

MESTRADO

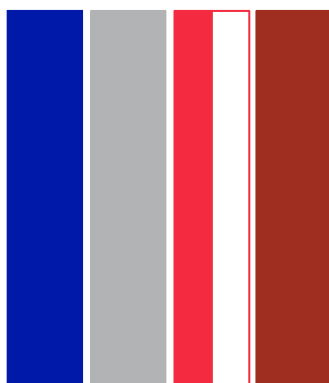
CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO COM ESPECIALIZAÇÃO EM COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA

Aproximação às Reconfigurações Identitárias Contemporâneas. Os Processos de Comunicação do Cinema Sul-Coreano

Catarina Andrade

M

2024



Catarina Andrade

Aproximação às Reconfigurações Identitárias Contemporâneas. Os Processos de Comunicação do Cinema Sul-Coreano

Dissertação realizada no âmbito do Mestrado em Ciências da Comunicação com especialização em Comunicação Estratégica, orientada pela Professora Doutora Paula Guerra.

Faculdade de Letras da Universidade do Porto

2024

ANEXOS

1. Anexo 1. Guião da Entrevista

Representações face ao entretenimento sul-coreano

P1: Como acha que o povo português (no Porto, especialmente) recebeu este tipo de ascensão e comercialização do entretenimento sul-coreano? Pode indicar algumas exemplificações?

P2: Que tipo de repercussões, positivas ou negativas, considera que o contacto com novas realidades (através do entretenimento) traz às culturas envolvidas?

Perspetivas face à identidade cultural sul-coreana

P3: Como acha que a identidade cultural sul-coreana se apresenta e fala com os seus recetores?

P4: Quais são, para si, as justificações para esta disseminação global e reconfiguração desta identidade?

P5: Como sente que o consumo desta indústria sul-coreana mudou as suas perspetivas e identidade pessoal?

Abordagem do cinema sul-coreano e da *K-wave*

P6: Como acha que a *K-wave*, especialmente no cinema, veio moldar os comportamentos e a forma de pensar dos consumidores?

P7: Que tipo de evolução cultural consegue perceber na cinematografia da Coreia do Sul?

P8: Que estratégias de comunicação considera que têm feito o cinema sul-coreano ascender mundialmente – e em Portugal e no Porto?

P9: Quais acredita terem sido os principais pontos que tornaram o cinema sul-coreano num fenómeno de sucesso mundial?

P10: Como vê o fenómeno do crescimento dos doramas (*K-Dramas*) nos serviços de streaming?

P11: Quais as diferenças culturais mais predominantes nestas obras cinematográficas? Como é que elas ressoam na nossa vida diária?

Impactos no quotidiano

P12: Que tipo de impacto o *K-pop*, *K-Dramas*, cinema sul-coreano, entre outros tiveram na sua vida diária? Pode dar exemplos de manifestações quotidianas?

Anexo 2. Transcrição da Entrevista - Grupo 1

Parte 1. Representações face ao entretenimento sul-coreano

Como acha que o povo português (no Porto, especialmente) recebeu este tipo de ascensão e comercialização do entretenimento sul-coreano? Pode indicar algumas exemplificações?

Ana: No Porto, a ascensão do entretenimento sul-coreano, especialmente o K-pop e os K-dramas, tem sido recebida com entusiasmo, principalmente entre os jovens. A popularidade do K-pop manifesta-se através alguns concertos (apesar de tal ainda não ser muito expressivo em Portugal) de espetáculos de cover, festas temáticas em discotecas e bares, além de uma crescente comunidade online de fãs que se organiza em grupos e redes sociais para discutir e promover o conteúdo coreano. A moda e a beleza sul-coreanas também influenciam o público do Porto, com um aumento no interesse por roupas inspiradas nos ídolos do K-pop e produtos de beleza coreanos, como os famosos cosméticos K-beauty, que começam a aparecer em lojas locais. Os K-dramas, disponíveis em plataformas de streaming como a Netflix, têm conquistado uma audiência considerável, com títulos como "Crash Landing on You" e "Itaewon Class" sendo amplamente discutidos nas redes sociais. Além disso, o cinema sul-coreano, impulsionado pelo sucesso de filmes como "Parasite", também desperta interesse entre os cinéfilos da cidade.

A influência coreana no Porto estende-se ainda à gastronomia, com o surgimento de restaurantes coreanos que atraem tanto fãs da cultura quanto curiosos. Eventos temáticos, como feiras e festivais de cultura coreana, têm sido organizados, celebrando e difundindo a cultura sul-coreana na cidade.

Bruna: Eu tenho a noção que, agora, os comentários que eu recebo seja do meu círculo de amigos, seja de conhecidos ou mesmo na minha “bolhinha do Instagram” são todos muito positivos. Ainda outro dia, o meu chefe disse-me “olha, estou à espera disto, vi um filme coreano e gostei muito, e estou à espera que saia a segunda temporada de

Squid Game”. E pessoas que não têm ligação nenhuma com a cultura coreana ou com dramas e K-Pop, simplesmente pessoas “normais”, deram de caras com um filme ou com qualquer coisa coreana e têm reações muito positivas. Interessantes, de curiosidade sobre esta parte da cultura coreana.

E acho que lá está, isto também tem muito a ver com o conteúdo que agora nos chega por causa da internet, porque é tudo muito mais fácil; e pela própria chegada de filmes coreanos ao cinema português. E acho que há cada vez mais opções. De coisas com legendas em português no caso, porque me lembro que, antigamente, havia muitos vídeos que uma pessoa via no YouTube e que não tinham legendas nenhuma- nós víamos pelas imagens, porque não entendíamos nada. Depois começou a haver em inglês, mas muita gente não sabe inglês mesmo em Portugal, e sobretudo no Brasil. De há uns tempos para cá, começaram a haver mais legendas em português, o que também tornou tudo muito mais amplo para pessoas de mais idade e pessoas mais jovens que ainda não aprenderam as línguas. Fazer com que tenham essa possibilidade, de emergir, no nosso “K-Mundo”.

Mas lá está, acho que foram tudo coisas muito positivas. Se há coisas negativas? Há. Mas nós também não chegamos a saber, e há sempre aqueles comentários menos bons. Mas isso é como tudo. E acho que, cada vez mais, existem melhores comentários e mais gente a gostar e conhecer. Aqui em Portugal, acho que só temos a melhorar neste sentido.

Maria: O povo português, especialmente os jovens, parece ter recebido esta nova onda de entretenimento com bastante entusiasmo e interesse. Em várias cidades portuguesas, incluindo o Porto, houve um crescimento visível na popularidade do K-pop. Grupos como BTS e BLACKPINK conquistaram uma base de fãs leal, com eventos e atividades que celebram a cultura sul-coreana a acontecerem cada vez mais frequentemente. Por exemplo, com o aumento de eventos de K-pop, como flash mobs ou festas temáticas em clubes, podemos observar a fusão de culturas e a celebração de estilos musicais diferenciados. Além disso, há também um aumento no consumo de dramas sul-coreanos através de plataformas de streaming, como a Netflix, que

disponibiliza uma variedade de séries e filmes, aumentando ainda mais a acessibilidade ao conteúdo coreano. Os fãs têm mostrado o seu apreço através de redes sociais, criando comunidades online onde partilham a sua paixão por artistas coreanos, dançam coreografias, e discutem sobre os últimos lançamentos.

Sara G.: Na minha opinião, para a grande maioria, que considero desconhecer esta temática, acredito que possa ter gerado alguma curiosidade, penso que não ficaram indiferentes, que essa ascensão foi notada, apesar de não terem muito conhecimento sobre o assunto. Para quem já era fã do entretenimento coreano foi como um sonho idealizado, que se concretizou. Neste caso, e falando também em nome pessoal, foi algo esperado e que trouxe muita satisfação e realização. Em termos de exemplos, surge-me aqui a questão dos dramas sul coreanos, que estão cada vez mais acessíveis (quando anteriormente havia pouca divulgação e pouca acessibilidade, enquanto que hoje em dia há um vasto leque de opções). E adiciono a questão da música também, o ser possível ouvir uma música sul coreana com mais frequência nas rádios portuguesas e ter maior acessibilidade na compra de álbuns, são bons exemplos.

Sara P.: Quando eu comecei a gostar, era algo muito de “nicho” ainda- eu apanhei uma página das 2NE1, na revista Bravo, as revistas que antigamente os adolescentes compravam. E foi daí que surgiu o meu interesse.

Naquela altura, era uma coisa muito nova e muito estranha para os meus colegas, até porque eu vivia num meio pequeno. Então, as pessoas diziam: “Porque é que tu ouves essa música? Tu nem entendes!”. Havia muito esta barreira linguística e cultural, que demorou um bocadinho de tempo a desfazer-se.

A partir de 2015 e 2016, temos a explosão dos BTS, que é muito documentada. E com esta explosão, vemos simultaneamente outras coisas a aparecer- há uns anos sucessivos em que, na cultura mainstream e popular, tem-se vários elementos e obras coreanas a chegar às massas. Esse fenómeno acabou por refletir um pouco em todo o mundo, e em Portugal não foi diferente.

Então, eu acho que, a partir do momento em que a indústria cultural coreana conseguiu penetrar o mercado ocidental, houve naturalmente uma maior recepção das pessoas. Portanto, a entrada, por exemplo, de K-dramas nas plataformas de streaming foi uma “porta aberta” de uma forma muito abrangente, porque quase todos os anos nós temos um K-drama que se destaca e que é falado popularmente pelas pessoas. Tivemos o Squid Game, por exemplo, e temos os K-dramas um pouco mais melancólicos, que às vezes também são falados pelo público português, inclusive Queen of Tears. Ou seja, há sempre algo coreano no nosso contexto nacional, o que é um bocadinho diferente do que acontecia: porque é que as pessoas veem a novela, se elas não entendem nada? A resposta é simples: porque entrou numa plataforma que quebrou essa barreira linguística. Eles conseguiram colocar-se numa posição de interesse global, o que se acaba também por notar. Eu lembro-me da primeira vez que eu vi um CD de K-pop na FNAC: Foi como se fosse Natal e a passagem de ano juntos. Era uma realidade que eu pensei que nunca ia testemunhar. Eu fantasiava ter aquela peça de merchandise, daquele cantor; Ter aquele CD.

Andava nos sites- que eram plataformas internacionais- à procura de obter estas coisas, e chegou a um dia em que as coisas estavam na FNAC. No meu espaço de residência, o que era muito estranho para mim. Mas, depois, vim a perceber que o entretenimento sul-coreano conseguiu fazer-se valer e conseguiu criar interesse. E, a partir do momento em que as pessoas viram que havia essa onda crescente de interesse, comercialmente, nós começamos a ver isto funcionar, tanto nas plataformas streaming, como nas plataformas como a FNAC.

Eu acho que isto, inevitavelmente, levou a que as pessoas perdessem um pouco os preconceitos que tinham. Porque sim, eram preconceitos muitas vezes: quantas vezes um fã de cultura coreana já ouviu “Ah, porque estás a ouvir este chinês? Ou este japonês, ou o que seja?”. É um preconceito, é uma ignorância, e o que estes movimentos e partilhas culturais acabaram por fazer foi levar a que as pessoas se educassem um bocadinho e a reconhecer não só a cultura da Coreia do Sul, mas também a Coreia do Sul em si. E isso foi muito bom, porque é sempre bom ter este tipo de intercâmbio

cultural. Mas, obviamente, sempre haverá pessoas que tenham contato com a cultura, e depois passa-lhes ao lado. É como em todos os casos.

Deste modo, eu acho que a comunidade portuguesa acolheu bem este conteúdo. Foi uma coisa, a meu ver, um bocadinho explosiva. E há ali o web que, apesar de ter sido uma coisa consistente em várias partes do mundo, no Ocidente chegou mesmo “in your face”- e às vezes as pessoas podem cansar-se um bocadinho disto.

Mas a verdade é que a Coreia do Sul se soube fazer valer, o que agora se reflete no maior acolhimento que a população portuguesa tem, em geral, pela cultura coreana.

Que tipo de repercussões, positivas ou negativas, considera que o contacto com novas realidades (através do entretenimento) traz às culturas envolvidas?

Ana: O contacto com novas realidades através do entretenimento pode ter repercussões positivas e negativas. Positivamente, promove o enriquecimento cultural, diversifica referências, facilita o intercâmbio cultural e cria oportunidades económicas. Negativamente, pode causar erosão cultural, ao marginalizar tradições locais, e reforçar estereótipos, dando uma visão simplificada ou distorcida de outras culturas. Ou seja, a cultura coreana, em muitos casos, passa a ser vista por uma lente muito estreita através da qual já não se consegue distinguir a realidade daquilo que é um estereótipo difundido através dos produtos de entretenimento, o que leva a uma percepção limitada da mesma.

Bruna: Às culturas ou às pessoas. Imagina, há sempre certas repercussões. Positivas e negativas. Eu acho que o positivo que há de uma pessoa ser introduzida a uma cultura nova- neste caso, nós portugueses sermos introduzidos à cultura coreana- é sempre conhecer uma cultura nova e estarmos abertos a outras culturas e outras opiniões. Abrir os horizontes e aprender coisas novas, independentemente de qual é a cultura a que estamos a ser introduzidos.

E o negativo, se calhar seria um bocadinho a ilusão, porque o facto de ser entretenimento, não significa que seja a realidade. E quem só vive do entretenimento coreano tem uma ilusão da cultura e do dia-a-dia das pessoas, que acaba depois por não ser aquilo que eles estão a esperar. De não ser a realidade por viverem nos filmes, nos dramas e mesmo nos *music videos*. Então, acho que essa é uma parte muito negativa, as pessoas não distinguem a realidade do que é puro drama ou comédia. Mas lá está, isto são as pessoas. Não sei se é este tipo de resposta que estavas à procura. Dizes que a nossa cultura vai mudar, tendo em conta a outra cultura?

Acho que eles se tornaram mais modernos e mais inclusivos tanto, por exemplo, naquela parte das legendas- eles fazem questão agora de ter legendas. Seja no YouTube, seja mesmo em vídeos de música. Cantores, qualquer coisa. Muitas vezes aparecem legendas em baixo. E isso não existia. Foi sobretudo graças a esta globalização do K-Pop, e a parte da modernização.

O que eu quero dizer: eu via muitos filmes mais antigos, que eram filmes históricos. Filmes mesmo sobre o antigamente ou da época. Agora, é tudo muito mais moderno e já não se toca tanto. Ou seja, hoje em dia já há poucos filmes a serem feitos, a meu ver, sobre o antigamente. Sobre as partes tradicionais, e coisas assim. Ou seja, uma repercussão positiva seria a parte de ser mais inclusivo. E uma negativa seria... não sei se chamo negativo, mas é neutra a parte da modernização. Tanto pode ser uma coisa boa, como pode ser uma coisa má. Eu como gosto da parte tradicional, se calhar gostaria de continuar a ver mais a parte tradicional. Mas não significa que seja mau.

Maria: O acesso a diferentes formas de entretenimento (filmes, música, séries) de diversas partes do mundo enriquece a cultura local e promove a diversidade, a exposição a novas ideias e estilos de storytelling pode inspirar artistas e criadores locais e os elementos culturais que atraem o turismo. Negativamente, consigo pensar nas questões dos estereótipos e na camada de desinformação que ainda existe. O consumo excessivo de entretenimento que promove valores ou comportamentos problemáticos

(como violência ou materialismo) pode influenciar negativamente a sociedade, especialmente entre as gerações mais jovens.

Sara G.: Eu assumo que conhecer novas culturas é sempre muito enriquecedor, faz-nos pensar, julgar as nossas vivências e questionar aquilo que temos como certo. Ao chegar a outras realidades através do entretenimento apercebemo-nos de algumas situações, como questões culturais específicas, que nos pode servir de exemplo, quer por serem negativas ou positivas. Portanto eu diria que a repercussão é maioritariamente positiva. A única questão negativa que me ocorre é o facto de depois sentirmos vontade de conhecer essa outra realidade de perto e as viagens serem caras.

Sara P.: Eu acho que o mundo está todo à beira de um clique- nós só não entramos em contato com as diferentes realidades se não desejarmos. Se nós desejarmos realmente, temos tudo à nossa disposição.

Eu acho que esta partilha que é feita da cultura coreana serviu, de facto, para abrir muitos horizontes. Este tipo de difusão da cultura coreana acaba, no fundo, por nos fazer partilhar crenças; maneiras de ver o mundo; maneiras de navegar o mundo e de sentir o mundo que são muito diferentes e que, no fim do dia, só nos mostram que todos nós somos humanos. E todos nós merecemos respeito pelas nossas crenças e pelo nosso património cultural. Acho que isso é a mensagem, o cérebro mais forte desta atividade intercultural. E efetivamente que isto se nota, como a Bruna disse, numa maior inclusividade, tanto da parte deles como também da nossa parte. Termos mais receptividade para coisas como comida coreana e produtos coreanos nas prateleiras. E até pessoas coreanas, porque às vezes parece um bocadinho estranho nós sentirmos-nos fora de sítio, ou que as outras pessoas se sintam fora de sítio. Porque, por exemplo, se houver caras como as nossas, não conhecemos a outra realidade, não conhecemos o outro, não estamos habituados à presença do outro. Então, quanto mais houver esta amálgama cultural- esta amálgama de conseguirmos estar presentes em diferentes sítios e não haver esse choque cultural enorme de “mas o que é que tu estás aqui a fazer?”- será sempre uma mais-valia que este tipo de contacto continue a acontecer.

Agora, efetivamente uma coisa que eu trabalhei a fundo também na minha tese foi o lado escuro da moeda. Porque é muito bom termos este acesso automático à internet e este conteúdo audiovisual que nos chega e nos apresenta outras realidades mas nós depois também temos de fazer a análise consciente de que as coisas têm um enquadramento. As coisas são criadas com um propósito. As coisas são criadas com uma mensagem. E a mensagem que nos pode estar a chegar pode ser muito redutora do que é a realidade. E, se nós não nos esforçarmos um bocadinho por sair da mensagem às vezes... Pois se nós dermos um K-Drama muito giro Sobre o CEO e a menina pobre e só consumirmos este tipo de *tropes* que existem em vários K-Dramas, o que nós chamamos de Coreia do Sul é uma coisa muito pequenina do que o país é em si. Do que a história significa. Do que este *trope* ser tão valorizado significa nos valores sociais que existem na Coreia do Sul. Portanto, há sempre esta necessidade. Nós fazemos também um esforço para contextualizar esta transmissão intercultural que existe. E isso pode efetivamente levar, se não houver esse esforço de nossa parte de compreender o outro e do outro também nos compreender a nós, a estarmos a idealizar coisas e criarmos fantasias. Até por vezes, podem dar-nos um tipo de mensagem que não é a mensagem certa a ser passada, não é a mensagem que nós devíamos ter sobre a Coreia do Sul e sobre as pessoas que vivem lá todos os dias. Nós temos de perceber que nem toda a gente que vive na Coreia do Sul vive dentro de um K-Drama, de um music video ou de um filme. Portanto, há sempre esse esforço de ter-se de sair disso. Mas há efetivamente quem não sai, e depois criam-se problemas. Como é a problemática dos Korea Boos, dos Sasaeng. Esse tipo de fãs um bocadinho mais “problemáticos”, que existem nesta esfera também.

Mas é como tudo. Lá está, é sempre a moeda a duas caras. O ponto muito positivo de que nos podemos conhecer melhor a nós e aos outros; e o ponto muito negativo de ficarmos um bocadinho obcecados, ou até cegos, com a criação de uma utopia ou com uma ideia que pode não representar a realidade.

Parte 2. Perspetivas face à identidade cultural sul-coreana

Como acha que a identidade cultural sul-coreana se apresenta e fala com os seus recetores?

Ana: A identidade cultural sul-coreana apresenta-se de forma cativante ao público global, misturando tradição e modernidade. Ela expressa-se através de uma combinação de elementos tradicionais, como vestuário e música folclórica, com aspectos da cultura pop contemporânea, como o K-pop e as tendências de moda urbana, que cada vez mais cativam os jovens que procuram aproximar-se de todas as suas representações. Os temas universais abordados em K-dramas e filmes, como amor, família e superação, são apresentados a partir de uma perspectiva coreana, criando uma ligação emocional com os recetores e oferecendo uma visão única dos valores culturais da Coreia do Sul. Além disso, a estética visual refinada e a alta qualidade de produção destacam a cultura sul-coreana como inovadora e sofisticada, contribuindo para sua atratividade global.

Bruna: Eu acho que a Coreia como país e como cultura apresenta-se ao mundo essencialmente de quatro maneiras: Uma delas é o avanço tecnológico. E eles estão muito à frente. O que é conhecido mundialmente- Samsung, LG, Kia, Hyundai... E nós sabemos que são marcas de qualidade. A segunda é o K-Pop, que mostra a animação e a excentricidade cultural, eu acho. A outra, seria os filmes e os K-dramas, e isto mostra-nos mais a parte da cultura e da história; e, depois, temos também a parte da tradição. E isto nós aprendemos através, sobretudo, dos eventos culturais que são feitos. Nós temos isto em Portugal, e existe espalhado pelo mundo todo. Por vários países. O próprio governo coreano tem estes eventos no mundo todo, para mostrar a sua cultura, e nisto nós aprendemos sempre. Por exemplo, danças e cantares folclóricos; as roupas tradicionais; comida; taekwondo... e eu acho que a Coreia é representada por isto. Porque quem ouve falar da Coreia, de certeza que ou sabe que eles são super desenvolvidos, ou já viu um K-drama, ou ouve K-pop. E eu acho que a parte da tradição vem muito pelos eventos. Claro que depois temos livros e a parte dos restaurantes, mas isto só começou a aparecer por causa de uma destas quatro coisas, porque se não fossem os K-dramas ou o K-Pop, não abririam portas para um restaurante coreano ter sucesso aqui em Portugal, ou para um livro de uma autora coreana ser vendido.

Portanto, eu acho que a Coreia está muito bem representada, porque toca em todos os aspectos culturais com estes quatro pontos.

E acho que aqui em Portugal, para terminar, acabamos por ter tudo. Ela está muito bem representada em todos estes quatro pontos. Nós conseguimos ter isto. Claro que somos pequeninos, podiam haver mais concertos, podiam haver mais filmes no cinema. Mas, de qualquer das formas, temos eventos culturais. Vão aparecendo alguns filmes. E acho que as pessoas estão muito recetivas a esta identidade que a Coreia tem.

Maria: Através da música (K-Pop), da gastronomia com os seus pratos emblemáticos como o kimchi e o bulgogi, através da sua própria história e tradição, como a arte do hanbok, o seu traje tradicional e também, se apresenta como um país com um poderoso nível de inovação e tecnologia.

Sara G.: A primeira grande imagem que é transmitida, a meu ver, é a questão do romance e da relação amorosa em si. A necessidade de ter um parceiro e viver uma relação. Depois acrescentaria ainda o fator da educação rígida, do excesso de trabalho, da hierarquia também e da obsessão por um padrão de beleza, também ele rígido.

Sara P.: Penso que já existia aqui alguma noção de que a Coreia do Sul era efetivamente um país avançado. Não é? Ou isso, ou era um bocadinho obscurecido pela Coreia do Norte, numa visão mais "lata" das coisas. Ou as pessoas faziam a visão da Coreia do Norte, ou sabiam que a Samsung e a Hyundai e assim eram as marcas que pertenciam à Coreia e que tinham uma boa reputação perto das pessoas.

Lá está, como em tudo, há este reconhecimento muito forte. E quando não há este reconhecimento muito forte, há este nível de ignorância que ainda persiste, infelizmente. De acordo com a Bruna também, todas estas referências que acabaram por migrar, desde a gastronomia aos livros aos cosméticos, também são uma grande referência na Coreia. Tudo isto partiu da Hallyu. Ou seja, tudo isto veio por consequência do entretenimento causar uma forte impressão no seu público. E, obviamente, a partir do momento em que a Coreia do Sul percebeu que poderia veicular outras coisas através

do entretenimento forte que tinha, não fez mais nada a não ser investir no seu *soft power*. E é sempre um caso muito interessante de relações internacionais e de como é que um país pode se posicionar, quase no panorama global, como uma marca. Porque a Coreia do Sul é quase uma marca. Tu tens sempre um ponto de referência. Isto é uma coisa que é marketing. É muito difícil de conseguir. Tu olhas para Portugal, tens o pastel de nata, e tens mais algumas coisas que se podem contar com a mão. Tu olhas para a Coreia do Sul e tu tens aqui um leque de coisas que são muito reconhecíveis. Um caso interessante, sempre de comparação, é nós olharmos para a Coreia do Sul e olharmos para o Japão, porque são dois casos de *soft power*. Quase que são análogos, porque o Japão também tem esta componente cultural muito forte, nomeadamente através dos animes mas, se calhar, não sai aqui muito dos animes. Mesmo sendo o Japão muito rico culturalmente e partilhando também aqui outros formatos de entretenimento. Não houve esta difusão tão grande. Houve noutras vertentes, mas não desta forma tão *mainstream*. E estão a quebrar aquilo que é o dom ocidental. Quanto à Coreia do Sul, acho que sim. A Coreia do Sul tem uma identidade muito robusta enquanto país, culturalmente, e deve-se de facto ao entretenimento e à forma como eles conseguiram partilhar e divulgar o entretenimento da forma inteligente como o fizeram.

Quais são, para si, as justificações para esta disseminação global e reconfiguração desta identidade?

Ana: A disseminação global da identidade cultural sul-coreana pode ser atribuída a vários fatores interligados. O governo sul-coreano tem investido fortemente na promoção da cultura nacional através da chamada "onda coreana" ou Hallyu, financiando produções culturais, criando estratégias de marketing internacional e desenvolvendo infraestruturas para apoiar a indústria criativa. A indústria de entretenimento sul-coreana é conhecida pela sua elevada qualidade em música, cinema e televisão. A combinação de histórias envolventes, estética visual refinada e inovação tecnológica atrai audiências internacionais. Além disso, os K-dramas e as músicas sul-coreanas abordam temas universais, mas oferecem uma perspetiva cultural e identitária

únicas. Isso permite que o público global se identifique com as histórias e, ao mesmo tempo, conheça a cultura coreana.

Para além disso, posso apontar o uso estratégico das redes sociais, a base de fãs global do K-Pop, a moda e os produtos de beleza como fundamentais na promoção da indústria sul-coreana.

Bruna: Foi graças a várias plataformas e sites e o YouTube e várias coisas e nós passamos a conhecer mais, e também Instagram e TikTok, porque as coisas espalham-se muito mais facilmente. E, para mim, a internet foi o foco disso tudo para começar a mostrar. Claro que, depois, as pessoas podem ver e não receber bem. E, se calhar, recebem bem muito pelo que a Sara estava a dizer- porque há eventos, há coisas a falar, há pessoas a investir nisto para os vídeos serem um produto, o que está a ser vendido, e é muito dinheiro investido nisso. Mas, para além da internet, eu vejo isto como o que permitiu, se calhar também foi um bocadinho de sorte misturado com o trabalho, no sentido de ser preciso haver um hit, um boom, um trabalho principal. Neste caso, por exemplo, acho que na música foram os BTS que foram mais reconhecidos.

Sobretudo, este Boom tem que acontecer nos Estados Unidos, infelizmente, porque se acontecer nos Estados Unidos, o resto do mundo vai saber, e foi isto que aconteceu com os BTS, e hoje, se calhar, no país mais pequeno, eles são conhecidos porque espalharam-se a partir daí. Nos filmes, por exemplo, acho que os Parasitas, porque ganharam os 4 Oscars, e as pessoas acabavam por ver o filme não porque ele era coreano, mas porque foi um filme que ganhou Oscars, e passaram a conhecer esse filme- “olha, tem aqui na Netflix uma coisa coreana, gostei do filme, vou ver isso, se calhar também vou gostar”. Ou seja, acho que foram estes hits, estas mini explosões que aconteceram, e lá está, pode ter sido muito trabalho, e foi muito trabalho, mas também pode ter sido sorte de uma música ser um boom e as outras não. Mas depois, claro, tudo isto aliado ao trabalho que o governo põe, que as embaixadas fazem para mostrar e para ligar as pessoas com a cultura mesmo. Mas o meu pensamento inicial foi a internet, isto foi disseminado por causa da internet.

Maria: A ascensão do K-pop, com grupos como BTS e BLACKPINK, desempenhou um papel crucial na promoção da cultura sul-coreana no exterior. As músicas cativantes, coreografias elaboradas e o uso das redes sociais amplificaram a visibilidade global. Novelas e dramas sul-coreanos, como "Descendants of the Sun" e "Squid Game", conquistaram audiências internacionais e transmitiram valores, a cultura e o estilo de vida sul-coreanos a um público mais amplo. Reforço apenas o papel das redes sociais e das plataformas de media, que facilitam o acesso aos conteúdos e auxiliam na disseminação da informação.

Sara G.: Acredito que maioritariamente este aumento foi desejado para ter uma repercussão económica favorável para o país sem dúvida. Mas deduzo que exista uma componente relacionada com a propagação da cultura, porque consideram o seu modo de vida exemplar e querem mostrar esse sucesso.

Sara P.: Eu acho que isto acaba por ser um bocadinho um tema complexo, porque não podemos dizer “ah, eles fizeram esta coisa e resultou para isto tudo”. Foram várias coisas, não é? E houve também quase uma coisa que aconteceu na Coreia que não aconteceu em vários países, que foi a “standartização” da indústria cultural.

Isto reflete-se numa coisa, que é o sistema dos idols, o sistema de criação do grupo, o sistema dos trainees. Isto é só um exemplo, um mecanismo, que foi utilizado para gerar aqui uma quantidade de talento e gerar aqui um produto final. Os grupos musicais, que depois pudessem ser comercializados com os valores que a Coreia conseguiu reunir nos seus conteúdos, tanto na música como nos filmes, porque por vezes são uma mescla, não é? Aqui há um “bibim”, como eles gostam de dizer, um “bibim” de valores coreanos com valores universais. Há bastante literatura sobre isso e sobre a forma como acabam por ser conteúdos da Coreia do Sul, mas conseguem apelar ao nosso sentido humano.

E isso é muito importante- acho que isso foi o trigger, o disparo da forma como os conteúdos acabaram por se disseminar globalmente. E depois, para além desse fator- que é um fator muito identificável, pelo menos para mim, que estudei isso a profundo-

o empenho do governo é denotável. É uma coisa que nós conseguimos percepcionar com muita facilidade. E isso até a nível micro no nosso país, porque nós, se pensarmos numa embaixada, às vezes não estamos com tanta atenção às atividades de uma embaixada qualquer, porque não há esse contacto. Uma embaixada, se calhar, para alguns países pode ser uma coisa muito administrativa, enquanto que a Embaixada da Coreia do Sul é extremamente dinâmica e proactiva na promoção daquilo que o país é, e na cultura e de partilhar e de criar eventos, tal como a Bruna disse. Há muito esta intenção deles e este trabalho deles de aproximarem as pessoas à cultura coreana e depois isto, obviamente, traduz-se numa maior abertura das pessoas, que veem o seu interesse e o seu investimento na Coreia do Sul a ser refletido. Se dizem, “olha, vem aprender a cozinhar um prato coreano”, “olha, vem aprender a falar coreano”. Se nós tivermos estes lembretes, e se nós já tivermos um bocadinho de interesse pela Coreia do Sul, já temos mais. “Olha, assim, porque não? Porque é que não vou experimentar?”, enquanto que outros países não têm esta desenvoltura. Então, eu acho que estes são dois exemplos muito diferentes, de vertentes se calhar muito diferentes, mas que acabam por explicar que há um esforço consciente e contínuo da Coreia do Sul em manter esta identidade de que nós falamos.

Como sente que o consumo desta indústria sul-coreana mudou as suas perspetivas e identidade pessoal?

Ana: Desde o meu primeiro contacto com a cultura sul-coreana que esta tem vindo a tornar-se um ponto cada vez mais fulcral na minha vida. Começou por ser apenas um novo gosto musical, gastronómico e cinematográfico e hoje em dia é inclusivamente uma fonte de rendimentos. Através do contacto cada vez mais frequente e diário, dei por mim a direcionar o meu negócio de artesanato familiar, a Aurora (@aurora_craftz), para um novo nicho que me atraía muito e que me era fortemente requisitado pelos meus clientes: a cultura sul-coreana.

Mais tarde, com o aumento da procura de eventos relacionados com a cultura sul-coreana, dei por mim a criar uma organização de eventos, baseada no Porto, com esse

fim: disseminar, dar a conhecer e unir todos aqueles que gostam da cultura coreana nas suas mais variadas expressões. Foi assim que nasceu a Hamkke Crew (@hamkkecrew.events), cujo nome significa exatamente “equipa unida” e sendo o nosso slogan “united by k-pop”.

Bruna: Eu acho que a Coreia, a cultura coreana e todo o conteúdo que eu consumo e produzo mudou-me muito. A Bruna que eu conhecia, que existia antes do K-Pop, digamos assim, acho que isto me tornou mais culta, mais interessante, com mais histórias para contar sobre as aventuras que eu vivi na Coreia. E isto só aconteceu, porque lá em 2016 conheci uma bandinha que era super diferente e com cabelos coloridos.

E, sem saber, um dia mergulhei nesse mundo e também acho que sou mais curiosa, mais tolerante, seja a culturas, a opiniões, a coisas que as outras culturas fazem e que eu antigamente dizia, “porque é que estás a fazer isso? Tipo, que raio é isso?” E depois eu digo, “ah ok, a cultura teológica é assim. Que engraçado”. Ou seja, de mente muito mais aberta.

Acho que mergulhar na cultura coreana tornou-me melhor pessoa. Sem dúvida. Sem dúvida que eu sou a melhor, mais culta, de mente mais aberta e tenho muito para contar. E não me imagino hoje em dia, não imagino o meu dia a dia sem alguma influência coreana.

Maria: A popularidade do K-pop e dos dramas sul-coreanos tem promovido uma maior apreciação pela cultura sul-coreana, incentivando o respeito e a curiosidade em relação a culturas diferentes. Para muitas pessoas, especialmente aquelas de origem asiática, a crescente presença da cultura sul-coreana pode ajudar a reforçar a sua identidade, oferecendo representatividade que pode ter sido ausente em outras medias. A influência das tendências de moda e beleza sulcoreanas pode alterar a forma como as pessoas se vestem e se apresentam, moldando suas identidades pessoais e sociais. O consumo de produtos culturais sul-coreanos pode desafiar estereótipos negativos e

preconceitos, promovendo uma visão mais complexa e positiva da Coreia e dos seus cidadãos.

Sara G.: Primeiro de tudo, elevou os meus padrões de homem ideal, porque o que vemos atrás dos ecrãs são sempre homens perfeitos, autênticos cavalheiros e perfeitos exemplares do ser humano. Depois fez-me perceber que nunca estamos demasiado cansados para conquistar o que queremos, o facto de eles trabalharem muito para conseguirem alcançar o sucesso individual, motiva-me a tentar reproduzir na minha vida o mesmo ideal.

Sara P.: Eu acho que vou muito de acordo com isto que a Bruna disse, porque acho que todos os fãs que se imersam na cultura coreana conhecem o antes e o pós Coreia do Sul. Porque acho que nos dá essa flexibilidade, esta curiosidade muito grande por saber mais acerca do mundo, que depois acaba por nos caracterizar enquanto pessoas. Ou seja, há quem fique muito, “ah, só a Coreia, Coreia, Coreia”. Mas há quem, a partir da Coreia, consiga expandir a sua visão do mundo e eu acho que isto aconteceu muito porque as pessoas tomavam aquele dito fantástico de “porque é que tu estás a ouvir se não entendes?”. Eu acho que a música é uma coisa que não se precisa de entender, tal como às vezes tu não entendes um quadro ou tal como às vezes não entendes um filme. Desde que gostes, desde que tu sintas que te comunica algo e que isso reflete os seus valores, quem tu és ou a forma como tu vês o mundo, é o que basta. E acho que isso me levou a ter esta membrana flexível de consumir, lá está, diferentes culturas, diferentes produtos de entretenimento de outros países. Dessa forma, eu às vezes acho que é um bocadinho engraçado ir à minha biblioteca de música porque as pessoas dizem “mas tu tens aqui uma música árabe. Mas tu tens aqui uma música que é albania. Tu sabes falar árabe?”. Não. “Tu sabes falar albanês?”. Não, mas eu gosto da música. Estão a perceber? Às vezes as pessoas acham um bocadinho descabido, mas eu acho que ganhamos muito esta abertura à diversidade cultural que é muito importante, cada vez mais importante nos dias de hoje. Portanto, acho que esse foi um dos aspectos mais positivos da minha experiência enquanto fã.

E depois, dos aspectos mais negativos, se calhar, quando eu comecei a gostar da Coreia, eu tinha certos comportamentos que eu repetia que vinham dos K-Dramas, que era influenciada por aquilo que eu via, e era um bocadinho de género descontextualizado- as pessoas ficavam um bocadinho a olhar para mim, “porque é que estás a vir de máscara para a escola?”. Ainda não havia Covid nem nada e eu ia com aquela máscara do Chanyeol que tinha a cara de ursinho para a escola. E as pessoas ficavam a olhar para mim e diziam “mas o que é que tu estás a fazer?”. E eu sentia-me super especial, porque dizia “vocês não entendem”. Era muito descontextualizado- a máscara facial, para eles, tinha outro contexto e outra utilização que eu não lhes estava a dar naquela altura. Mas eu acho que isso também foi um aspecto positivo, porque depois também tocou na minha própria sensibilidade cultural e na forma como eu me relaciono com outras culturas, fazendo parte do grupo. A maioria de nós que fazemos, somos portuguesas, somos “hetero majority” e é muito importante desenvolver esse tipo de tato, de perceber que tens de te relacionar com essas culturas e tens de te educar de maneira a poderes apreciá-las com respeito, que é uma coisa muito importante. Portanto, no dia de hoje, acho que não há uma pequena parte do meu dia ou um pequeno momento do meu dia que não seja influenciado pela Coreia. Até posso não ser eu, pode ser uma pessoa- “vi um filme coreano, podes me dizer se um produto coreano é bom? Fui ao restaurante coreano”. Já eu própria sou uma referência da Coreia e nós, enquanto fãs, acabamos por nos tornar também um bocadinho embaixadoras, porque passamos a ser quase “a pessoa da Coreia”. E isso também é muito visível no Instagram, quando fazemos a partilha dos conteúdos. Portanto sim, acho que foi uma inserção muito interessante e muito útil no desenvolvimento da minha personalidade e do meu carácter enquanto pessoa.

Uma coisa muito interessante que também pode ser colocada nesta parte é este sentimento de comunidade, porque as amigas que eu fiz por causa destas pequenas referências- ou seja, uma das minhas melhores amigas vive na Madeira, eu conheci-a em mestrado e eu comecei a falar com ela porque eu tinha uma capa dotada dos BT21- agora, somos as melhores amigas de sempre. Este tipo de comunidade, este tipo de reconhecimento, acho que pessoalmente também passa a ser uma coisa muito positiva,

porque, às vezes, tu até podes ter dificuldade em fazer amizades ou em abrir-te mais a pessoas e a dar-te com pessoas e, se tu tiveres este ponto em comum, é muito fácil, porque tu sabes exatamente o que podes esperar daquela pessoa ela gostar ou desta banda ou daquela, podem falar disso, não podem falar daquilo e este sentimento de amizade e de comunidade acho que também é uma coisa muito positiva que entrou na minha vida, a partir do momento em que eu comecei a ser fã de K-Pop.

Parte 3. Abordagem do cinema sul-coreano e da *K-wave*

Como acha que a *K-wave*, especialmente no cinema, veio moldar os comportamentos e a forma de pensar dos consumidores?

Ana: A K-wave, especialmente no cinema, moldou os comportamentos e a forma de pensar dos consumidores ao diversificar as suas preferências culturais e introduzir novos estilos narrativos e estéticos. Filmes sul-coreanos, com as suas narrativas inovadoras e alta qualidade de produção, elevaram as expectativas dos espectadores e influenciaram a apreciação por produções cinematográficas globais. Além disso, esses filmes abordam questões sociais e culturais que estimulam reflexões sobre temas semelhantes em outras culturas. A popularidade do cinema sul-coreano também impulsionou o consumo de outros produtos culturais da Coreia, como música e moda, e fomentou a criação de comunidades internacionais de fãs, conectando pessoas através de interesses culturais comuns.

Bruna: Eu acho que, também se calhar um bocado indo no que eu já disse há bocado, foi mesmo estarem abertos para conhecer culturas novas, porque estás a ver uma coisa nova e abres um bocadinho os teus horizontes para perceber porque é que eles fazem isto desta maneira ou daquela, e as pessoas tornam-se mais curiosas para explorar mais aspetos. Por exemplo, eu vejo um drama e eles estão a comer qualquer coisa. “Olha, vou procurar um restaurante coreano, porque até me apetecia experimentar o que eles estão a comer”. Outra coisa que eu noto muito também são as viagens, porque há cada vez mais portugueses, sobretudo neste caso, a quererem viajar para a Coreia do Sul para

conhecer o sítio que só vêem nos filmes e nos dramas. Para mim, o foco é um bocadinho desse. Esta parte da cultura que veem através dos filmes e dos dramas torna as pessoas cada vez mais curiosas e de mente aberta.

Maria: A popularidade de filmes e séries coreanas, como "Parasita" e "Squid Game", trouxe uma nova onda de interesse pela cultura coreana. Os consumidores estão mais propensos a explorar outros aspectos dessa cultura, incluindo música (K-pop), moda e culinária. O estilo visual e as narrativas complexas dos filmes e dramas coreanos muitas vezes contrastam com as produções ocidentais, o que pode levar os consumidores a quererem experienciar narrativas novas. O estilo de moda e as rotinas de beleza apresentadas em produções coreanas também influenciam os consumidores. Muitos portugueses começaram a adotar tendências da K-fashion e práticas de cuidados com a pele populares na Coreia do Sul. A K-wave pode ter contribuído para uma maior abertura e apreciação por culturas diferentes em Portugal. Isso pode resultar em uma maior aceitação de produtos e serviços de origem estrangeira, além de influenciar a forma como os consumidores percebem a globalização.

Sara G.: Não sei se será uma perspetiva global, mas acredito que sim, mas falando mais especificamente do povo português, existe um choque cultural muito grande, entre a nossa cultura e a cultura coreana. Portanto eu acho que a curiosidade leva-nos a querer ver mais, saber mais e depois consequentemente acabamos por refletir sobre diferenças e ressignificar alguns conceitos e algumas vivências nossas.

Sara P.: Eu tenho um caso muito interessante de uma prima minha que, se não houver esta procura, este interesse ativo de, por exemplo, ir visitar ou de conhecer realmente a realidade do país, há coisas que depois até se podem um bocadinho quase que infiltrar no dia-a-dia. Porque ela consome muitos K-Dramas (ela só vê K-Dramas, ela não é ligada muito a outras coisas) mas ela gosta muito das “novelas coreanas”. Então, eu tenho notado e ela também me tem dito “ai, elas vestem-se assim tão chiques tão bem, tem aquela maquilhagem um bocadinho mais simples”. Ou seja, coisas que ela vê, não é?

Que são coisas que lhe agradam e que eu vejo que ela também começa um bocadinho a incutir no seu comportamento do dia-a-dia. Até a utilização de produtos das maquilhagens coreanas: “olha, queria comprar um tinte, queria comprar uma daquelas cushions”... lá está, não há esta conexão mais profunda com o país de “olha, eu quero ir conhecer”, mas é esta conexão de, “olha, eu gosto”. É um bocadinho estético e superficial, porque ela está um bocadinho a escolher, mas é o tipo diferente de conexões que as pessoas podem ter com os conteúdos que observam. Portanto, acho que pode haver esta dimensão muito rica de “eu gosto mesmo destes conteúdos e quero ir conhecer a realidade quero ir ver onde foram feitos e quero perceber o contexto de *big picture* disto que eu estou a ver aqui”, e este consumo mais mínimo- “olha, ela veste-se bem, isso aqui parece bem”. Pronto, também é uma forma válida de nos relacionarmos com a cultura, se não passarmos, por ventura, nenhuma barreira saudável de queremos fazer cirurgias para ficar coreanos, não é? O caro exemplo do Oli London, que faz aqui um bocadinho de sombra, mas que há estes dois tipos de conexão, que as pessoas conseguem fazer com aquilo que veem e que acabam por valorizar aspectos diferentes daquilo que o entretenimento oferece no fim do dia.

Que tipo de evolução cultural consegue perceber na cinematografia da Coreia do Sul?

Ana: Na diversidade temática e a experimentação com diferentes géneros têm ampliado o alcance dos filmes sul-coreanos, que agora incluem thrillers, comédias e ficção científica. As narrativas tornaram-se mais complexas, com enredos multilayer e desenvolvimento de personagens aprofundado. Há também uma maior exploração de questões sociais e políticas, como desigualdade e corrupção, refletindo uma abordagem crítica da sociedade coreana. Esteticamente, os filmes sul-coreanos destacam-se pela alta qualidade técnica e inovação, utilizando efeitos visuais sofisticados e design de produção avançado.

Também o reconhecimento internacional, evidenciado por prêmios como o Oscar para "Parasite", e a influência da cultura pop, incluindo o K-pop, marcam esta evolução.

Bruna: Eu como não tenho muito conhecimento em cinematografia, e mesmo como não comecei assim há tanto tempo a ver, por exemplo vejo pouquíssimos K-Dramas e comecei por causa do K-Pop e, muitas vezes, sou muito limitada, porque às vezes enerva-me o *plot twist*. Quer dizer, o *plot twist* não é o que me enerva, o que me enerva é o próprio drama que existe lá. Eu não gosto das novelas, digamos assim. Eu vou muito para séries que são mais reais, tipo policiais ou de mistério, e a parte do drama é um drama para mim. Portanto, não tenho muito conhecimento nisso e na parte dos filmes, gosto de ver muitos filmes, mas vejo mais filmes históricos. Portanto, o que eu vou dizer aqui é a evolução que eu noto. Foi o que eu disse há bocadinho, eu acho que cada vez menos há este “tocar” no tradicional, os filmes modernos são cada vez mais modernos e um pouquinho menos tradicionais e históricos. Dramas sim, acho que há muitos dramas históricos que continuam a sair, mas quando eu procuro filmes, os filmes históricos que encontro são todos antigos, com menor qualidade de filmagens e assim, portanto, com a minha falta de conhecimento nesta área, o que eu vou dizer é, o que eu noto na evolução é mesmo uma modernização, de ponto de vista de uma maneira muito simples.

Sara G.: Enquanto expectadora assídua de dramas coreanos, o que eu verifico mais, e atenção que comecei a ver este tipo de dramas em 2020, ou seja, é uma linha temporal relativamente curta, é que tem aumentado a liberdade de expor determinadas situações. Quer elas sejam críticas sobre a sociedade ou sobre as problemáticas locais, como por exemplo o ensino, o suicídio, entre outros, ou seja, exploram mais a fundo questões que podiam ser um tabu maior anteriormente. E nas cenas românticas, já dá para perceber que são mostrados mais detalhes, num caso concreto, uma demonstração de afeto que antes era um beijinho rápido, hoje em dia, em muitos dramas, já se nota um maior envolvimento físico do casal (ainda com muita limitação em relação aos americanos por exemplo, mas ainda assim, com uma evolução).

Sara P.: Eu acho que faz falta até explorarem um bocadinho essa parte da cinematografia histórica porque, tal como nós Portugal, nós temos muitos episódios

históricos que dariam filmes incríveis e não exploramos esse tipo de temas. Porque se calhar, não sei se isto que eu gostaria de dizer está correto, mas acho que também a Coreia do Sul pode até ter um bocadinho uma relação contenciosa com a sua própria história, tal como nós temos em Portugal. E uma coisa que me choca um bocadinho é, por exemplo, a falta de exploração da história das Mulheres de Conforto. Eu acho que este tema das Mulheres de Conforto devia ser explorado, devia ser gritado e as pessoas deviam saber todas que isto aconteceu, não é? Porque, juro-vos, quando eu percebi, pronto, academicamente, que isto tudo tinha sido uma realidade, é um bocadinho triste, porque nós estamos sempre enfiados um bocadinho na história ocidental e nós não sabemos dessas outras coisas que se passam nos outros países, que são de muita, extrema relevância para a humanidade e para a forma como acontecimentos que nós pensamos que conhecemos na palma da mão, que são as Guerras Mundiais e etc. Como é que esses tipos de acontecimentos que nós vivemos aqui afetam outras partes do mundo, pronto, entristeceu-me um bocadinho. Um documentário que eu consegui ver com os meus colegas e que nós tivemos que ver para uma cadeira de mestrado, nós conseguimos encontrar na Apple TV, tivemos de alugar... foi toda uma organização quase paramilitar para conseguir ver um documentário sobre este tema. E mesmo documentários históricos, que é uma coisa que me interessa muito, eu adoro documentários históricos. Gostava muito, muito, muito que houvesse mais documentários históricos. Sei que o Japão tem muitos, e na Netflix há muitos documentários históricos sobre o Japão, e sobre a Coreia não há assim tantos. Portanto, este tema da história, acho que sim, que é uma parte deles muito importante, até porque, se calhar, colmatar esse espaço ia impedir que as pessoas idealizassem a Coreia ao ponto de pensar que é o país mais perfeito do mundo. Não é, tal como nenhum país é, porque tem os seus problemas, tem as suas realidades sociais, e era muito importante que essas realidades também fossem introduzidas a certas pessoas que ficam um bocadinho obcecadas com a Coreia. Noutro sentido, eu acho que a evolução cultural cinematográfica na Coreia do Sul se conseguiu perceber, sobretudo, a meu ver, nos dramas, porque, como a Bruna também disse muito bem, há aqueles dramas que são muito lovey-dovey, muito touchy, muito mel... Eu lembro-me do primeiro drama que eu

vi, que se chamava You Came From The Stars- que foi também um sucesso na Coreia na altura- e eu acho que eu só consegui ver aquele drama uma vez, porque a Sara de 2014, 2013 (não sei quando é que o drama saiu), se a Sara de hoje fosse tentar ver aquilo, eu enervava-me nos primeiros 15 minutos. Havia esse exagero e até essa excentricidade- até a própria edição dos dramas era um bocadinho diferente. Agora aqui mais em termos técnicos de cinematografia, até a edição era um bocadinho diferente. Eu e a minha melhor amiga, lembro-me de estarmos a ver Tempted uma vez juntas na residência também (víamos sempre o episódio juntas, todos os dias), e aquelas edições do fim, deles parados a olhar um para o outro, da pessoa que ia atropelar a outra, e depois o brilhante, e depois a música... Nuns dramas ainda acontece, nos outros acho que houve uma redução, houve assim um tome down, houve assim um “vamos tirar daqui um bocadinho”, mas sim, ainda acontece, mas acho que é muito menos, e que na altura era muito mais perceptível. Mas pronto, acho que, na edição, eles souberam fazer um bocadinho esse strip, essa redução- tornaram-se um bocadinho mais sofisticados-, e depois, em termos de evolução de temas, eu acho que também deram um passo muito grande. Porque lá está, na altura, nós víamos uma predominância maior desses temas das novelas, do soap opera, do drama, da pessoa rica, da família rica... e depois, passamos a ter, se calhar, esses cenários, mas passamos a ter esses cenários, mas explorados de uma forma um bocadinho mais negra e depois passamos a ter mesmo séries que exploram realidades mesmo maduras. Há o exemplo do meu K-Drama favorito de sempre, que é D.P., e D.P. fala sobre a polícia militar, não é? A polícia que vem de trás dos desertores, porquê? Porque há uma taxa muito grande de desertores no Exército da Coreia do Sul, porque há uma taxa de suicídio muito grande no Exército da Coreia do Sul, e porquê que isto acontece? Esta realidade de que há um problema nesta parte do país, não é uma coisa que as pessoas saibam comumente. As pessoas não pensam na Coreia do Sul e não pensam no Exército da Coreia do Sul, dos problemas que o Exército da Coreia do Sul tem. Mas é uma realidade que nos é apresentada através destes dramas, que escava um bocadinho mais este fosso de quase sensibilizar as pessoas. Eu acho que isso é um passo muito importante que eles deram, e acho que a evolução temática que nós conseguimos observar, acabou por enriquecer mais a

cinematografia. Do resto do cinema, eu acho que o cinema coreano sempre fez um bocadinho aquilo que lhe deu na gana, como continuamos a ter as comédias mais hilárias de sempre, não é? Aquelas comédias, aquelas rom-coms fantásticas no cenário tipicamente coreano, continuamos a ter cinema de autor que é quase impossível pôr uma categoria nos cinemas de autor, não é? Acho que eles sempre tiveram uma identidade muito forte, em si sempre tiveram um cinema muito forte e cada realizador faz o seu caminho e trabalha os seus temas e tem o destaque que têm entidades prestigiadas do mundo ocidental, o que é um bom indicador, mas não é um indicador suficiente e não é um indicador que as pessoas deviam procurar para saber se algo é bom. Portanto, é isso.

Que estratégias de comunicação considera que têm feito o cinema sul-coreano ascender mundialmente – e em Portugal e no Porto?

Ana: Na participação e reconhecimento em festivais internacionais e prêmios, como o Oscar, aumentaram a visibilidade global. Parcerias com plataformas de streaming, como Netflix, facilitaram o acesso a esses filmes. Estratégias de marketing, campanhas nas redes sociais e a colaboração com influenciadores têm gerado grande interesse. Em Portugal, exibições especiais e festivais dedicados, como o Festival de Cinema Coreano, ajudam a promover o cinema sul-coreano localmente. A disponibilidade de legendas e dublagens em português também facilita o acesso. Além disso, a presença ativa de comunidades de fãs contribui para a disseminação e promoção desses filmes.

Bruna: Antes de mencionar Portugal, mas já mencionei, eu acho que o cinema também passou a ter mais visualizações, digamos assim porque, isto sem querer ser cliché ou dizer que o K-Pop é o ouro da Coreia, mas aliar, por exemplo, artistas que são, como estávamos por acaso a falar há um bocado, artistas de K-pop, de música em geral, que passam a ser atores ou atores que lancem uma música ou então uma música de uma banda que seja soundtrack de um OST, de um filme, de um drama, acho que isso ajuda muito e eu falo por experiência própria porque eu vejo muitos filmes se eu gostar dos atores. Se houver uma pessoa que me inspira muito a confiança, eu já nem quero ver

aquilo porque já sei que gosto da maneira daquele ator, daquela atriz. Então, acho que puxa muito por aí, porque partindo do princípio que eu já gosto de algum ídolo, de alguma banda, de alguma música e que eu sei que vou poder vê-los noutra registro, isso acho que puxa muito.

Agora, mais especificamente em Portugal, e eu aqui tenho que mencionar a Embaixada, isto mais uma vez é pela minha experiência, porque o que eles fazem é ajudar muito na divulgação e especificamente aqui em filmes. Quando há filmes coreanos, atenção, quando eu digo filmes coreanos podem ser ou não de diretores coreanos, podem ter atores coreanos e não serem filmes feitos na Coreia, por exemplo. A Embaixada, se esses filmes virem a passar em algum cinema em Portugal, sobretudo em Lisboa, muitas vezes é só em Lisboa, há outros que se espalham pelo país, a Embaixada vai divulgar e agora mais especificamente, talvez para quem não souber, a Embaixada tem um grupo de repórteres voluntários que são selecionados todos os anos e ela convida estes repórteres para irem assistir os filmes e os repórteres depois fazem um reel, fazem um post, fazem stories, por exemplo, no momento em que lá estão, falam-se sobre a história, dizem quem são os atores, os diretores, e isto em Portugal, eu acho que ajuda muito na divulgação para além das páginas, por exemplo, do Instagram, que falam sobre a cultura coreana, eu acho que também ajudam a divulgar isto em Portugal, porque nós somos um país pequenino, não há ainda assim muita, muita, muita gente a falar, não há canais que divulguem muito, portanto, os pouquinhos que há, divulgam sempre e eu acho que a Embaixada faz muito bom trabalho nisso porque eles incentivam-nos, eles avisam quando vai haver e incentivam-nos a ir para os repórteres irem e divulgarem isto.

Em Portugal, acho que em relação ao cinema, sobretudo, eu, por exemplo, fui ao cinema uma vez em Braga, ver um filme que lá estava. Não era de um diretor coreano, mas era com atores coreanos, e fui ver ao cinema e estive sozinha na sala. Ou seja, muitas vezes, acho que não é que não haja divulgação, muitas vezes não há interesse, sobretudo na área, tipo, era uma segunda-feira em Braga, não há assim tanta gente que tenha

interesse e não quer dizer que não esteja a ser divulgado. Mas pronto, é isso. Em Portugal acho que é isso.

Maria: A produção de filmes na Coreia do Sul tem se destacado pela alta qualidade técnica, incluindo cinematografia, edição e design de som. Os cineastas têm explorado uma ampla gama de gêneros e estilos cinematográficos, desde dramas intensos até thrillers e comédias, sempre com roteiros originais e marcantes, o que tem atraído muito os públicos mundiais. A participação em festivais de cinema internacionais, como o Festival de Cannes, onde filmes sul-coreanos ganharam prêmios importantes, ajuda a aumentar a visibilidade e o prestígio dos cineastas sul-coreanos. E, mais uma vez, as redes sociais. O uso eficaz das redes sociais e plataformas digitais tem facilitado a divulgação de filmes sul-coreanos para um público global.

Sara G.: A publicidade dos canais de transmissão e as redes sociais sem dúvida. Nos últimos 2 anos noto um aumento de páginas portuguesas com criação de conteúdo sobre a cultura sul coreana. Sejam elas comunidades de fãs, contas de influencers ou criadoras de conteúdo (como a minha).

Sara P.: Acho que efetivamente, enquanto o K-Pop foi um produtor recebido mais facilmente, eu penso que o cinema, tal como a literatura, é uma coisa que demora mais um bocadinho a chegar. Porque não é tão instantâneo como a música, ou como gostar de uma banda e conseguir acompanhar, porque lá está, tens essa ajuda da legenda, essa ajuda de ser online, ou seja, é uma coisa que está sempre alcançável.

Quando tu estás a consumir formatos um bocadinho mais complexos como o cinema, como um livro, já há alguns livros de autores coreanos que passaram para a cultura popular, também em Portugal, mas se falarmos, por exemplo, da poesia coreana, que é uma coisa que requer mais compreensão, mais contexto, e um esforço maior da parte do receptor, e às vezes é muito disso que se trata, quando as pessoas não têm uma ligação tão grande ao cinema. Especialmente agora, que nós estamos habituados a conteúdos de formato muito mais curto. Às vezes é um bocadinho disso que se trata.

No entanto, existe este esforço proativo da Embaixada em fazer esse tipo de divulgação. Aqui no Porto, nós vemos muitas vezes, mas é naqueles cinemas que apoiam mesmo o cinema da autora, ou que são cinemas mais clássicos, por exemplo, no Trindade, no Batalha.

Há, muitas vezes, programas dedicados, meses inteiros dedicados, por exemplo, só a um realizador coreano, ou só a um realizador japonês, ou só a um realizador da nacionalidade, mas lá está, já é uma coisa mais de niche tu conheceres o realizador e, olha, estão a fazer este programa de filmes do Parque Chernobyl na Trindade. Enquanto que os blockbusters coreanos, acho que não passam, assim, tanto para este lado quanto isso, e uma das coisas que acontece é que podes ter um blockbuster muito bom coreano, por exemplo, nós temos o caso do Train to Busan, que a gente sabe que é um excelente filme, em coreano, qual foi a ideia deles? “Ah, sim, este filme é muito bom, as pessoas gostam dele, vamos fazer uma versão ocidental, (que está a ser feita, supostamente), vamos fazer uma versão em Hollywood e vamos vender isto”. É um bocadinho absurdo, na realidade, porque vais ter de estar a traduzir um filme inteiro, e não é só as géneros, é o filme inteiro.

Mas, sim, há uma estratégia de comunicação forte da parte da Embaixada aqui. Culturalmente, também se vê aqui entrar nos meios de comunicação algumas reviews dos filmes, mas, mundialmente... eu vi este caso muito engraçado acontecer recentemente, que a própria indústria ocidental já se cola um bocadinho àquilo que é a cultura coreana para ter atenção, para ter sucesso. E isto eu reparei no caso do último filme da Marvel, que foi Deadpool vs Wolverine, e eles colaram-se ali de uma grande secção.

Eles tiveram dinheiro para uma press-tour, que aquilo foi fantástico. Quem me dera a mim, enquanto profissional de Relações Públicas, que me apresentasse o orçamento daquela press-tour. Aquilo, para mim, foi fantástico, porque eu olhava para um lado, olhava para o outro, e eu via Deadpool e Wolverine em todo lado. E eles pegaram-se ali muito na alavanca do grupo masculino, do K-Pop, que são os Stray Kids. Eles fizeram, efetivamente, uma música para o filme, estiveram com eles na Coreia, eles apareceram no music video que eles fizeram do último comeback deles, estiveram com os membros,

apareceram em inúmeros reality shows coreanos, e aquilo era uma loucura, aquilo parecia que o filme era só para a Coreia. Mas não, também foi uma forma das pessoas, tal como a Bruna disse, fazerem essa ligação: “Mas aquele grupo tem uma música e ainda estão no filme. Ah, temos de ir ver, nem que seja só para ver a música”. “Ah, mas eles aparecem no music video. Então porquê eles aparecem no music video? O que é que esta pessoa está aqui a fazer com esta?”. Este ponto de referência, em si, também não é, ah, vamos colocar porque é engraçado.

Não, isto é estratégico- é a própria indústria americana a ver um valor em aliar-se a referências culturais coreanas. Portanto, acho que tanto se funciona por um lado como para o outro neste nível mais mundial, por assim dizer. E nesta parte do blockbuster. O Cinema de autor é completamente diferente. Nós temos visto e os filmes de autor aliás, valem sempre por eles mesmos, porque ou estão sempre num Cannes, ou estão sempre num Sundance. Ou seja, nos festivais de peso do cinema, há sempre alguma coisa coreana, portanto não há melhor estratégia que essa.

Quais acredita terem sido os principais pontos que tornaram o cinema sul-coreano num fenómeno de sucesso mundial?

Ana: Primeiramente, as narrativas inovadoras e complexas, muitas vezes misturando géneros e explorando temas profundos, destacam-se pela originalidade. A alta qualidade de produção, com atenção à estética e técnicas avançadas, oferece uma experiência cinematográfica impactante. O reconhecimento em festivais internacionais e a conquista de prémios.

Além disso, as campanhas de marketing eficazes e a distribuição através de plataformas de streaming que facilitaram o acesso global.

Bruna: Olha, eu fiz aqui tópicos. O primeiro é, ao coreano ser reconhecido, aquele ponto que nós falámos em ser o boom de qualquer coisa- seja BTS, seja Gundam Style, seja Parasite-, o coreano foi reconhecido e imediatamente abriu as portas para que todos possam ver e para outras coisas agora possam ser introduzidas e ter o seu sucesso. O segundo, eu acho que a arte cinematográfica coreana e o humor coreano são muito

específicos e quem gostar, por exemplo, desse tipo de filmes, calhar não encontra este tipo de humor em outras culturas ou em outras nacionalidades, digamos assim. E o terceiro, acho que a abordagem da cultura da parte mais tradicional, que é algo diferente e torna-se interessante, também é algo único da Coreia. Porque por muito que nós, por exemplo, aqui, a nossa cultura entre aspas europeia, nós temos culturas muito parecidas aqui, mas lá, por exemplo, não se pode comparar a Coreia com o Japão, porque são completamente diferentes, os edifícios são diferentes e, portanto, se alguém quiser ver aquele estilo, aquela tradição, aquela cultura, tem que consumir conteúdo coreano. Então, acho que isso foram os principais pontos que tornaram o cinema coreano em si, que é muito específico e muito especial, digamos assim.

Maria: Como referi na pergunta anterior, acho que se deveu à ampla variedade de gêneros, incluindo drama, thriller, comédia, terror e romance, às narrativas onde frequentemente abordam questões sociais, culturais e emocionais de uma maneira que ressoa com o público global, os personagens bem desenvolvidos e multifacetados e uma cinematografia frequentemente elogiada por sua estética visual única e sofisticada. O reconhecimento internacional (em premiações globais) e a popularização do K-Pop também são fatores importantes a ter em conta.

Sara G.: A criatividade e a diferença cultural. A forma inteligente como apresentam a sua cultura. Aqui ocorre-me um exemplo muito específico, como o drama Squid Game ou Round 6, que entregou um conceito inesperado e diferente, que gerou curiosidade nos espectadores e que cativou muitos deles para conhecer mais sobre a cultura coreana, que foi o meu caso.

Sara P.: Concordo. Há estas linhas muito notáveis do porquê de os filmes começarem a ser tão conhecidos mundialmente, e era também pelos seus elementos distintivos. Havia muita teoria de que os conteúdos coreanos funcionavam bem, começaram a funcionar primeiramente bem nos países que estavam à volta da Coreia, porque refletiam valores tradicionais e valores conversionistas e toda a gente se revia. Só que,

depois, começou a haver essa propagação e essa primeira explicação caiu um bocadinho por terra e deixou de funcionar. Havia um autor muito interessante que dizia que os coreanos tinham um tacto muito específico para criar um tipo de performances que os outros países não tinham. Eles conseguem criar uma narrativa, conseguem criar um panorama cinematográfico que mistura as próprias inspirações deles com aquilo que já existe, que é a inspiração normal, não é? Tu olhares para o que é que já existe antes de fazer aquilo que vais fazer originalmente. E consegue resultar nesse tipo de traços como o humor coreano ou como o drama coreano, que também é muito reconhecível, que tem sucesso porque também apela àquilo que eu disse dos valores universais. Portanto, eu acho que é por aí.

Como vê o fenómeno do crescimento dos doramas (*K-Dramas*) nos serviços de streaming?

Ana: Plataformas como a Netflix têm facilitado o acesso a esses conteúdos, permitindo que audiências internacionais descubram e se envolvam com produções coreanas. K-dramas como "Crash Landing on You", que mistura romance e comédia, e "Squid Game", um thriller dramático com críticas sociais, exemplificam o apelo e a diversidade das narrativas, que por serem tão diversas e terem representatividade em vários géneros, acabam por arrecadar fãs com gostos completamente díspares entre si. O formato de episódios dos K-dramas, que incentiva o "binge-watching", ajuda a manter o envolvimento do público.

Bruna: Eu acho que é ótimo ver este crescimento, e realmente está a haver o crescimento, mas o meu ponto aqui é uma nota negativa porque é um crescimento, a meu ver, muito lento. Apesar de, muitas vezes, a Netflix estar cheia de coisas coreanas, tem um monte de coisas, mas são as coisas mainstream e é o que chega, e é o que nos chega. Se calhar, eu não teria noção se não tivesse, por exemplo, amigos coreanos e eu peço recomendações de acordo com os meus gostos, porque lá está, eu não gosto muito dos dramas, então eu digo "olha, dá-me um filme ou um drama assim, assim e assado". E eles dão-me uma lista e eu vou à Netflix ou a outras plataformas procurar e eu não

encontro nenhum dos filmes que eles me recomendaram. E depois eu digo, “olha, estes não há nenhum. Diz-me um que haja na Netflix”. E ele dá-me outra lista, não há nenhum. Porquê? Porque a Netflix na Coreia é diferente da Netflix em Portugal e é diferente de qualquer coisa, de qualquer outro país. E eu digo isto, por exemplo, do Prime, porque havia um reality show que eu queria ver muito no Amazon Prime e em Portugal não há. Eu sei, aquilo só existe no Prime, mas em Portugal não dá, não consigo ver. Ou seja, há este crescimento, mas só daquelas coisas muito populares que agora toda a gente sabe. Agora, um filme diferente, com um nome diferente, com um tema diferente, em Portugal as plataformas não têm muitas opções. Têm algumas, mas eu acho que este crescimento está lento. Tendo em conta a minha experiência e os filmes que os próprios coreanos recomendam, não estão acessíveis para nós. Agora, porquê? Não sei, serão coisas que são muito específicas, lá está, para o povo coreano e que a Netflix acha que não vai vender fora... Mas é assim, se está na Netflix nos países, porquê que também não pode estar aberto para nós? Ou no Prime? O do Prime até acho mais ridículo, porque eu queria ver aquele programa do Genius Kitchen, que tem o Park Seo Joon, o que fez Parasite, e... Não existe, mas existe a temporada 2, que é tipo backstage, ou eles juntam-se depois de tornar essa série para fazer não sei o quê. E isso está... Mas a primeira temporada não está, ou seja, ver a segunda, que é um bocado... Não tem a ver, não é a continuação da primeira, é tipo parte de... Eu nem vi porque não faz sentido, porque eu nem consegui ver a primeira parte. Então, qual é a lógica de conseguirem pôr a segunda e não pôrem a primeira? Portanto, eu acho que o que está disponível é bom, mas é pouco. Podia haver mais.

Maria: Com o aumento dos serviços de streaming, como Netflix, Amazon Prime Video e outros, os doramas tornaram-se mais acessíveis a um público global. As plataformas oferecem uma ampla variedade de títulos, permitindo que mais pessoas descubram esses gêneros e estilos. Os doramas têm se destacado pela sua produção de alta qualidade, com roteiros envolventes, boas atuações e uma estética visual atrativa. Mais uma vez, as redes sociais desempenham um papel crucial na promoção de doramas. Os

fãs compartilham suas opiniões, criam conteúdos e interagem uns com os outros, o que aumenta a visibilidade e atratividade desses programas.

Sara G.: É evidente o aumento do leque de opções nas principais plataformas e também maior disponibilização dos conteúdos, isto é, existem várias apps e sites onde podem ser vistos diferentes K-Dramas e ainda várias comunidades que disponibilizam traduções gratuitas e aqui temos que dar o devido mérito às comunidades brasileiras, que acabam por aumentar a nossa acessibilidade, a nós portugueses.

Sara P.: Eu acho que, sobretudo neste crescimento, denota-se uma exploração temática maior. Ou seja, já perceberam que não podem chegar à Netflix e são todas as histórias amorosas, histórias dramáticas que, para eles conseguirem ter uma oferta diversificada porque isso sempre foi o grande mote da Netflix. Eles têm, também, de começar a fundar aqui, de meter dinheiro, basicamente em temáticas coreanas diferentes e em formas diferentes de apresentar as histórias. Isso tudo nota-se, exatamente, na justaposição que existe entre os dramas lovey-dovey, os dramas policiais, webséries, thrillers e depois uma coisa que também está recentemente a entrar com muita força na Netflix, que são os reality shows coreanos. Nestes últimos anos, mais do que nunca. Portanto, eu não acredito que eles tenham dito “ah, esta é a fórmula e vai ser esta a fórmula para o resto deste investimento”.

Não, eles estão a explorar vários cantos, porque já sabem que funcionam muito bem os conteúdos, mas estão a tentar encontrar maneiras diferentes de o fazer. Umas resultam, outras falham, mas isto é muito a naturalidade da indústria cinematográfica. Agora, porque é que está a haver este investimento e porquê que está a haver esta aposta nos diferentes formatos, nos diferentes temas? Porque, efetivamente, as pessoas estão a consumir, as pessoas consomem K-dramas.

Há pessoas que dizem “ah, mas a Hallyu já está um bocadinho aqui na decadência, já está a enfrentar um declínio”. Não, eu acho que a Hallyu está, no fundo, a enfrentar aquilo que é uma normalização, não é? Se a cultura coreana já entrou no mainstream, já não estamos naquele pico, já estamos na normalização de nós gostamos disso, nós

consumimos isto, ou seja, já faz parte do mainstream. Então, tem sido o crescimento até agora, vai continuar a ser, tanto quanto outras coisas também já estão a chegar ou a tentar chegar a esse nível.

Por exemplo, este fenómeno que se tem visto ultimamente também das novelas turcas, agora já começam a aparecer duas ou três novelas turcas na Netflix, já começam a aparecer duas ou três novelas turcas no Disney Plus, e as pessoas dizem “não tenho que ver as novelas turcas”. As minhas tias e as minhas primas veem novelas turcas inteiras no Facebook, aquilo é uma loucura. Então, lá está, a partir do momento em que a indústria percebe que alguma coisa está a mudar, eles fazem o investimento.

E depois, se é um fake e aquilo é um par de anos e as pessoas acabam por perder o interesse, mas agora, nos K-Dramas está a ser interessante, porque estamos a ver estes vários pontos, estas várias esferas a serem exploradas. E como eu disse, há sempre um K-Drama qualquer que está super na berra durante o ano. E isso já faz parte da própria cultura sul-coreana ser aceite como uma tendência mainstream, o que é um bom indicador.

Quais as diferenças culturais mais predominantes nestas obras cinematográficas?

Como é que elas ressoam na nossa vida diária?

Ana: A etiqueta social e o comportamento, como o respeito pelos mais velhos, são frequentemente retratados, influenciando os espectadores a adotar comportamentos mais respeitosos. Os estilos de vida e a moda apresentadas, como roupas elegantes, afetam as tendências de moda globalmente. Também a culinária e a vida urbana despertam a curiosidade dos espectadores.

Bruna: Quanto a mim, em relação às diferenças culturais entre a nossa cultura e aquilo que nós vemos nos dramas e nos filmes, é tudo. Desde aquilo que eles comem, desde a maneira que falam, dos maneirismos, da cultura dos edifícios, da casa, de tudo. Acho que é tudo diferente. Mas, em relação a como é que elas influenciam a minha vida diária, se eu pegar nessa parte da ideia dos dramas, eu digo “nada” ou “quase nada” porque, pessoalmente, eu vejo isso como entretenimento. É uma coisa que eu vejo porque

gosto, para aprender coisas novas. Mas, talvez no meu dia-a-dia, isso não influencie em nada. Talvez apenas uma vontade de comprar algum produto milagroso, skincare, ou dar-me vontade de ir comer topokki. Mas fora isso, eu acho que, pessoalmente, ver dramas, não me influencia no meu cotidiano.

Maria: Acho que as diferenças culturais entre as obras cinematográficas sul-coreanas e portuguesas refletem as particularidades históricas, sociais e estéticas de cada país.

Muitas obras sul-coreanas exploram dinâmicas familiares complexas e questões de identidade, abordam muitas vezes a tensão entre as tradições e a modernidade. Além disso, o cinema sul-coreano é conhecido por seu uso inovador de gêneros, especialmente o horror e o suspense que pode refletir ansiedades sociais e políticas.

No caso português, o cinema tende a refletir sobre a história, a colonização e os traumas coletivos enquanto explora questões identitárias através do passado, exatamente por isso é que, muitas obras, têm um estilo mais introspectivo e poético.

Em termos estéticos, o estilo visual sul-coreano é geralmente vibrante, com montagens dinâmicas e uma forte atenção ao design de produção, enquanto que o português é mais minimalista.

Sara G.: Eu diria que na realidade as semelhanças são poucas. Penso que os portugueses, bem como muita população internacional evoluiu imenso nos últimos anos e notamos muita diferença na forma de agir, pensar, vestir de uma geração para a outra. Nos K-Dramas eles demonstram que grande parte dos seus costumes e valores permanecem ao longo de décadas. Como já a referi a questão da hierarquia, além de respeitar obedecer aos mais velhos, ou pessoas de posição hierárquica diferente como um chefe/patrão. Entre diversas outras questões. E como elas permanecem quase inalteradas ao longo das gerações, a nossa população atual, evoluída, sente um choque cultural elevado. A consequência disso já pode ser um processo individual, em que cada um reflete e adota algum comportamento ou altera algo na sua conduta ou rotina, face ao que aprendeu, que sentiu.

Sara P.: Eu acho que uma coisa muito notável, quando eu vejo filmes ou dramas coreanos ou o que seja, é a organização hierárquica e familiar que elas têm. Às vezes, é muito estrutural e é muito diferente daquela que nós adotamos vivendo numa sociedade ocidental. Temos dinâmicas familiares um pouco mais flexíveis, mais diferentes, mas lá está, isto é a comparação que se pode fazer com o que nós vemos, porque nós não sabemos se na realidade as famílias coreanas são efetivamente assim. No entanto, em muitos outros dramas que eu vejo, é o tipo de idealização que nos é passado. E os valores, às vezes, também são coisas que se toam completamente daquilo que nós temos como valor.

Mas não quer dizer que seja um *clash* mau, não quer dizer que esteja errado ou certo. Quer dizer que é diferente e nos faz entender que há diferentes formas de ver o mundo. E isso é muito bom. Só esta partilha faz com que depois nos consigamos educar e também ter uma visão mais abrangente do mundo.

Uma coisa que a sociedade coreana me ensinou, tanto através destes conteúdos, como quando eu estive lá em intercâmbio, é que é muito uma sociedade da coletividade muitas vezes. E isso faz muito parte das sociedades orientais, mas agora também já está a mudar um bocadinho na Coreia- de tu teres noção do teu papel para o coletivo, e teres noção de que tens de estar lá para o outro antes de estares primeiro para ti. Eu e as minhas amigas, que fomos para o intercâmbio, notamos muito isso em gestos pequenos. Por exemplo, uma das minhas novas amigas estava no autocarro na Coreia e estava muito calor. Fomos para lá em agosto e estava muito calor. E ela estava assim, mesmo ofegante, tentando ficar sem calor no autocarro porque estava muita gente junta, obviamente. E o senhor que estava ao pé dela, de pé, pegou na coisa do ar-condicionado e virou para ela, sem dizer nada. Estão a perceber? E é um gesto muito pequeno, podia ser uma daquelas coisas que a gente nem notava. Mas, se calhar, não havia discernimento de fazer isto no autocarro em Portugal. Estão a perceber? Há caso a caso, mas esta maior perceção que eles têm do cuidado com o outro é uma coisa que nós, enquanto sociedade ocidental, somos um bocadinho mais individualistas. Já mais o nosso amigo, o amigo da nossa família... estamos ali um bocadinho no cerne. Então,

acho que eles têm outra consciência social. E isso é histórico, é histórico para a parte deles, é histórico para a nossa parte. Mas acho que o encontro desses valores, as minhas experiências presenciais na Coreia do Sul, e também no entretenimento- em que, tantas vezes, nós vemos os tropas de os filhos a sacrificarem-se pelos pais ou os pais a sacrificarem-se pelos filhos-, são coisas que também nos fazem refletir dessa maneira. Portanto sim, eu costumo dizer que foi o maior presente que eu trouxe da Coreia do Sul. Acho que é a coletividade. Mas de certeza que há muitas outras coisas que se pode aprender. Este aqui é aquele que eu noto que teve mais impacto em mim.

Quando eu comecei a ver K-Dramas, e era das pessoas que repetiam muitas porções, e que estavam em casa, tipo, “Aigo!” Esse tipo de coisas. Mas é do género, “Ottoke!” Aquela que, quando tu comesças a ver os K-Dramas, naquela altura em que eras muito *blank minded*, e eras de género, “isto é mesmo fofinho! Vou sentir!” E depois, “Don't do it!” Um bocadinho dessas coisas.

Pode respeitar-se a vontade. Uma coisa que acontece muito é ouvir, e dizer “Ah, tenho um bocadinho de saudades da Coreia!” Ficar com aquele sentimento no coração. Mas, portanto, não ando aí a emular nenhum tipo de, de carácter, nem comportamento que vemos nos K-Dramas. Porque, efetivamente, é descontextualizado a sociedade em que nós vivemos, é totalmente diferente. Depois, tem repercussões a nível da própria imagem da Coreia do Sul, que não são positivas, porque nós não podemos andar por aqui a falar coreano só porque sim, ou a fazer expressões, ou a ter aqueles maneirismos coreanos... depois, as pessoas ficam a andar e dizer “Ah, isso é um bocadinho esquisito!”. É, faz parte da cultura, mas não é a nossa! E é por isso que não, não nos devemos apropriar dessa maneira. É essa a lição.

Parte 4. Impactos nos quotidianos

Que tipo de impacto o *K-pop*, *K-Dramas*, cinema sul-coreano, entre outros tiveram na sua vida diária? Pode dar exemplos de manifestações quotidianas?

Ana: Tem um impacto significativo! No meu negócio de artesanato, incorporo temas inspirados na cultura sul-coreana, criando peças que atraem clientes interessados nessa cultura. A minha equipa de organização de eventos de K-pop organiza experiências que refletem a estética dos concertos coreanos, bem como aspetos da cultura tradicional, enriquecendo os eventos que promovemos. Estou a aprender coreano, o que me permite apreciar melhor os conteúdos sul-coreanos e facilita a comunicação com fãs e parceiros. Além disso, a moda e os cuidados com a pele inspirados pelo K-pop e pelos K-dramas influenciam o meu estilo pessoal. A exposição a essas culturas também ampliou o meu interesse por temas sociais e culturais abordados nessas produções.

Bruna: eu acho que o facto de ter conhecido a Coreia mostra que eu cheguei a um ponto onde o impacto foi geral e completo. Porque desde o momento que eu acordo numa almofada dos BT21, lavo a cara e faço o skincare com produtos coreanos, tenho o kimchi no frigorífico que comi ao almoço, toda a decoração do meu quarto são com artigos coreanos, tanto K-pop como artigos tradicionais, culturais; estudo coreano diariamente; ao fim do dia, sou capaz de ver um filme ou ler um livro de um autor coreano; estou no Instagram e no YouTube a consumir e a partilhar conteúdo sobre a Coreia; quando vou trabalhar, entro no carro e a música que ouço é K-pop, porque é os CDs que eu tenho...Portanto, literalmente, desde quando eu acordo até quando eu vou dormir, eu tenho muitos, muitos pontos que me conectam com a Coreia. E, por exemplo, aquilo que estavas a dizer, de haver pequenas coisas no nosso dia-a-dia, de eu desbloquear o telemóvel e o fundo ser uma paisagem da Coreia, por exemplo, acontece comigo a toda hora, porque estou literalmente rodeada e tudo aquilo que eu faço tem a ver com a Coreia, ao fim e ao cabo. Portanto, por exemplo, o que eu disse há bocadinho dos dramas, os dramas em si não influenciam em nada, mas o fato de eu ter mergulhado nessa cultura há imenso tempo e de ter conhecido a cultura e de ter consumido a sua tradição e querer aprender mais e viver a cultura coreana, conhecer o país e tudo, hoje em dia estou num ponto que, como estávamos a dizer, a Bruna, antigamente, nunca imaginaria o que eu seria hoje. E eu hoje sou uma pessoa completamente diferente do que eu seria se eu não tivesse conhecido o K-Pop em 2016.

E pronto, o meu dia-a-dia é completamente influenciado pela cultura coreana e pelas escolhas que eu fui fazendo ao longo de todos estes anos.

Maria: O impacto do K-pop, K-Dramas e do cinema sul-coreano na minha vida diária é bastante significativo e manifesta-se de várias formas. Através do meu negócio de artesanato, uso elementos da cultura coreana, como ícones estéticos dos ídolos de K-pop e temas dos K-Dramas, para criar peças únicas. Essa inspiração motiva-me a explorar novas técnicas e estilos de ilustração, permitindo-me expressar a minha admiração pela cultura. A paixão por K-pop e cultura coreana trouxe-me um senso de comunidade. Através dos eventos que organizo, consigo reunir fãs e pessoas com interesses semelhantes, criando laços que vão além do simples consumo das obras. Isso enriquece a minha vida social e proporciona-me novas amizades. As aulas de coreano que faço também são um reflexo do impacto da cultura sul-coreana. Aprender a língua não só me permite compreender melhor as letras das músicas e os diálogos dos dramas, mas também me ajuda a conectar-me ainda mais com a cultura, o que é fundamental para o meu trabalho como ilustradora e organizadora de eventos. A influência do K-pop também se reflete no meu estilo pessoal. Muitas vezes procuro roupas e acessórios inspirados nas tendências da moda coreana, o que se tornou uma forma de auto expressão e criatividade no meu dia a dia. Assistir K-Dramas e filmes sul-coreanos tornou-se uma parte agradável da minha rotina. Eles não apenas me proporcionam entretenimento, mas também oferecem uma nova perspectiva sobre a vida e a cultura coreana, o que enriquece a minha compreensão e apreciação por essas manifestações artísticas.

Sara G.: Primeiramente tornaram-me fã do entretenimento sul coreano, sendo que consumo muito conteúdo. Atualmente assisto apenas a K-Dramas, não tenho o mesmo nível de interesse em dramas de outros países. A nível musical ouço maioritariamente K-Pop e invisto algum dinheiro aqui, sobretudo em álbuns. Portanto a nível de finanças trouxe uma despesa extra. E depois, influenciaram-me motivando-me a experimentar comidas novas (porque antes não me aventurava muito. A curiosidade de provar o que via nos dramas ajudou) e por fim fui influenciada a cuidar mais da minha pele (porque

os sul-coreanos são prós nos cuidados da pele e na prevenção dos sinais de envelhecimento).

Sara P.: A partir do momento em que tu passas de gostar só e de apreciar o entretenimento para procurar essa cultura um bocadinho mais, essa conexão um bocadinho mais profunda com a cultura e de conhecer a cultura e o país para além do *layer* superficial que nos é trazido através do entretenimento- encontras um país encantador e uma cultura encantadora e acabas por criar uma familiaridade. Sobretudo as pessoas que experienciam viver na Coreia do Sul durante algum tempo, acabam por criar uma familiaridade um bocadinho esquisita- eu estava a 11.000 km de casa, e eu sentia-me em casa. Eu sinto que, na Coreia, consegui criar o meu espaço, eu conseguia ter o meu o meu conforto (o que não é expectável, porque tu vais para um país completamente diferente, com uma língua completamente diferente e pode ser completamente diferente- não é expectável que faças isso tão facilmente). E, depois, acaba sempre por ficar um bocadinho contigo, é sempre o teu ponto de conforto- ouvir músicas coreanas, ver filmes coreanos, ler... quando crias essa conexão, todos os dias tu tens aquela pontinha, aquela invisible thread que te conecta, que já faz parte das coisas que tu fazes, porque é uma coisa que te traz conforto e que te traz familiaridade.

Uma coisa que eu faço que é muito engraçada é que eu sofro de sinusite, e sempre que eu sofro de sinusite, uma das primeiras coisas que eu faço antes de utilizar qualquer spray ou qualquer coisa é mandar vir uma sopinha de tofu e kimchi. E eu sei que aquilo vai curar-me. E porque é que eu sei isso? Porque eu tive curiosidade. Eu via as pessoas a comer do frio da gastronomia delas, nos teatros e nos cinemas; fui lá, experimentei, e depois foi uma coisa que ficou sempre comigo. Ou seja, não é não é aquela coisa de “tenho uma sinusite, vou tomar um medicamento”, mas “tenho uma sinusite, vou comer uma sopa coreana”.

Estas particularidades só nós encontramos na nossa relação com este país e com esta cultura. Depois, vão-se inculcando em nós e as decorações no quarto, que são pedacinhos que nós, da forma como nós vemos a Coreia, como nós apreciamos a Coreia,

e depois também passa a ser o contexto em que nós nos movimentamos melhor. É muito isso: quando chegou a altura de eu decidir aquilo que eu queria estudar como tese como dissertação final, escolhi aquilo que, para mim, era mais familiar. Aquilo que eu sabia, que eu percebia aquilo que eu estava dentro. Uma coisa que eu estivesse dentro que eu pudesse trazer dentro para fora era esta relação que nós temos com esta cultura e que lado negro é que existia disso. Foi isso que eu procurei estudar, porque eu consegui criar uma familiaridade com a Coreia, consegui trazer aqueles comportamentos que me ligam à Coreia no meu dia-a-dia e, depois, estava presente numa comunidade onde existia este grupo de pessoas, estes outcasts que eram obcecados com a Coreia até às pestanas e que queriam ser coreanos e que só comiam coisas coreanas. Encontrar esse meio termo e depois conseguir separar-nos de muitos e conseguir perceber que tipo de interpretação e qual é se há sequer um modo adequado de lidar com a cultura leva-nos muito a refletir sobre isso. De certa forma, a Coreia está presente no nosso dia-a-dia quase de forma inconsciente, porque já criamos essa relação. Então, acho que o impacto é diário e permanente e assim continuará a ser em muitas vertentes da nossa vida.

Anexo 3. Transcrição da Entrevista - Grupo 2

Parte 1. Representações face ao entretenimento sul-coreano

Como acha que o povo português (no Porto, especialmente) recebeu este tipo de ascensão e comercialização do entretenimento sul-coreano? Pode indicar algumas exemplificações?

Bruna: Eu diria que, assim como tudo, foi um processo. Quando eu comecei a acompanhar a indústria do cinema e do *K-pop*, gostar de músicas, *K-Dramas* e filmes de uma origem não ocidental era visto com maus olhos. Digamos que a xenofobia estava e continua a estar muito enraizada na nossa sociedade.

O nosso país, por ter uma população mais envelhecida, é lar de muita gente com ideologias retrógradas, que são passadas aos mais jovens. Tendo isso em conta, a ascensão do entretenimento sul-coreano levou o seu tempo e eu diria que ainda não atingiu o seu auge.

Sim, a comida e o cinema são bastante comentados e consumidos, principalmente nos grandes centros urbanos, mas gostar de música coreana, por exemplo, ainda é algo não tão comum. Apesar da popularidade de grupos como BTS e Blackpink, mal se ouve falar de outros artistas que, muitas vezes, produzem música que é mais do género a que a população portuguesa está habituada: ao *pop* de origem norte-americana, por exemplo.

Carolina: Apesar de ter morado no Porto durante cerca de um ano, penso que não tenha conhecimentos suficientes para analisar a perceção sentida pela comunidade face à ascensão do entretenimento sul-coreano. Contudo, e uma vez que eu já era impactada pelos produtos de *K-Pop* antes de mudar de cidade, fui capaz de reparar em novos espaços de barbecue sul-coreano, lojas e minimercados dedicados exclusivamente à venda de produtos sul-coreanos (seja alimentação ou cuidados de pele) ou, inclusivamente, espaços de bubble tea cuja música ambiente era *K-Pop*. Ainda, também notei, apesar de nunca ter participado, que o Porto era um destino bastante escolhido

para a realização de encontros de fãs da cultura sul-coreana, onde eram trocados presentes artesanais e eram criadas atividades em torno dos artistas favoritos.

Gustavo: Eu acho que pelo menos no porto, visto que é um dos sítios onde posso verificar o impacto, foi bem aceite, assim como já tínhamos lojas como a MINISO, que neste caso é mais uma diversidade de produtos e de comércio asiático, mas também lojas como os mercados asiáticos, tem um que até é conhecido por algumas pessoas no porto na zona acima da Trindade, que sempre que vou lá costuma estar com bastantes pessoas, o que é de admirar para uma loja que é relativamente pequena. Foi bem aceite pelo que pude vivenciar.

Luís: Na minha opinião, a receção por parte do público foi bastante positiva. Muitos dos consumidores do entretenimento sul-coreano ficaram satisfeitos por finalmente o mesmo ser explorado e publicitado na sua área de residência. Tivemos o exemplo de vários encontros em grupo para homenagear e discutir a cultura do *K-Pop*, e sessões de filmes, relacionados ao mesmo tópico, esgotadas.

Que tipo de repercussões, positivas ou negativas, considera que o contacto com novas realidades (através do entretenimento) traz às culturas envolvidas?

Bruna: Em termos económicos, a Coreia do Sul beneficiou e beneficia, sem qualquer dúvida, da popularização da cultura do país. Contudo, a forma como a vida por lá é representada no entretenimento não é fiel à realidade, o que leva as pessoas a idealizarem algo impossível. Diria, portanto, que existem bastantes repercussões negativas devido à disseminação de informação distorcida, mas que também existem consequências positivas, como, por exemplo, o aumento da emigração para o país em questão, que leva a que essa sociedade tenha acesso a novas ideias, assim como nós, enquanto consumidores do entretenimento por ela proporcionado.

Carolina: Acredito que o contacto com novas culturas traga sempre um impacto positivo, nem que seja para compreender o que, a nosso ver, se passa de “errado” e aprender sobre isso. A multiculturalidade é comprovadamente benéfica, e a integração de novas realidades acrescenta-nos sempre, não só porque somos forçados a sair da nossa “bolha social” e aprendemos novas práticas e costumes, como nos tornamos menos resistentes à mudança ou eventuais choques com pessoas culturalmente diferentes de nós.

Gustavo: Eu penso que neste aspeto depende muito das pessoas em específico que têm contacto com as novas culturas. Há pessoas que aceitam mais facilmente realidades diferentes, eu, por exemplo, tenho família sul-coreana, e desde pequeno que demonstrei a algumas pessoas isso, como amigos de escola e afins, alguns aceitavam facilmente, outros nem tanto. Porém penso que nos dias de hoje é mais aceite, e uma das coisas boas disso é que assim as pessoas realmente têm mais conhecimento, existe mais vendas de produtos e comidas como o caso do Kimchi, que recentemente tem sido muito usado por pessoas cá em Portugal por terem visto *K-dramas* e outros shows que mostram comidas específicas da cultura.

Outra coisa boa que acho é que até se torna mais fácil de experienciarmos a cultura, na compra de produtos, como *skincare*, provar a gastronomia, como o Kimchi que indiquei antes, e outros mais. A parte má seria mesmo o preconceito que ainda existe, mesmo que não gostem, é necessário haver respeito.

Luís: Bem, sinto que obviamente uma das repercussões mais positivas que o país da cultura exposta pode ter seria monetária. Com alta atenção do público, e exploração a nível de marketing, podem lucrar bastante e ainda apostar esse dinheiro em melhorar a mesma.

Pelo lado negativo, terei de mencionar o facto de perturbar e incomodar a vida dos habitantes dos países dos quais a cultura está em “alta”. Com tanta atenção, o turismo e atividades turísticas crescem e obviamente que isso pode afetar e perturbar o dia a dia do povo.

Parte 2. Perspetivas face à identidade cultural sul-coreana

Como acha que a identidade cultural sul-coreana se apresenta e fala com os seus recetores?

Bruna: Acredito que a representação por vezes romantizada da realidade dos sul-coreanos, fazem com que as pessoas criem expectativas muito elevadas, que no fim levam à decepção, se a pessoa que consome media coreana não se importar em fazer pesquisa e ver o que está além da superfície. Quando uma pessoa realmente interessada na cultura sul-coreana faz a sua pesquisa, percebe que a sociedade que tanto admira tem diversas falhas, devido a mentes fechadas, destacando-se os ambientes de trabalho tóxicos, o funcionamento da educação que leva adolescentes a desenvolverem problemas mentais de grande gravidade, e muitos outros aspetos. A cultura coreana, por estar a ganhar reconhecimento, apresenta-se como rica e de uma beleza incrível, encantando os seus recetores com a sua culinária, os cuidados de beleza altamente funcionais e o entretenimento de excelente qualidade, e tal é usado como escudo para esconder o que está errado no país: no entanto, como é óbvio, isso acontece com vários outros países. Isto não se trata de um caso isolado.

Carolina: Os produtos da *Hallyu* penetraram com relativa facilidade para os mercados vizinhos e, mais recentemente, ocidentais por se apresentarem de forma doce, inocente e viciante, através das melodias “pastilha elástica”, das cores brilhantes, do ar jovem e da performance sincronizada. Por serem vistos como uma lufada de ar fresco à cultura norte-americana, que detinha quase um monopólio cultural, foram mais facilmente absorvidos, a meu ver. Ainda, o diálogo com os seus alvos de comunicação é bastante mais carinhoso (do género: estamos a fazer bonita alegre para ti; estes cremes são perfeitos para ti; tens mesmo de provar este prato exótico; enquanto a comunicação americana se foca mais no “queres ser como eu”).

Gustavo: Eu acho que são verdadeiros até certos pontos, porque a cultura é muito vista com olhos de pessoas que são perfeccionistas, dá para se ver pelos standards de beleza, e também no aspeto em que toda a gente me diz que as pessoas são muito simpáticas. Eu, pelos menos, penso que isso é uma coisa comum em muitos países asiáticos, mas sim é notável que na Coreia do Sul a simpatia é elevada um pouco. Porém, isso não significa que as pessoas são totalmente simpáticas, porque (voltando ao tópico da beleza) no fundo são capazes de julgar os outros por não terem uma beleza padrão. Apresenta-se bem, mostrando os aspetos bons da cultura, o normal que um país costuma fazer a maior parte das vezes.

Luís: A identidade cultural sul-coreana, tem costume de sempre se representar com a juventude. Alta percentagem da população procura um estilo de vida para “parecer mais jovem”, não só fisicamente mas também a nível social. Desta forma, sinto que a abordagem da mesma, é perfeita principalmente para jovens. Procuram perceber e entender as novas tendências e criar sempre alguma forma de entretenimento com as mesmas incluídas.

Quais são, para si, as justificações para esta disseminação global e reconfiguração desta identidade?

Bruna: A necessidade de ver algo diferente e original, assim como o crescente respeito das pessoas mais jovens por pessoas de diferentes raças e culturas.

Carolina: A principal justificação que encontro, também baseada na minha própria pesquisa académica, é a fadiga sentida pelos produtos norte-americanos. Apesar de não estarem totalmente dissipados (inclusivamente, o pop ocidental está a viver uma era de renascimento graças do *brat summer* britânico e a *pop girlies* como Sabrina Carpenter), os produtos da *Hallyu* deram uma volta de 180º no que estávamos habituados a consumir, lutando pela economia de atenção e apresentando, sempre, produtos novos e inovadores.

Numa hipótese mais pessoal, também penso que a pandemia tenha sido um fator determinante para o *boom* da disseminação global da cultura sul-coreana. As medidas sanitárias, e respetivo confinamento obrigatório, contribuíram para que estivéssemos expostos a novos estímulos e descoberto fontes de inspiração e entretenimento novas. Nesse momento, a *Hallyu* ressurgiu... e o resto é história.

Gustavo: O entretenimento é a maior justificação. Os *K-dramas*, o *K-pop*, os *Manhwas* começaram a ser mais aceites e divulgados pelas pessoas que gostam desses tópicos ajuda muito nesse aspeto. Seja para ver realmente como a população age, quais são tópicos de interesse no país, etc.

Luís: Não há motivos para negar que a identidade cultural sul-coreana é magnífica. Não só pelo que o país em si tem para oferecer, desde história e costumes até paisagens e atividades fascinantes! Mas também pelo facto de aperfeiçoarem tudo o que produzem, desde os famosos *K-Dramas* ou *doramas*, até o tempo de treinamento que qualquer idol tem de enfrentar para ser considerado bom para debutar e se apresentar ao público.

Como sente que o consumo desta indústria sul-coreana mudou as suas perspetivas e identidade pessoal?

Bruna: Eu tive o meu primeiro contacto com esta indústria quando era adolescente, e devo dizer que é graças a ela que sou quem sou hoje: não porque vejo uma vida no seu país de origem como “perfeita”, mas porque o consumo de entretenimento sul-coreano fez com que eu abrisse os olhos para vários problemas, permitindo que eu conseguisse distinguir a ficção da realidade, e a qualidade da literatura, cinema e música fizeram de mim uma pessoa mais crítica e sábia.

Carolina: Sinto que consumir os conteúdos da Indústria do Entretenimento Sul-Coreana me abriu horizontes e permitiu estar mais permeável a conhecer novas realidades. A

barreira linguística já não é o obstáculo que antes parecia ser, e estar exposta a novos contextos fez com que arriscasse mais no meu estilo pessoal, inclusivamente.

Gustavo: A mim, não muito, simplesmente agora tenho que ter mais cuidado a quem digo que o lado da minha mãe é sul-coreano, porque agora parece que algumas pessoas vivem loucas com a ideia de conhecer alguém dessa cultura, mas de resto não mudou nada.

Luís: Sou dançarino desde os meus 4/5 anos de idade, e depois de descobrir o fenómeno mundial K-pop não só fiz amizades incríveis que levo comigo até hoje, mas também comecei a sentir e perceber que este percurso de bailarino me podia levar a algum lado e ser reconhecido! Com isto tudo, comecei a ser mais confiante e também a tentar aperfeiçoar cada vez mais essa minha trajetória artística.

Parte 3. Abordagem do cinema sul-coreano e da *K-wave*

Como acha que a *K-wave*, especialmente no cinema, veio moldar os comportamentos e a forma de pensar dos consumidores?

Bruna: Acredito que a imersão na cultura proporcionada pela *K-Wave* deu aos seus consumidores uma mente mais aberta, e mais revestida pelo respeito pela diferença.

Carolina: Posso afirmar que a *K-wave* despertou curiosidade para áreas que já pareciam não ser mutáveis. Por exemplo, os looks carregados e “cakey” foram trocados pela pele suave e brilhante; os hambúrgueres que jantamos ao fim-de-semana com amigos começam a ser substituídos por noites de ramen; as idas à discoteca começam a ter como concorrência as salas de noraebang (apesar de, cá, ainda se dizer karaoke quando nos referimos a uma sala privada). Mesmo que pareçam mudanças irrelevantes, comprovam os efeitos da disseminação da cultura sul-coreana e da *Hallyu* em vários campos sociais, económicos e culturais.

Gustavo: O *K-wave* teve um bom contributo e mau ao mesmo tempo. Penso que aumentou as expectativas do público em alguns aspetos, porque podemos dizer que muitas pessoas não andavam satisfeitas com alguns dos filmes que estavam a sair nos últimos anos, por isso, começaram a assistir mais a séries, com isso começaram a ver alguns *K-dramas* em plataformas de *streaming* e adoraram o quão clichê os romances são, o quão cheios de ação são as séries policiais e de ficção. Isso fez com que as pessoas tivessem uma “bolha” de gostos maior, porque não podemos comparar um romance americano com um romance coreano, é um pouco como se fossem categorias diferentes. No entanto, acho que, ao mesmo tempo, trouxe problemas porque as pessoas agora têm expectativas altas para filmes e séries que não são coreanos, e isso não ajuda muito na divulgação de alguns filmes e séries que destacam-se em países que a língua de fala é o inglês maioritariamente.

Luís: Fez com que as pessoas ficassem mais abertas a outras culturas e a conteúdos diferentes.

Que tipo de evolução cultural consegue perceber na cinematografia da Coreia do Sul?

Bruna: Acho que a popularização da cinematografia sul-coreana em países ocidentais fez com que as pessoas que estão por trás das produções tenham tido contacto com outras culturas, o que se refletiu através da representação de outras raças e sexualidades distintas, algo que há alguns anos seria impensável.

Carolina: Como não consumo este produto com muita frequência, não consigo detetar tendências sobre ele.

Gustavo: Uma que penso que seja notável é mesmo a diminuição no racismo e xenofobia, dá para notar em alguns *K-dramas* e *Manhwas*, que agora eles tentam implementar como se fosse uma viagem ou até focar a narrativa noutro país, o que era

uma coisa que não se notava muito até por exemplo a bomba de popularidade do *K-pop* na cultura europeia e americana.

Luís: Desde que a sua cultura ficou a ser cada vez mais consumida pelo mundo “exterior”, com certeza vemos mais representações de “estrangeiros” em todas as suas obras. Sabemos que desde sempre foi um país bastante conservador e com ideias e imagens de “beleza” bastante definidas.

Que estratégias de comunicação considera que têm feito o cinema sul-coreano ascender mundialmente – e em Portugal e no Porto?

Bruna: Não tenho a certeza, mas diria que conhecer o público alvo e adaptar a narrativa e o *marketing* de forma a apelar não só aos consumidores existentes como aos potenciais. Por exemplo, a utilização das redes sociais para a difusão de excertos de filmes e doramas tirados do contexto, mas que têm uma certa piada e podem ser usados noutras situações. Arriscaria dizer, contudo, que é a associação do cinema coreano à música coreana que fez com que este se tornasse popular. Afinal, se a música foi ganhando reconhecimento, era de se esperar que o público fosse pensar que existem outras coisas de qualidade com a mesma origem.

Carolina: Acredito não ter conhecimento suficiente para conseguir responder, infelizmente.

Gustavo: Não tenho muita certeza deste tópico, mas acho que no fundo é a base de apelo ao público. Ao aperceberem-se que têm público em países como Portugal, acabam por trazer oportunidades de podermos vivenciar concertos, *meet & greets* e mais eventos com atores e cantores de lá.

Luís: Acredito que as redes sociais tenham sido fundamentais, assim como a maior divulgação dos filmes e a criação de conteúdo há volta dos mesmos.

Quais acredita terem sido os principais pontos que tornaram o cinema sul-coreano num fenómeno de sucesso mundial?

Bruna: Acredito que os principais pontos são a inovação no que toca à forma como as histórias são contadas, assim como as histórias em si, muitas vezes críticas sociais de grande poder que tocam uma grande parte do público.

Carolina: Como na última pergunta, infelizmente, acho que não tenho o conhecimento necessário para conseguir responder.

Gustavo: O lançamento do filme *Parasite*, em 2019, ganhou um prémio, acho que foi de melhor filme do ano, fez com que muitas pessoas ficassem interessadas em ver o filme para perceber o porquê de ter recebido o prémio... assim como o confinamento em 2020, acho que são as duas coisas que podem ter feito isso.

Luís: A sua perfeição na preparação de filmes, a níveis visuais e de interpretação, abriram caminho para um cinema, talvez, mais “alternativo”. Um dos exemplos que posso apresentar, é o filme *Parasite* que contém inúmeros *easter eggs*¹ e estratégias de imagem que fazem o pensamento dos espectadores e a narrativa do filme mudarem completamente. Algo que não era realizado há bastante tempo.

Como vê o fenómeno do crescimento dos doramas (*K-Dramas*) nos serviços de streaming?

Bruna: A comunidade apreciadora de doramas tem vindo a crescer, especificamente depois do lançamento de *Squid Game*, que apesar de não se encaixar nesse género, tem

¹ Termo em inglês, tipicamente utilizado para descrever um produto de media escondido dentro de outro produto de media.

origem coreana e funciona como prova da genialidade e qualidade cinematográfica dos criativos do país. Acredito sinceramente que, atualmente, os doramas não são desconsiderados como já foram, devido à língua falada nas versões originais, o que permitiu a adição de novos títulos ao catálogo de diversos serviços de streaming. Isso só pode ser positivo: afinal, as pessoas que não conhecem este gênero podem ser a ele apresentadas, e os que o consomem têm mais para ver, e mais facilidade para o fazer.

Carolina: É o sistema capitalista a funcionar. O entretenimento sul-coreano existe desde sempre, mas só quando começou a movimentar as massas (falando monetariamente) é que as plataformas detectaram o seu potencial e passaram a investir. Sou bastante cética sobre a adoção de séries em plataformas de *streaming*, até porque é visto que tão depressa são incluídas no portfólio como são extintas sem razão aparente.

Gustavo: Eu pessoalmente não ligo muito, eu sou capaz de ver quatro *K-dramas* por ano, mas vejo que muita gente consome esse conteúdo e fica contente de ter isso disponível em serviços como o Netflix e o Disney Plus, porque antes éramos muito restritos a ver em sites manhosos ou a usar o Viki Rakuten, sendo que no último às vezes deixava ver os episódios todos da temporada menos o último e era incomodante.

Luís: Os *K-Dramas* estão cada vez mais presentes nos serviços de streaming e isso é uma mais valia! Dessa forma, as pessoas podem ter acesso mais facilitado aos dramas que gostam e o público em geral pode começar a conhecer um pouco dessa área das séries também.

Quais as diferenças culturais mais predominantes nestas obras cinematográficas? Como é que elas ressoam na nossa vida diária?

Bruna: Do ponto de vista de alguém que consome principalmente obras focadas em romance, noto uma diferença na progressão de uma relação amorosa num dorama ou num filme, que é muito mais lenta. Tal reflete a sociedade sul-coreana até certo ponto,

visto a importância que aqueles que nela se encaixam dão ao respeito.

O romance na realidade sul-coreana é deveras diferente daquela que vemos em filmes ocidentais: tal não significa que não existam relacionamentos que fluem com uma rapidez similar, e que “one-night stands” não existam no país. Acredito, contudo, que isso é uma minoria, ou que é representado pelo cinema como uma minoria.

Também a forma como o romance é representado consegue fazer com que as pessoas desenvolvam expectativas muito altas, ou em determinados casos, leve à preferência e atração — ousa mesmo dizer que o termo correto seria “fetichização” — de pessoas com uma determinada aparência, no caso traços regularmente vistos em indivíduos de origem leste-asiática.

Carolina: Concordo com as respostas que já foram apresentadas.

Gustavo: Posso dizer que às vezes é a irrealidade da narrativa, por exemplo ter os clichês/*tropes* específicos do género, que por vezes tornam-se cómicos e fazem as pessoas rirem-se ou sentirem-se bem quando não estão num bom momento nas suas vidas. Não tenho muito que possa dizer neste tópico, é mesmo algo que não notei muito.

Luís: O crescimento dos doramas, têm sido astronómico! Penso que devido à cultura do *K-pop*, principalmente.

Atualmente, temos pessoas de variadas idades que consomem esse tipo de conteúdo que se inspiram totalmente, por exemplo no vestuário dos personagens, maneiras de agir e de pensar, principalmente a nível de relacionamentos interpessoais.

Parte 4. Impactos nos quotidianos

Que tipo de impacto o *K-pop*, *K-Dramas*, cinema sul-coreano, entre outros tiveram na sua vida diária? Pode dar exemplos de manifestações quotidianas?

Bruna: Sou consumidora de tudo o mencionado desde cedo, e devo dar uma resposta similar a uma anterior: este conteúdo moldou o meu espírito crítico e abriu os meus horizontes. Sou hoje uma pessoa muito mais curiosa relativamente a outras culturas e disposta a aprender. No dia a dia, diria que notei diferenças quando esse consumo era visto de forma negativa, pelo conteúdo ser considerado pior: mas, atualmente, a popularização só fez com que me sinta mais confortável em falar dos meus gostos sem ser julgada.

Carolina: Não sinto que o consumo de *K-Pop* ou *K-dramas* tenha afetado a minha rotina, apenas me deixou exposta a novos conteúdos e ofereceu novas perspetivas quanto à análise de produtos de media. Consumir qualquer tipo de entretenimento além dos *blockbusters*² norte-americanos, altera a nossa perceção sobre o mundo e a cultura, mas penso que esse impacto não tenha resvalado para outras áreas da minha vida pessoal.

Gustavo: Para mim ajudou no aspeto que fez-me ser mais sociável, eu não era muito uma pessoa sociável, e acabou por fazer-me conhecer pessoas que tinham os mesmo gostos que eu, algumas dessas pessoas ainda falo com hoje, mas em geral ajudou-me a ter habilidades sociais que eu não tinha antes, eu era uma pessoa muito estranha antes disso e era uma pessoa que dificilmente fazia amigos, juntamente com isso ajudou-me a querer focar mais a minha cultura, pelo menos aprender melhor a língua, que nunca foi uma coisa que tinha interesse alto antes.

Luís: Como já mencionei, o maior impacto desta cultura terá sido mesmo na minha carreira enquanto dançarino.

Mas posso também mencionar que devido a entrar nesta cultura, as minhas skills sociais melhoraram bastante. Tornei-me bastante mais aberto e social devido ao facto de frequentar encontros/*meetings* de *K-pop*. E também participar em vários grupos online de fãs.

² Produção cinematográfica considerada muito popular e/ou bem sucedida.