindo com objetos aleatórios como cabeças de ursos de pelúcia e de boneca, flores, folhas. Sobre os corpos, uma cobra de ventre vermelho se arrasta enquanto borboletas e mariposas voam ao redor deles. No extremo

inferior esquerdo da imagem, o olho de uma criatura monstruosa espreita e se mistura a essa orgia da forma. Na descrição do próprio artista:

Todas as partes dos corpos se desintegram e ganham novas formas. Depois que essa metamorfose continua sequencialmente por algum tempo, todas essas formas se tornam nebulosas e desaparecem no ar (Yamamoto, 2018, p. 15).

Figura 8 - Takato Yamamoto. “Apparition VI”, 2017. Acrílico sobre tela, 100 cm X 100 cm.



Fonte: Yamamoto, 2018, p. 16.

Podemos arriscar a dizer que essa desconfiguração da anatomia humana aproxima-se da entropia²³, no momento em que se almeja um estado irreversível que vai da ordem à desordem, da vida à morte. Essa desordem é percebida na pintura de Takato Yamamoto na maneira como os corpos se desdobram a partir de um processo de fragmentação e de não diferenciação dentro da matéria, o que cria a possibilidade para que a androginia ocorra, já que as partes dos corpos se permutam e se confundem. Talvez não seja sem motivo que uma caveira se ostente em “Apparition VI”, pois o contínuo de degradação e perda de estrutura move-se inexoravelmente em direção ao caos e à desintegração. No entanto, como

o instante de dilaceramento da forma humana está “congelado” pela própria configuração da pintura, o estado de entropia não se cumpre, contrariando a descrição de Takato Yamamoto (“todas essas formas se tornam nebulosas e desaparecem no ar”), de modo que assistimos apenas a uma das possíveis fases que levariam ao total desaparecimento. Como na poética de Charles Baudelaire, “Apparition VI” nunca chega ao apagamento de todas as formas resultantes do movimento de desintegração dos corpos, pois o que prevalece é um estado de coexistências de antinomias, no qual passado e presente, morte e vida, prazer e dor nunca chegam a uma síntese, mas permanecem em interminável discordância. Em seu texto “Sobre a questão da *Aufhebung*: Baudelaire, Bataille e Sartre”, Françoise Meltzer explica como seria essa manutenção de contrários em Baudelaire:

Além disso, é a co-manutenção das antinomias que turva a capacidade de compreender onde é que, em Baudelaire, se situam exatamente as fronteiras da subjetividade: onde ficam o interior e o exterior, quando os próprios termos coexistem num estado de constante desestabilização? (Meltzer, 2006, p. 10).

Nas imagens de Takato Yamamoto, a expressão vazia, resignada ou apática dos personagens condiz com esse tipo de subjetividade pontuado por Françoise Meltzer na obra de Charles Baudelaire. Assim como nos textos do poeta francês, a abertura dos corpos nos desenhos do artista japonês indica uma dissolução dos limites entre o dentro e o fora, que reúne continuamente elementos díspares sob um estado de impermanência e contradição. Essa impossibilidade de marcar a linha que separa o indivíduo daquilo que não é ele leva ao “esvaziamento” da subjetividade, de modo que o sujeito “passa a ser um conceito totalmente desprovido de clareza” (Meltzer, 2006, p.8). Estrategicamente, em “Apparition VI”, Takato Yamamoto acentua o desvanecimento da linha que separa os corpos do fundo sobre o qual eles se projetam, utilizando-se de um tom de cor, o pêssego, que se confunde com o da pele e o da carne aberta e cortada. A imbricação entre o espaço interior e exterior do corpo afirma-se como grotesco, no momento em que, de acordo com Mikhail Bakhtin,

coloca-se ênfase nas partes do corpo em que ele se abre ao mundo exterior, isto é, onde o mundo penetra nele ou dele sai ou ele mesmo sai para o mundo, através de orifícios, protuberâncias, ramificações e excrescências, tais como a boca aberta, os órgãos genitais, seios, falo, barriga e nariz (Bakhtin, 1987 p. 23).

A partir dessas aberturas, Takato Yamamoto cria corpos que ultrapassam seus próprios limites, assinalando ao mesmo tempo sua incompletude e efemeridade. Suas imagens são ambivalentes, pois reúnem a vida e a morte como parte de um ciclo contínuo, no qual os limites entre o corpo e o mundo tornam-se indiscerníveis. Nesse sentido, se o artista encontra na dissolução da identidade meios para explorar tanto o *ero guro nansensu* quanto o Esteticismo Heisei, é porque ambos já possuem seus limites sempre abertos para assimilar e modificar aquilo que é de interesse do artista, independentemente de origens nipônicas ou não. Como configurações de estados nos quais o desmantelamento da anatomia predomina, suas pinturas, ao conjugarem elementos conflitantes e inconciliáveis, convocam nosso olhar a participar da ambiguidade que é gerada a partir desse ponto de inflexão onde as identidades são comprometidas, quando o corpo e o espaço são percebidos de maneira não diferenciada. A heterogeneidade, que abraça processos tão distintos quanto podem ser o *wabi-sabi* e o *basara*, se alimenta dos mesmos princípios que permeiam o informe de Georges Bataille, na medida em que a desordem e a transgressão tornam-se os parâmetros que o artista almeja alcançar com suas pinturas. Assim como o grotesco, que envolve a passagem do tempo à medida que as figuras humanas se transmutam em outras, o informe pode ser interpretado como um colapso da forma, ao fazer com que as fronteiras do corpo oscilem e o espaço circundante se mescle com o seu interior. A obra de Takato Yamamoto torna visível a heterogeneidade como um jogo das diferenças, no qual a dança da morte é regida por movimentos de atração e repulsa, de modo que o corpo, com o seu interior, acolhe o mundo exterior, que, por sua vez, o envolve em um abraço indiferenciado. Nesse momento de fusão, as fronteiras entre o eu e o outro se dissolvem, e as identidades se diluem no fluxo universal, perdendo

seus contornos e assumindo formas híbridas e transitórias, como se estivessem presas a um processo contínuo de mutação.

REFERÊNCIAS

- BAKHTIN, Mikhail Mithailovitch. **A cultura popular na Idade Média e no Renascimento**: o contexto de François Rabelais. Tradução de Yara Frateschi Vieira. São Paulo: HUCITEC; Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 1987.
- BATAILLE, Georges. **Documents**. Tradução de João Camillo Penna e Marcelo Jacques de Moraes. Florianópolis: Cultura e Barbárie, 2018.
- BATAILLE, Georges. **Oeuvres complètes I**. Paris: Gallimard, 1970a.
- BATAILLE, Georges. **Oeuvres complètes II**. Paris: Gallimard, 1970b.
- BELLMER, Hans. **Petite anatomie de l'inconscient physique ou l'anatomie de l'image**. Paris: Éditions Allia, 2008.
- BLAIR, Gavin. **Zen in Japanese Culture: A Visual Journey Through Art, Design, and Life**. New York: Abbeville Press, 2019.
- BOIS, Yve-Alain; KRAUSS, Rosalind. **Formless**: a user's guide. New York: Zone Books: 1999.
- BURUMA, Ian. **Inventing Japan**: 1853–1964. New York: The Modern Library, 2003.
- CUNNINGHAM, Don. **Taiho-Jutsu**: Law and Order in the Age of the Samurai. Boston: Tuttle Publishing, 2004.
- MELTZER, Françoise. Sobre a questão da Aufhebung: Baudelaire, Bataille e Sartre. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, 75, outubro, 2006, p. 3-19.
- GASCHÉ, Rodolphe. The Heterological Almanac. In: BOLDT-IRONS, Leslie Anne (Org.). **On Bataille**: Critical Essays. Albany: State University of New York Press, 1995.
- HABU, Junko. **Ancient Jomon of Japan**. Cambridge: Cambridge University Press, 2004.
- HANAWA, Kazuichi; MARUO, Suehiro. **Bloody Ukiyo-e in 1866 e 1988**. Tokyo: Yubari Books, 2012.
- HARPHAM, Geoffrey Galt. **On the grotesque**: strategies of contradiction in art and literature. New Jersey: Princeton University Press, 2006.
- HANSEN, Maria Fabricius. **The Art of Transformation**: Grotesques in Sixteenth-Century Italy. Rome: Edizioni Quasar di Severino Tognon, 2018.
- JUNIPER, Andrew. **Wabi Sabi**: the Japanese art of impermanence. Tokyo: Tuttle Publishing, 2003.
- KAYSER, Wolfgang. **O grotesco**. Tradução de J. Guinsburg. São Paulo: Perspectiva, 1986.
- KOREN, Leonard. **Wabi-sabi: para artistas, designers, poetas e filósofos**. Tradução de Marília Garcia. Rio de Janeiro: Cobogó, 2019.

LIBERTSON, Joseph. Bataille and communication: savoir, non-savoir, glissement, rire. In: BOLDT-IRONS, Leslie Anne (Org.). **On Bataille: critical essays**. Albany: State University of New York, 1995.

PFLUGFELDER, Gregory M. **Cartographies of Desire**. Berkeley: University of California Press, 1999.

REICHERT, Jim. Deviance and Social Darwinism in Edogawa Ranpo's Erotic-Grotesque Thriller Koto no Ōn. **Journal of Japanese Studies**, v. 27, n. 1, p. 113-141, 2001.

RICHIE, Donald. The occupied arts. In: SANDLER, Mark (ed.). **The confusion era: art and culture of Japan during the Allied Occupation, 1945–1952**. Washington: Arthur M. Sackler Gallery, Smithsonian Institution; Seattle; London: University of Washington Press, 1997.

RUSSO, Christian. **Hojōjutsu: The Warrior's Art of the Rope**. Turin: Yoshin Ryu Editions, 2016.

SATŌ, Kazuhiko; BOUCHY, Anne. "Des gens étranges à l'allure insolite". Contestation et valeurs nouvelles dans le Japon médiéval. **Annales. Histoire, Sciences Sociales**. V. 50, n. 2, p. 307-340, 1995.

TAKEUCHI, Melinda. The art of the ephemeral. In: PROSER, Adriana. **The art of impermanence: Japanese works from the John C. Weber Collection and Mr. and Mrs. John D. Rockefeller 3rd Collection**. New York: Asia Society Museum, 2020.

TINSLEY, Elizabeth. The Composition of Decomposition: The Kusōzu Images of Matsui Fuyuko and Itō Seiu, and Buddhism in Erotic Grotesque Modernity. **Journal of Asian Humanities at Kyushu University**. 2, pp.15-45, 2017.

YAMAMOTO, Takato. **Allure of Pharmakon**. Tokyo: Editions Treville, 2004.

YAMAMOTO, Takato. **Altar of Narcissus**. Tokyo: Editions Treville, 2002.

YAMAMOTO, Takato. **Coffin of a Chimera**. Tokyo: Editions Treville, 2010a.

YAMAMOTO, Takato. **Divertiment for a Martyr**. Tokyo: Editions Treville, 2006.

YAMAMOTO, Takato. **Necrophantasmagoria**. Tokyo: Editions Treville, 2012.

YAMAMOTO, Takato. **Nosferatu**. Tokyo: Éditions Treville, 2018.

YAMAMOTO, Takato. **Phantom vision of peephole**. Tokyo: Geijutsu Shimbunsha, 2010b.

YAMAMOTO, Takato. **Rib of a Hermaphrodite**. Tokyo: Editions Treville, 2008.

YAMAMOTO, Takato. **Scarlet Maniera**. Tokyo: Editions Treville, 1998.

NOTAS

¹ Alexandre Rodrigues da Costa possui graduação em Letras pela Universidade Federal de Minas Gerais (1997), mestrado em Letras pela Universidade Federal de Minas Gerais (2001), com a dissertação "A construção do silêncio: um estudo da obra poética de Orides Fontela", e doutorado em Letras pela Universidade Federal de Minas Gerais (2005), com a tese "A transfiguração do olhar: um estudo das relações entre literatura e artes plásticas em Rainer Maria Rilke e Clarice Lispector". Em 2010 e 2011, desenvolveu pesquisa sobre as obras poéticas de Georges Bataille e Samuel Beckett como aluno de pós-doutorado junto ao Curso de Pós-Graduação em Estudos Literários da Faculdade de Letras da UFMG, financiado pela bolsa de pesquisa oferecida pela FAPEMIG. Organizou e traduziu Poemas de Georges Bataille (Editora UFMG, 2015) e Corpos labirínticos: textos de Hans Bellmer (Editora Gramma, 2019), financiado pela Demanda Universal FAPEMIG 2016. Atualmente, desenvolve pesquisas sobre o cinema experimental (found footage), séries de TV, animes e mangás, mais especificamente o *ero guro nansensu*, com projeto voltado para as obras de Shintaro Kago, Junji Ito, Takato Yamamoto e Toshio Saeki. Além do foco na cultura nipônica, ele mantém pesquisas sobre a artista alemã Sibylle Ruppert. É Professor de Educação Superior da Escola Guignard (Universidade do Estado de Minas Gerais) e do Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Artes (Universidade do Estado de Minas Gerais). E-mail para contato: alexandre.costa@uemg.br. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6346-701X>.

² Neste artigo, ao contrário do sistema japonês de grafar primeiro o sobrenome e depois o nome, optamos por seguir o padrão ocidental, grafando o nome e depois o sobrenome.

³ De acordo com Edogawa Ranpo (1894–1965): "Antes da guerra, a expressão erótico-grotesco estava na moda, e meus romances foram pensados para resumir essa tendência" (Ranpo apud Reichert, 2001, p. 114).

⁴ Em seu artigo "The Composition of Decomposition: The Kusōzu Images of Matsui Fuyuko and Itō Sei, and Buddhism in Erotic Grotesque Modernity", Elizabeth Tinsley chama a atenção para como, na cultura budista, o "kusōzu" 九相[想]図 (Imagens dos Nove Estágios de um cadáver em decomposição), ao se conectar com o erótico, está presente nas obras de Sei Itō (1882-1961) e Fuyuko Matsui (1974-), a partir de um olhar voltado para o corpo como algo cujos limites se desvanecem diante da morte (Tinsley, p.15-45, 2017).

⁵ Como exemplo, podemos citar a releitura dessa obra realizada por Kazuichi Hanawa (1947-) e Suehiro Maruo (1956-) em *Bloody Ukiyo-e in 1866 e 1988* publicado pela Yubari Books, em 2012.

⁶ *Kinbaku* (緊縛), que significa literalmente "amarração apertada" em japonês, é uma prática artística e erótica de amarração com cordas.

⁷ O estilo *Ukiyo-e Pop* é uma mescla de elementos das gravuras japonesas *ukiyo-e* com os da cultura pop moderna. *Ukiyo-e*, cujo significado é "imagens do mundo flutuante", era uma forma de gravura em madeira japonesa popular do século XVII ao XIX, conhecida por suas representações coloridas e detalhadas da vida cotidiana, teatro *kabuki*, paisagens e figuras lendárias. O estilo *Ukiyo-e Pop* surge ao mesclar elementos da cultura pop moderna, como personagens icônicos de animes e mangás, com a estética *ukiyo-e*. O estilo se destaca por suas cores fortes e vibrantes e abordagem de temas modernos como a tecnologia, o consumo, a moda e a cultura urbana. Como exemplo de artistas que trabalham com o *Ukiyo-e Pop*, podemos citar Hajime Sorayama (1947-), Takashi Murakami (1962-) e Yoshitaka Amano (1952-).

⁸ Alguns estudiosos consideram que o *wabi-sabi* um derivado do princípio de impermanência estabelecido pelo budismo. De acordo com Andrew Juniper: "o termo *wabi-sabi* sugere condições como impermanência, humildade, assimetria e imperfeição. Esses princípios subjacentes são diametralmente opostos aos de suas contrapartes ocidentais, cujos valores estão enraizados em uma visão de mundo helênica que valoriza a permanência, grandeza, simetria e perfeição" (Juniper, 2003, p. 2).

⁹ "A palavra *wabi* vem do verbo *wabu*, que significa definhar, e do adjetivo *wabishii*, que era usado para descrever sentimentos de solidão, desamparo e miséria. No entanto, essas conotações muito negativas foram usadas de maneira muito mais positiva pelos literatos dos

períodos Kamakura e Muromachi para expressar uma vida que foi liberada do mundo material. Uma vida de pobreza era o ideal zen para um monge que buscava a verdade última da realidade, e assim dessas imagens negativas surgiu o ideal poético de um homem que transcendeu a necessidade de confortos do mundo físico e conseguiu encontrar paz e harmonia na vida mais simples" (Juniper, 2003, p. 49).

¹⁰ O *basara* representa uma estética de extravagância, ostentação e rebeldia contra as normas estabelecidas. O *basara* emergiu no período Kamakura-Muromachi (1185-1573) como uma forma de expressão que desafiava a rigidez da sociedade samurai, celebrando a exuberância, a teatralidade e a transgressão. *Basara* é, portanto, uma afirmação de individualidade e um rompimento com as convenções tradicionais.

¹¹ O primeiro contato dos japoneses com a obra de Hans Bellmer ocorreu por meio da Exposição Surrealista, realizada em Tóquio, em 1937. Nesse mesmo ano, a revista japonesa *Mizue* publicou fotos da segunda boneca de Bellmer. Na década de 1960, artistas como Simon Yotsuya (1944-) e Nori Doi (1955-), sob a influência de Hans Bellmer, começaram a produzir bonecas que rompiam com a tradição japonesa de se fazê-las.

¹² Como os títulos dos livros e das obras de Takato Yamamoto estão em japonês e inglês, preferimos grafá-los neste idioma, sendo que o primeiro aparecimento deles, em nosso texto, terá a tradução para o português entre parênteses.

¹³ A junta universal, também conhecida como acoplamento de Cardan (ou *cardan joint*, em inglês), é um tipo de conexão mecânica que permite o movimento rotativo entre duas peças. Ela é caracterizada por um elemento esférico que se encaixa em uma cavidade correspondente, permitindo a rotação em torno de um eixo variável. Foi inventada pelo matemático e engenheiro renascentista Gerolamo Cardano (1501–1576), e é usada até hoje em diversas máquinas e veículos.

¹⁴ O shibari (縛り) é uma prática japonesa de amarração com cordas cujo sentido original está ligado ao ato de atar, prender ou restringir. Diferente do kinbaku, que se refere de modo mais específico à vertente erótica e performativa dessas técnicas, o shibari funciona como um termo guarda-chuva, mais genérico e socialmente neutro.

¹⁵ Em *Rib of a Hermaphrodite* (*Costela de um hermafrodita*), o número de pinturas com personagens amarrados pela técnica do kinbaku são treze.

¹⁶ Tão exuberante quanto as emendas douradas do *kintasugi*, quando peças de cerâmica quebradas, ao serem coladas, têm suas "cicatrizes" celebradas com ouro, prata ou cobre, mas as quais também apontam para efemeridade da existência.

¹⁷ No período das guerras civis do século XIV no Japão, em especial os conflitos da crise final do xogunato de Kamakura, que culminaram nas Guerras Genkō (1331–1333), e, posteriormente, na Guerra Nanboku-chō (1336–1392), marcada pela coexistência das Cortes do Norte e do Sul, de acordo com Kazuhiko Satō: "O *basara* é, portanto, considerado um fato de extravagância, isto é, um luxo fora do comum que deve ser severamente proibido. As roupas chamativas e os armamentos ornamentados foram sancionados como loucura (*monoguroi*). É preciso lembrar aqui a maneira como o regime shogunal de Kamakura reprimiu outrora os bandidos que portavam armas brilhantes, tratando-os como pessoas de aparência estranha e incomum" (Satō; Bouchy, 1995, p. 330).

¹⁸ De acordo com Maria Fabricius Hansen: "o termo 'grotesco' (italiano: *grottesche*) foi cunhado no final do século XV como uma designação para as pinturas murais encontradas em edifícios antigos em ruínas em estilo de gruta e especialmente como uma designação para restos decorativos contemporâneos a *Domus Aurea*, em Roma, o palácio imperial de Nero (54-68 DC), explorado a partir de 1480. Isso coincidiu com o crescente fascínio pela pintura ornamental, que se desenvolveu em várias práticas ao longo do século XVI". (HANSEN, 2018, p. 150).

¹⁹ O padrão observado evoca a ornamentação mouresca, caracterizada por Wolfgang Kayser como "uma decoração sutil, geralmente plana (portanto, desprovida de perspectiva), sobre um fundo uniforme (quase sempre preto ou branco), que utiliza como motivos, exclusivamente, folhas estilizadas e volutas" (kayser, 1986, p. 20). A proximidade com o arabesco e a fusão com o grotesco, como aponta Kayser, tornam a distinção entre esses estilos difusa, pois "a história da arte observa, entretanto, que na prática do período entre os séculos XVI e XVIII, ocorrem frequentes combinações e que na terminologia da época tais denominações são frequentemente aplicadas sem distinção aparente" (kayser, 1986, p. 22).

²⁰ Em seu livro *Phantom vision of peephole*, Takato Yamamoto comenta como se deu o contato com o decadentismo: “Eu sentia prazer em desenhar nesta fase, inspirado pelos esboços de Leonardo da Vinci. Gradualmente, percebi que os desenhos de Leonardo não eram apenas representações, mas também refletiam uma consciência estética peculiar e sombria. Havia um certo grotesco, uma morbidez sutil que exalava um odor de morte, uma dualidade entre beleza e feiura que emitia uma aura poderosa. Isso também me atraiu para a arte estética simbolista e decadente do final do século XIX, incluindo artistas como Klimt, Beardsley, Morisot, Redon e outros. Aqui, temas como dandismo, pessimismo, ocultismo, a fé na morte como estado de recepção, decadência, criação sexual e homossexualidade, incluindo o mito do vampiro, tornaram-se importantes” (Yamamoto, 2010b, p. 24).

²¹ Segundo Maria Fabricius Hansen: “Além de suas combinações de dois ou mais elementos bem definidos, os grotescos também são metamórficos, com fronteiras borradas entre um motivo e outro. Figuras e máscaras surgem entre folhas e vinhas, e elementos arquitetônicos e outros elementos decorativos evoluem de forma arbitrária, por exemplo, transformando-se em corpos humanos ou animais. Esse cultivo da transição entre formas resulta em ambiguidade visual. A desconstrução visual dos limites da superfície pintada, bidimensional, envolve uma interação com o espaço ao redor e afeta o observador” (Hansen, 2018, p. 22).

²² Embora Takato Yamamoto se refira a *Aparição* como uma série de Odilon Redon, trata-se, na verdade, não de um conjunto fechado de obras, mas de um título recorrente, reutilizado pelo artista ao longo de quase quatro décadas.

²³ A entropia, conceito central na termodinâmica, descreve a tendência natural dos sistemas a evoluírem para estados de maior desordem e menor energia disponível. Da mesma forma, o corpo humano, ao longo do tempo, passa por um processo contínuo de degradação e perda de estrutura, movendo-se inexoravelmente em direção ao caos e à desintegração. Assim, enquanto a entropia e o gasto, na obra de Georges Bataille, compartilham o tema da desordem, eles diferem fundamentalmente na maneira como essa desordem é alcançada e gerida. A entropia é um processo passivo e irreversível de aumento de desordem, enquanto o gasto é um processo ativo e dinâmico de regulação pelo excesso. Portanto, apesar de ambos os conceitos indicarem uma falha em alcançar um equilíbrio final bem-sucedido, o modo como isso ocorre é substancialmente diferente.

Recebido em 06/10/2025 e aprovado em 09/11/2025

WASABURO OTAKE: UMA TRAJETÓRIA A SERVIÇO DA RELAÇÃO ENTRE BRASIL E JAPÃO

Kelly Yshida¹

Resumo: Wasaburo Otake (1872-1944) nasceu no Japão e veio ao Brasil a bordo do cruzador *Almirante Barroso*, em 1889, acompanhando a circum-navegação comandada por Custódio de Mello. Ao chegar na nascente república brasileira continuou seus estudos e aprendeu português. Retornou ao Japão após a Revolta da Armada (1891-1894) e a eclosão da Guerra Sino-Japonesa (1894-1895). Posteriormente, Otake atuou na representação brasileira no Japão e elaborou dicionários bilingues de ampla circulação, tornando-se personagem de notória relevância na relação entre os dois países. Este artigo visa apresentar fontes sobre Wasaburo Otake, especialmente relacionadas ao legado entre diplomatas e intelectuais contemporâneos, a fim de contribuir com os estudos sobre sua trajetória.

Palavras-chave: Wasaburo Otake. Relação entre Brasil e Japão. Diplomacia. Imigração japonesa.

WASABURO OTAKE: A JOURNEY IN SERVICE OF THE RELATIONSHIP BETWEEN BRAZIL AND JAPAN

Abstract: Wasaburo Otake (1872-1944) was born in Japan and came to Brazil aboard the Brazilian cruiser *Almirante Barroso* in 1889, joining the circumnavigation commanded by Custódio de Mello. Upon arriving in the Brazilian Republic, he learned Portuguese and continued his studies. He returned to Japan following the Brazilian Navy Revolt (1891-1894) and the outbreak of the Sino-Japanese War (1894-1895). Otake worked in Brazilian representations in Japan and produced relevant bilingual dictionaries, becoming a prominent figure in the relationship between the two countries. This article aims to introduce documents about Wasaburo Otake and his legacy among contemporary diplomats and intellectuals, in order to contribute to the study of his career.

Keywords: Wasaburo Otake. Brazil-Japan relations. Diplomacy. Japanese immigration.

Na segunda metade do século XIX, o Japão se abria ao exterior e instigava a curiosidade de estrangeiros(as). Após um longo período de isolamento, o país iniciou uma fase de restauração, dedicando-se ao estabelecimento de um estado-nação moderno.² Nesse processo, investiu em

estratégias de adequação das instituições ao cenário internacional. Para isso, eram necessários agentes capazes de atuar nas novas relações, fossem comerciais, culturais ou diplomáticas e, nessa conjuntura, era crescente o interesse por outros países.

O nome de Wasaburo Otake é recorrente em documentações desse contexto e em estudos acadêmicos sobre as aproximações entre Brasil e Japão no início do século XX, tornando-se reconhecida a importância de suas produções e trajetória nos primeiros anos das relações oficiais entre os dois países. Essa perspectiva é reforçada por seus contemporâneos, uma vez que muito das informações que acessamos sobre sua vida são de narrativas mediadas por terceiros.

Neste artigo, temos como objetivo apresentar fontes a fim de contribuir nos estudos sobre o legado de Otake, o que justifica as longas citações. Esses documentos foram produzidos pela imprensa e por colegas de trabalho e destacam a diversidade de funções assumidas e a relevância das suas habilidades para o estabelecimento da representação brasileira no Japão.³

1. UM PERFIL PARA (THOMAS) WASABURO OTAKE

Wasaburo Otake nasceu em 1872⁴, início da Era Meiji (1868-1912), e faleceu em 1944. Quando jovem, Otake vivia em Yokohama, estudava inglês e mantinha contato com estrangeiros(as) que chegavam ao porto, servindo como intérprete (Mack, 2010, p. 48). Foi assim que, em 1889, conheceu a tripulação brasileira que fazia a volta ao mundo a bordo do cruzador Almirante Barroso, comandado por Custódio de Mello, na qual estava o príncipe D. Augusto Leopoldo, neto de D. Pedro II.

Segundo o pesquisador Edward Mack (2010, p. 48, tradução livre):

O príncipe, que era contemporâneo de Otake, simpatizou com o intérprete e sugeriu que retornasse ao Brasil com eles. Otake tomou sua extraordinária decisão de partir e, em 4 de agosto de 1889, deixou o Japão a bordo do navio.

O episódio foi marcante na trajetória do jovem japonês, não somente pelo encontro com D. Augusto, mas pelo contato com o Almirante Custódio de Mello, figura proeminente da Marinha, e pela proximidade com as instituições políticas, que contribuíram para sua atuação junto ao governo brasileiro. Da viagem, ficaram ainda amizades com outros tripulantes, como Theophilo Nolasco de Almeida (Konder, 1933, p. 5) e Antônio Júlio de Oliveira Sampaio (Sampaio, 1935).

No Brasil, passou a ser conhecido por Thomas Wasaburo Otake, embora em suas obras assinasse somente o nome e o sobrenome em japonês. De acordo com o pesquisador Masato Ninomiya (2015, p. 55), Thomas era parte de “seu nome de registro como brasileiro”. Thomas Wasaburo Otake aparece também em jornais da época, como nas listas de registros em instituições e avaliações das quais participou e que nos permitem acompanhar parte de sua formação profissional.

Em 1891 foi apresentado como “paisano” apto para matrícula na sede do Rio de Janeiro da Escola do Exército (O Brasil, 1891, p. 2). No mesmo ano, figurou na lista dos que estavam plenamente aprovados no exame final de aritmética do Liceu Literário Português, no Rio de Janeiro (Jornal do Commercio, 1891, p. 5). Desse período, consta ainda a aprovação em álgebra e geometria no Liceu do Arsenal da Marinha (Diário de Notícias, 1893, p. 1). Em 1893 recebeu a habilitação como maquinista de quarta classe de barcos a vapor do comércio, concedida no Arsenal da Marinha, com diploma assinado pelo ministro Custódio de Mello.

Para fins de exemplo, podemos observar o Decreto nº 2.208 de 1895, que trata do regulamento das Escolas de Maquinistas Navais.⁵ Nele, consta a formação dividida em curso preparatório e profissional; além da habilitação em português, aritmética, noções de geografia e história do Brasil. No decreto também era pontuada a necessidade da cidadania brasileira, situação possível por Otake estar a bordo do Almirante Barroso em 15 de novembro de 1889, data da proclamação da República (cf. Ninomiya, 2015, p. 66).

No final do século XIX, Otake havia retornado ao Japão.⁶ Em 1897, passou a integrar a legação brasileira inicialmente dirigida por Henrique Lisboa. Anos

depois, em 1938, Otake esteve entre “Arquivistas, datilógrafos e intérpretes das missões diplomáticas” do serviço brasileiro em Tóquio (Brasil, 1939). Ele trabalhou em diferentes composições da mesma, até 1942, momento em que as relações políticas entre Brasil e Japão foram afetadas pela Segunda Guerra Mundial (Brasil, 2012, p. XIX).

Cabe destacar que Otake não foi o primeiro japonês em terras brasileiras. Houve antecessores, como os naufragos do *Wakamiya Maru*, que aportaram no país em 1803.⁷ Otake tampouco foi o primeiro intérprete de japonês-português – o contato entre Portugal e Japão remete ao século XVI –, mas suas publicações e esforços foram parte importante do início da relação formal entre Brasil e Japão e do trânsito de imigrantes.⁸ Nesse sentido, suas obras foram reconhecidas como “monumentais e utilizadas por todos quantos se iniciaram na aprendizagem da língua portuguesa do Brasil” (Ninomiya, 1996, p. 247); portanto, “de crucial importância para os japoneses imigrados” (Perez, 2008, p. 219).

Em consonância com as funções profissionais e pela falta de materiais atualizados que dessem subsídio para o crescente contato entre os países, Wasaburo Otake publicou três dicionários: *Dicionário Português-Japonês* (1918), *Dicionário Japonês-Português* (1925) e *Novo Dicionário Português-Japonês* (1937).⁹ Séculos antes, traduções do japonês para o português haviam sido editadas em decorrência da relação com Portugal, com destaque para o *Vocabulario da Lingoa de Japam*, de 1603, resultante das atividades jesuíticas no Japão (cf. Perez, 2008, p. 218). A primazia de Otake foi em relação à tradução entre japonês e português brasileiro.

Moreira Guimarães, autor de *No Extremo Oriente* (1908), recebeu de Eugênio de Castro exemplares do *Dicionário Português-Japonês* (1918) e do *Dicionário Japonês-Português* (1925). A partir deles, escreveu o artigo *Um livro de Tóquio*, em 1927. Guimarães apresentava o intérprete de forma elogiosa, como alguém que prestava bons serviços à embaixada havia mais de trinta anos, destacava a originalidade do dicionário e demonstrava interesse pela língua japonesa (*nihon-go*):

Do gênero é o primeiro dicionário que aparece à luz pública. Não havia, nem aqui no Brasil, nem lá em Portugal, nenhum *Dicionário Japonês-Português*. Mas a razão é clara e está em que não existe senão um Otake, deveras apaixonado a um tempo com as belezas da língua de Gonçalves Dias e com a música interessante da língua, ainda mais interessante, de Motoori.

Acredito que todo o mundo conhece o *Nouveau Dictionnaire Japonais Français*, de Matrée e Ueda, bem como o *Petit Dictionnaire Français Japonais*, de Raguet e o *Petit Dictionnaire Japonais Français*, de Lemarchal.

Posso assegurar, porém, que nem um desses dicionários têm a significação da obra de Otake, a qual obra se torna efetivamente indispensável a brasileiros, japoneses e portugueses, uma vez que desejem portugueses, japoneses e brasileiros conhecer os dois idiomas, tão diferentes um do outro sob mais de um aspecto e sobretudo na construção da frase. Além disso, naturalmente aí se impõe a superioridade desse bom dicionário, não só debaixo do ponto de vista da estrutura dele, sólida e magnífica, senão também sob a riqueza vocabular.

Como estou contente a folhear de novo, esse livro que me veio de Tóquio!

O serviço que acaba de prestar aos japoneses no Brasil o incansável estudioso de filologia, o talentoso intérprete da Embaixada Brasileira no Japão é efetivamente notável. O serviço, porém, não é tão só aos japoneses; Otake vem preencher lacunas que eu sentia em me esforçando por não ignorar a *Nihon-go*, tão musical e curiosa, lacunas que, aliás, todos os brasileiros verificamos em querendo cada um de nós penetrar os mistérios da língua japonesa, a *Nihon-go*, flexível e de extraordinária regularidade gramatical. E mais. O notável serviço vai Otake prestá-lo, nem só a brasileiros e japoneses, também a criaturas de outras regiões.

[...]

Há de assinalar, na história das línguas, apreciável e apreciado momento o *Dicionário*, de Otake; esse dicionário é de todo o ponto importantíssimo.

Receba o meu bom amigo Otake, ilustre japonês-brasileiro – mais brasileiro que japonês pelo tempo em que serve ao Brasil – receba, por esse *Dicionário Japonês-Português*, os meus aplausos, tanto calorosos, quanto sinceros (Guimarães, 1927, p. 130-131).

A obra foi abordada com entusiasmo nos jornais, sendo enfatizada sua contribuição para a aproximação entre os países em diversas esferas. Foi o caso das “impressões de leitura” publicadas em 1926, n’*O Paiz*, que a apresentou como um “instrumento capaz de facilitar as relações intelectuais,

sociais e de interesse comercial entre os dois povos" (R. C., 1926, p. 4). O esforço de Otake chamava atenção, pois as obras eram elaboradas enquanto trabalhava para o governo brasileiro. Além de intérprete, assumia outras funções, como de representante do Brasil no casamento do príncipe Hirohito, conforme foi noticiado na mesma coluna.

Em 1927, na *Revista da Semana* do Rio de Janeiro, fotos da capa do dicionário, da parte interna e do autor em trajes ocidentais ilustravam o texto que, além dos elogios recorrentes, abordava a necessidade de valorização de Otake, reivindicação que seria retomada com maior ênfase na década seguinte:

Deve-lhe a Nação Brasileira um prêmio capaz de, hoje e ao futuro, atenuar as agruras de uma velhice cansada e paupérrima.

O labor de tantos anos não se deve pagar com o esquecimento ou a ingratidão. Porque vale este livro pelo mais eloquente dos embaixadores: se não como professor de cordialidade, pelo menos como aqueles "mestres mudos" que, no dizer de Vieira, "ensinam sem fastio" (Castro, 1927, p. 29).

Figura 1 – Matéria publicada na Revista da Semana em 19/02/1927.



Fonte: Castro, 1927, p. 29.

As aparições de Wasaburo Otake na imprensa brasileira eram esporádicas na década de 1920. O *Brasil Revista* publicou o artigo *Banquete Japonês*, que havia sido escrito em Tóquio por Manoel Pio Correa, em 1912. A celebração realizada pela empresa de imigração *Toyo Imin Kaisha* foi apresentada ao longo de mais de duas páginas. Diante da descrição do evento, Correa se dedicou ao que considerou excêntrico, como o transporte com os riquixás, as paredes de papel, as porcelanas, o tatame, as artistas.

Havia também uma fotografia de participantes da celebração em estilo japonês empunhando bandeiras do Brasil e do Japão, incluindo a do Sol Nascente, acompanhados por gueixas. Na legenda, Otake constava como funcionário da Legação do Brasil e autor do primeiro dicionário japonês-português (Figura 2).

Figura 2 – Fotografia reproduzida em *Brasil Revista*, 1926.



Fonte: Correa, 1926, p. 7.

Foi na década de 1930 que o reconhecimento do trabalho de Wasaburo Otake, então sexagenário, passou a ocupar o espaço público com maior recorrência. Seus contemporâneos demonstravam admiração, reiteravam sua importância, reivindicavam a valorização – também financeira – e, não menos, construíam uma memória sobre o “velho Otake”.

2. O “VELHO OTAKE” VISTO POR CONTEMPORÂNEOS

Na década de 1930, os artigos escritos por colegas eram majoritariamente baseados em relatos de Wasaburo Otake. O longo período de serviços para o Brasil fez dele uma figura relevante na representação diplomática onde, além de ser oficialmente intérprete, parece ter se tornado um guia fundamental para a adaptação e atuação de brasileiros(as) em uma cultura e com uma língua tão diferentes das de suas origens.

Antes de tratar propriamente dos seus dicionários, diversas narrativas enfatizaram a presença de Otake entre os(as) primeiros(as) japoneses(as) que vieram ao Brasil. Em 1933, o jornal *A Nação* apresentou um artigo sobre o início do intercâmbio nipo-brasileiro. Assinado pelo jornalista Alexandre Konder, o texto tratava de um encontro com Ryoji Noda (1875-1968) e da importância deste na propaganda do Brasil no Japão.¹⁰ Noda era funcionário do Ministério das Relações Exteriores do Japão e também publicou, entre outras obras, um dicionário japonês-português (Perez, 2008, p. 220).

Noda contou para Konder sobre os primeiros japoneses no Brasil: os naufragos do *Wakamiya Maru* que aportaram em 1803 a bordo de um navio russo e os aspirantes a oficiais da marinha japonesa que, em 1870, chegaram à Bahia acompanhando uma esquadra inglesa. Antes, porém, Konder destacou o passageiro japonês trazido pelo cruzador Almirante Barroso em 1889:

Os sobreviventes da viagem da belonave brasileira ainda se recordam perfeitamente de Wasaburo Otake e dele falam frequentemente com saudades. O ilustre Almirante Theophilo Nolasco de Almeida, que muito me honra com a sua amizade, é um dos que sempre me indagam notícias acerca do curioso ex-passageiro do “Barroso”. Otake ainda vive e há mais de trinta anos que vem sendo na Embaixada do Brasil, em Tóquio, um dedicado auxiliar (Konder, 1933, p. 5).

Em 1937, o diplomata José Jobim publicou um artigo sobre Otake no *Boletim de Ariel*, um dos mais completos que encontramos. Nele, Jobim reivindicava uma “aposentadoria” pelos serviços prestados. Intitulado *O velho Otake*, o texto descrevia desde a saída do Japão a partir do convite de D. Augusto:

— Por que você não vai ao Brasil comigo?

O jovem Wasaburo Otake não tinha bem noção onde ficava o Brasil. Mas aceitou a proposta. Sua família não era rica, mas possuía recursos que lhe permitiriam ir vivendo aqui pelo mesmo pelo Japão. Seu pai era um médico, mas médico *old style*; estudara com os holandeses que havia séculos negociavam em Nagasaki. E Otake partiu para o Brasil, como hóspede de Sua Alteza Imperial, a bordo do “Almirante Barroso”. Não havia nesse tempo Legação nem Consulados do Japão no Brasil. E nós também ainda não possuíamos aqui representantes do nosso Governo. Um oficial brasileiro contou ao rapazola que no Brasil trabalhava uma companhia de acrobatas japoneses. Se o plano de sua Alteza de o colocar, em chegando ao Brasil, na Escola de Maquinistas Navais, não desse certo, ele poderia ter a certeza de que ao menos um emprego de aprendiz de acrobata arranjaría (Jobim, 1937, p. 144).

A exposição feita aos leitores(as) era sobre o contexto político japonês, conforme apresentado no início deste artigo, e sobre os últimos momentos do império brasileiro. Ambos os países, por motivos distintos, passavam por mudanças políticas e sociais.

Sobre a viagem no Almirante Barroso e a demanda de saída de D. Augusto da circum-navegação brasileira, por conta da Proclamação da República¹¹, José Jobim narrou:

Despediu-se do rapazola japonês dizendo que não se preocupasse que em Marselha lhe resolveria o caso. E Wasaburo Otake continuou a viagem até Marselha. Ali Custodio de Mello recebeu uma carta do Príncipe pedindo lhe mandasse toda a bagagem para Paris. Nem uma palavra sobre o rapazola. Custodio de Mello, que adorava as aventuras, propôs-se levá-lo ao Brasil. E foi assim que entrou para a nossa Escola de Maquinistas Navais um japonês (Jobim, 1937, p. 144).

Jobim contou que Otake permaneceu na Escola de Maquinistas Navais, no Rio de Janeiro, por quatro anos, sendo um dos melhores alunos, até a Revolta da Armada, quando foi aconselhado por Custódio de Mello a sair do país. Entretanto,

fica no Brasil sem dinheiro e sem amigos. Emprega-se como caixeiro de um comerciante português. Fala e escreve muito bem o inglês. E já sabe o português. Depois vai ser praticante de piloto da marinha mercante. Percorre todo o Brasil. Sobe e desce o Guaíra, sobe e desce o Solimões (Jobim, 1937, p. 144).

Posteriormente, em 1895, foi assinado o Tratado de Amizade, Comércio e Navegação entre Brasil e Japão e, em 1897, instalou-se a legação brasileira em Tóquio. Otake foi indicado para trabalhar com o ministro Henrique Carlos Ribeiro Lisboa, que permaneceu no posto até 1899. A representação brasileira foi retomada em 1901, sob comando de Oliveira Lima, que considerou Otake indispensável e o readmitiu (Brasil, 2012, p. 276). A diferença entre as línguas e a capacidade quase rara à época tornavam o intérprete sobrecarregado, como demonstrava Lima em ofício de 1902:

Traduzir toda a legislação é tarefa por certo acima das forças de um intérprete. Se alguma lei, porém, mais de perto interessar um ministério, peço-vos o favor de indicá-la, pois a mandarei traduzir pelo sr. Otake, o qual se acha justamente ocupado neste momento em verter para português algumas leis e regulamentos sobre viação que me foram pedidos pelo governo do estado de S. Paulo (Brasil, 2012, p. 352).

Portanto, era atuante quando foi debatida a vinda de trabalhadores asiáticos e a representação diplomática brasileira no Japão avaliou a viabilidade dessa ideia, anteriormente à imigração japonesa (cf. Takeuchi, 2008; Brasil, 2012; Yshida, 2020). Fora do âmbito oficial, Oliveira Lima tratava Otake por “velho amigo”, tendo escrito para o *Correio da Manhã* elogiando seus dicionários e reforçando o exaustivo trabalho do intérprete na embaixada. Considerando que o trabalho de Otake deveria ser mais valorizado, teceu críticas ao governo brasileiro:

O Brasil tem tido a felicidade de contar com servidores distintos nessa classe de funcionários estrangeiros, raramente tratados com justiça e bondade pelos seus superiores diretos ou pelo governo distante. Enquanto podem trabalhar, são os burros de carga da repartição: quando já não podem, alquebrados pela velhice ou pelas enfermidades, são atirados para o lado como inutilidades. Estas inutilidades foram, porém, verdadeiras utilidades, com muito zelo e muita dedicação ao seu ativo em alguns casos. [...] Otake é desta espécie: há mais de 30 anos que com a gravidade e a impassibilidade de sua raça cumpre as ordens dos representantes diplomáticos do Brasil no Japão, e que alguns destes não devem ser muito cômodos de aturar (Lima, 1926, p. 4).

Wasaburo Otake permaneceu em outras formações da representação brasileira no Japão. Jobim, assim como Oliveira Lima, enfatizou: “Há trinta e oito anos – trinta e oito anos, repito! – que trabalha como intérprete. Viu passarem por aqui oito diferentes ministros e seis diferentes embaixadores” (Jobim, 1937, p. 144). E salientou sua importância:

Passou a vida trabalhando com o Brasil e para o Brasil. Um intérprete numa representação no Extremo Oriente é alguma coisa mais do que um intérprete. Sem ele não há Embaixada, ou Legação ou Consulado que possa funcionar. O estrangeiro, a despeito de estupenda propagação do inglês entre os japoneses, ainda é aqui e o será ainda por muito tempo, cego, surdo e mudo. Não pode falar a língua, não pode escrevê-la, não pode lê-la. O intérprete é obrigado a fazer tudo, a saber tudo. Precisa saber repreender os criados, precisa conhecer o melhor camiseiro, precisa conhecer as minudencias do protocolo complicado, precisa saber traduzir os discursos. O velho Otake há trinta e oito anos que faz tudo isso (Jobim, 1937, p. 144).

Jobim concluiu o texto com a demanda que deveria ser resolvida pelo governo – a questão da aposentadoria:

Hoje o velho Otake está aposentado na Chancelaria. Mas continua a trabalhar. Para que ele descanse realmente bastará o Sr. José Carlos de Macedo Soares baixar um memorando regularizando sua situação na Contadoria do Itamaraty, situação que era regular quando veio a revolução de 1930 e o Sr. Afrânio de Mello Franco demitiu todos os funcionários contratados. Não tenho dúvidas de que o Sr. José Carlos de Macedo Soares fará o necessário para que o velho Otake, que poderia ser hoje Almirante no Brasil, possa viver o resto de seus dias tranquilo quanto ao seu futuro (Jobim, 1937, p. 145).

Não encontramos respostas do governo brasileiro sobre as reivindicações dos companheiros em relação a um pagamento pelo tempo de serviço do funcionário japonês. Contudo, a mobilização em torno da valorização do trabalho de Wasaburo Otake nos dá indícios da participação ímpar na estruturação e na manutenção da relação entre Brasil e Japão.

Em 1937, quando o texto de Jobim foi publicado, Otake estava prestes a lançar o terceiro dicionário, assumindo os custos da edição.

E lembre-se de que o seu último dicionário o velho Otake o faz nas horas de folga da Chancelaria. Levanta-se às 5 horas e

agarra-se ao dicionário. Recusa toda a espécie de convites para jantares. Aproveita as noites para trabalhar. Isso há dez anos. É pobre e já gastou 10.000 yen, cinquenta contos de réis, nessa obra. O Ministro do Exterior do Japão, como o Itamaraty, não lhe deu um centavo de auxílio. Não o pediu, aliás, nem o pedirá. Está isso no seu feito de homem sério, ríspido, incapaz de uma mentira, e de uma modéstia que comove (Jobim, 1937, p. 145).

O jornal carioca *Correio da Manhã* apresentou a edição no artigo *Trabalho paciente do intérprete da embaixada brasileira*, sob assinatura do correspondente internacional James A. Mills, da *Associated Press*, que circulou em outros periódicos da época.¹²

Trabalhando incessantemente durante nove anos, Wasaburo Otake, de sessenta e quatro anos de idade, intérprete oficial da embaixada brasileira em Tóquio, acabou finalmente a compilação de um volumoso dicionário português-japonês contendo 100.000 palavras portuguesas.

[...]

Seu sentimento de solidariedade para com os duzentos mil japoneses que se acham estabelecidos presentemente em terras brasileiras, e que sofrem os inconvenientes de não possuir um dicionário português-japonês, levou o sr. Otake a compilar um volumoso dicionário (Mills, 1937a, p. 6).

O esforço de Otake em relação ao Brasil era de conhecimento internacional, e sua experiência com a língua portuguesa o fez professor no Japão. Em *Reminiscências do Japão* (1939), Keisa Aida, que trabalhava para o governo japonês, citou Otake quando escreveu sobre a história da língua portuguesa no país. Aida narrou os contatos quinhentistas, a proibição do cristianismo e o consequente distanciamento. Explicava que, após a retomada desta aproximação, foi impulsionada a criação da Escola de Línguas Estrangeiras de Tóquio, no início do século XX, considerada relevante para o comércio e o intercâmbio intelectual (Aida, 1939, p. 189).

Doze idiomas eram ensinados na escola de línguas, em curso superior de quatro anos. Com o aumento do fluxo imigratório para o Brasil, foi aberto um curso noturno de português de dois anos e, em 1919, criado o curso regular. Ryoji Noda e Wasaburo Otake figuravam entre os professores (Aida, 1939, p. 196).

No *Novo Dicionário Português-Japonês* (1937) o embaixador Pedro Leão Veloso escreveu uma elogiosa apresentação:

Embarcando para o Brasil em 1889, espontaneamente e sem outro motivo senão a curiosidade de conhecer um país distante que falava à sua imaginação, o Sr. Otake foi o precursor, de fato, da corrente que, vinte anos depois, ia contribuir para o estabelecimento em nossa terra dos melhores agentes da amizade criada entre as duas nações. Refiro-me aos imigrantes japoneses (Veloso, 1937).

Otake foi definido como um articulador relevante da aproximação entre os países, com uma “vida inteira consagrada ao serviço do Brasil, no interesse de suas relações com o Japão” (Veloso, 1937). A trajetória do intérprete é significativa do momento vivido pelo Japão no final do século XIX, do interesse pelo exterior e do estabelecimento de novas relações, incluindo com o Brasil. Portanto, em decorrência da conjuntura dos dois países, as experiências de Otake o tornaram uma figura com habilidades importantes para as relações bilaterais.

Quando faleceu, em 1944, Wasaburo Otake tinha deixado um importante legado. Estando no Japão há muitos anos, a memória que se formava sobre ele no Brasil era mediada por contemporâneos, que se dedicaram a replicar e reiterar seus esforços, mesmo sem o destaque por parte do estado que consideravam que lhe era merecido. De todo modo, o “velho Otake” era autor de importantes dicionários, mas sua atuação foi além: ele representava a continuidade para brasileiros(as) que serviram o governo no país asiático, atuante na relação entre Brasil e Japão por quase meio século.

FONTES

AIDA, Keisa. **Reminiscências do Japão**. Rio de Janeiro: Irmãos Pongetti, 1939.

BRASIL. **Decreto nº 1.324**, de 5 de fevereiro de 1854. Manda observar o Regulamento para o exame dos Machinistas e vistoria das Barcas de Vapor. Rio de Janeiro, 1854. Disponível em: <<https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1824-1899/decreto-1324-5-fevereiro-1854-589041-norma-pe.html>>. Acessado em 01 out. 2025.

BRASIL. **Decreto nº 2.208**, de 30 de dezembro de 1895. Reorganiza as Escolas de Machinistas Navaes da Republica dos Estados Unidos do Brazil. Rio de Janeiro, 1895. Disponível em: Disponível em: <<https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1824-1899/decreto-2208-30-dezembro-1895-504211-norma-pe.html>>. Acessado em 01 out. 2025.

BRASIL. Ministério das Relações Exteriores. **Almanaque do pessoal – 1938**. Rio de Janeiro: Villas Boas & C., 1939.

BRASIL. Ministério das Relações Exteriores. **Cadernos do Centro de História e Documentação Diplomática**. Ano 11, n. 20. Rio de Janeiro/Brasília: Centro de Documentação Diplomática/Fundação Alexandre de Gusmão, 2012.

CASTRO, Eugênio de. O primeiro dicionário japonês-portuguez. **Revista da Semana**. 19 de fevereiro de 1927, ano XXVIII, nº 9, p. 29.

CORREA, Manoel Pio. Banquete Japonês. **Brasil Revista**, maio de 1926, ano I, nº11, p. 7.

DIARIO DE NOTICIAS. 09 de janeiro de 1893, ano X, nº 2.736, p. 1.

GUIMARAES, Moreira. Um livro de Tóquio. **Brasiliana**, vol.10, abril de 1927, p. 129-131.

HANDA, Tomoo. **O imigrante japonês**. História de sua vida no Brasil. São Paulo: T. A. Queiroz, 1987.

JOBIM, José. O Velho Otake. **Boletim de Ariel**, ano VI, n. 5, fevereiro de 1937, p.144-145.

JORNAL DO COMMERCIO. Rio de Janeiro, 26 e 27 de dezembro de 1891, nº 359, p. 5.

KONDER, Alexandre. Uma aventura deveras sensacional. **A Nação**. Rio de Janeiro, 21 de setembro de 1933, p. 5-6.

LIMA, Oliveira. No Japão. **Correio da Manhã**. 30 de abril de 1926, ano XXV, nº 9.591, p. 4.

MELLO, José Custódio de. **Vinte e um mezes ao redor do planeta**: Descrição da viagem de circum-navegação do Cruzador "Almirante Barroso". Rio de Janeiro: Cunha & Irmão Editores, 1896.

MILLS, James A. Trabalho paciente do interprete da embaixada brasileira. **Correio da Manhã**. 30 de julho de 1937a, ano XXXVII, nº 13.104, p. 6.

MILLS, James A. Nove annos de trabalho incessante. **A Noite**, 30 de julho de 1937b, ano XXVI, nº 9.147, p. 1.

O BRASIL. 12 de fevereiro de 1891, ano II, nº 256, p. 2.

R. C. Impressões de leitura. **O Paiz**. 20 de maio de 1926, ano XLII, nº 15.187, p. 4.

SAMPAIO, Antônio Júlio de Oliveira. **[Correspondência]**. Destinatário: Wasaburo Otake. Rio de Janeiro, 5 jan. 1935. Disponível na exposição do Museu Histórico da Imigração Japonesa no Brasil, em São Paulo.

VELOSO, Pedro Leão. Prefácio. In: OTAKE, Wasaburo. **Novo Diccionario Portuguez-Japonez**. Tokyo: 大日本印刷株式会社, 1937.

REFERÊNCIAS

GAUDIOSO, Tomoko Kimura. A presença dos primeiros japoneses no Brasil. **Cadernos do Programa de Pós-Graduação em Direito**. Porto Alegre, 2003. p. 9-18.

MACK, Edward. Otake Wasaburo's Dictionaries and the Japanese "Colonization" of Brazil. **Dictionaries: Journal of the Dictionary Society of North America**, 2010. p. 46- 68.

NINOMIYA, Masato. O centenário do Tratado de Amizade, Comércio e Navegação entre Brasil e Japão. In: **Revista USP**, São Paulo, mar. 1996, n. 28, p. 245-50.

NINOMIYA, Masato. Na história dos 120 anos do Tratado de Amizade Brasil-Japão, a presença de Thomas Wasaburo Otake, autor do dicionário Japonês-Português. In: **Relatório do Encontro de Colaboradores Regionais do CIATE – 2015 e Simpósio Internacional**. "Brasil e Japão: Convivência Multicultural Emergente Através de 120 Anos de Relações Diplomáticas e 30 Anos de Fenômeno Decasségui" São Paulo, 2015. p. 52-71.

PEREZ, Eliza Atsuko. Dicionários que atravessaram oceanos. **Estudos Japoneses**. São Paulo, n. 28, p. 217-230, 2008.

SAKURAI, Célia. **Os japoneses**. São Paulo: Contexto, 2008.

TAKEUCHI, Marcia Yumi. A diplomacia brasileira diante da imigração japonesa (1897-1942). **Estudos Japoneses**, n. 28, 2008. p. 99-112.

YSHIDA, Kelly. **Descrevendo o Japão, escrevendo o Brasil: raça, trabalho e nação em três atos (1874; 1889; 1897)**. 2020. 301 f. Tese (Doutorado em História) – Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2020.

NOTAS

¹ Doutora em História pela Universidade Federal de Santa Catarina. E-mail: kellyshida@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4348-9654>.

² Antes, o Xogunato Tokugawa (1603-1867), que governou o Japão, havia estabelecido normas de isolamento nacional. Foram decretadas proibições, como a de navios japoneses saírem dos limites do país; o cristianismo foi banido e foi vedada a entrada de estrangeiros; permitia-se somente o comércio com alguns holandeses, chineses e coreanos. Em 1868, a queda do Xogunato possibilitou o retorno do imperador ao poder, inaugurando a Era Meiji (1868-1912) (Sakurai, 2008, p. 122-132).

³ A fim de facilitar a compreensão, a grafia foi atualizada nas citações documentais.

⁴ Há referências que apontam 1871 como o ano de nascimento de Wasaburo Otake, a exemplo do artigo de José Jobim no *Boletim de Ariel* (1937).

⁵ No diploma de maquinista de quarta classe recebido por Thomas Wasaburo Otake, em 1893, a habilitação se deu nos termos do Decreto nº 1.324 de 1854. Contudo, neste documento consta a avaliação para o cargo, mas não a formação necessária.

⁶ Sobre o ano de retorno de Wasaburo Otake ao Japão, datas distintas são apresentadas pelos(as) pesquisadores(as): Edward Mack (2010) apresenta o ano de 1896; Eliza Atsuko Perez (2008), 1894; e Masato Ninomiya (2015), próximo de 1895. Para seu contemporâneo José Jobim (1937), em 1898 Otake já estava no Japão.

⁷ Trata-se dos naufragos japoneses do *Wakamiya Maru* que vieram ao Brasil a bordo do navio russo *Nadiezhda*, em 1803. Mais informações em: GAUDIOSO, Tomoko Kimura. A presença dos primeiros japoneses no Brasil. **Cadernos do Programa de Pós-Graduação em Direito**. Porto Alegre, 2003. p. 9-18.

⁸ Sobre a relevância dos dicionários de Wasaburo Otake no cotidiano, de acordo com Tomoo Handa (1987, p. 111) entre os(as) primeiros(as) japoneses(as) que vieram ao Brasil, antes da publicação dos dicionários de Otake, na falta de materiais, prevaleciam as anotações próprias para o aprendizado do português.

⁹ Além dos dicionários, publicou um manual de gramática (1925) e um guia bilingue de conversação (1927) (Perez, 2008, p.219).

¹⁰ Cinco anos após o primeiro artigo, em 1938, parte do texto foi publicado na *Gazeta de Notícias*.

¹¹ Custódio de Mello publicou o relato da circum-navegação a bordo do Almirante Barroso, intitulado *Vinte e um meses ao redor do planeta* (1893), em que descreveu os impasses em relação à saída de D. Augusto.

¹² Uma versão resumida do artigo foi publicada no jornal *A Noite*, também em 30 de julho de 1937. Ambas mantinham a ideia de Wasaburo Otake como o primeiro japonês em terras brasileiras, o que foi explicado anteriormente.