

***K-pop* em Fortaleza: políticas públicas na manutenção da prática *K-cover* local¹**

Iago Fillipi Patrocínio MACEDO²

Maria Érica de Oliveira LIMA³

Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

RESUMO

Inspirados nos videoclipes do *K-pop* (música pop sul-coreana), a juventude criou a prática *K-cover*, que trata da formação de grupos de dança para aprender coreografias do *K-pop*, as quais são apresentadas principalmente em competições de dança. Esta pesquisa tem como objetivo analisar a relação do *K-cover* com as políticas públicas para a juventude na cidade de Fortaleza. Para tanto, foi realizado um mergulho etnográfico no cotidiano do grupo de dança Primadonna. Dentre as iniciativas que buscam proporcionar formação cultural e profissional para a juventude de Fortaleza, a Rede CUCA é destaque. Considerando que a maior parte da cena *K-cover* local ensaia nos CUCAs, muitos jovens não conseguiram se manter em atividade por causa do fechamento temporário dos espaços na pandemia. Conclui-se que as políticas públicas agem como incentivos necessários para que os jovens não desistam do *K-cover*.

PALAVRAS-CHAVE: juventude; políticas públicas; *K-pop*; *K-cover*; *Hallyu*.

Introdução

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

Os sujeitos, principalmente os jovens (BORELLI; ROCHA; OLIVEIRA, 2009), passaram a consumir tais estilos de vida e produções culturais disponibilizados através dos meios de massa. Consequentemente, devido aos padrões de consumo específicos, a sociedade segmentou-se em incontáveis grupos com gostos e comportamentos próprios.

Dentre os grupos que surgiram a partir do consumo, está o *K-popper*, nome dado aos fãs de *K-pop* (música pop sul-coreana). No Brasil, esses fãs, inspirados nos

¹ Trabalho apresentado no GP Folkcomunicação, XXIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestre do Programa de Pós-Graduação de Comunicação da UFC, e-mail: fillippiago@gmail.com.

³ Doutora em Comunicação, Orientadora do projeto e Professora associada do curso de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFC, e-mail: merial@uol.com.br.

videoclipes dos ídolos, organizam-se coletivamente para aprender as coreografias das músicas, chegando até mesmo a participar de competições de dança. Essa prática é conhecida como *K-cover*. (SANTOS, 2016).

A presente pesquisa é parte da dissertação “*K-pop* em Fortaleza: o consumo e a produção de dança *cover* por fãs da música pop sul-coreana” (MACEDO, 2022). Como um achado da pesquisa, percebeu-se a forte conexão entre a cena *K-cover* fortalezense com as políticas públicas para a juventude. Dessa forma, para este artigo, foi traçado o seguinte objetivo: analisar a relação das políticas públicas com a cena *K-cover* de Fortaleza.

Para responder a questão, foi realizado um mergulho etnográfico no cotidiano de um dos grupos de *K-cover* com mais destaque no cenário competitivo fortalezense: o Primadonna, formado por doze mulheres. É válido ressaltar que a cidade de Fortaleza é uma das mais relevantes na cena *K-cover* nacional, o que pode ser explicitado pelo fato da capital cearense ter sediado a etapa regional do maior evento de *covers* de música sul-coreana do mundo: o *K-pop World Festival*, organizado pela comunidade KoreaON⁴.

Metodologia

Para definir o conceito de etnografia, Geertz (2008) ressalta que trata-se de uma “descrição densa” de uma cultura específica. Neste contexto, o objetivo principal da etnografia é a interpretação cultural. O etnógrafo busca descobrir em sua pesquisa tudo o que é preciso saber para ser membro da cultura estudada.

Para alcançar tal objetivo, Winkin (1998) cita três importantes competências que um etnógrafo deve ter: 1 – saber ver, 2 – saber estar com outros e consigo e 3 – saber retraduzir para terceiros, por meio da escrita, a experiência vivida. Em relação à última competência, Peirano (2014, p. 386) ressalta: “Este talvez seja um dos maiores desafios da etnografia – e não há receitas preestabelecidas de como fazê-lo”.

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

⁴ É uma comunidade brasiliense de divulgação da cultura sul-coreana no Brasil. As atividades do grupo começaram em 2014, com o convite da Embaixada da Coreia do Sul para produção do concurso internacional de dança e canto K-pop World Festival. Disponível em: <https://koreaonbrazil.wordpress.com/sobre/>. Acesso em: 03 jul. 2023.

tanto, Hine (2004) comenta que o etnógrafo, em sua forma mais característica, participa do cotidiano das pessoas que ele estuda por um período prolongado, observando o que acontece e fazendo perguntas como forma de coletar dados para esclarecer as questões da sua investigação.

Travancas (2012) apresenta dois instrumentos de coleta de dados em campo para a etnografia: as entrevistas em profundidade e a observação participante. Para a realização da dissertação, ambos os instrumentos de coleta foram aplicados, mas para este artigo serão apresentadas somente questões acerca da observação participante.

A observação participante consiste na inserção e na vivência do etnógrafo no ambiente de ocorrência do fenômeno investigado. Nesse contexto, o etnógrafo não é simplesmente um observador desapegado. Na verdade, o pesquisador se torna um participante, que compartilha preocupações e emoções dos sujeitos da pesquisa. O etnógrafo não deve apenas observar atentamente, deve também interagir com as pessoas e estar aberto para vivenciar, para experienciar e para aprender. Vivendo em uma espécie de mundo intermediário, no qual é simultaneamente estranho e nativo, o pesquisador se aproxima o suficiente para entender, mas mantém a distância necessária para explicar e interpretar. (HINE, 2004).

O mergulho etnográfico aconteceu entre fevereiro de 2021 e maio de 2022. A observação participante durante este período aconteceu através do acompanhamento de: ensaios semanais presenciais, gravações para o Youtube, eventos competitivos e reuniões ou saídas descontraídas (fora do contexto de produção do *K-cover*).

Durante a aplicação da observação participante em encontros presenciais do Primadonna, além de observados, os ambientes e os acontecimentos também foram fotografados e gravados. Ademais, utilizou-se o aplicativo Anotações (padrão no smartphone Xiaomi Redmi Note 9S⁵) para o desenvolvimento de um diário de campo, que é uma ferramenta importante para registrar o processo da pesquisa do início ao fim, proporcionando uma descrição de dados e de vivências com mais detalhes (ARAÚJO et al, 2013). O uso de um diário de campo se mostrou necessário para que não houvesse dependência somente da memória para descrever e detalhar os acontecimentos cotidianos vivenciados. Algumas anotações rápidas eram realizadas em campo, mas o diário era comumente aprofundado logo após a saída do campo, tendo como base em sua escrita as

⁵ Esse foi o aparelho celular utilizado durante a experiência etnográfica.

anotações rápidas realizadas e a memória fresca do que foi observado. Adotou-se essa estratégia para que não fosse perdido muito tempo escrevendo em campo, o que poderia tirar a atenção do que estava acontecendo no exato momento.

Após a análise e a interpretação de todos os dados coletados, o processo realizado em campo com o grupo Primadonna resultou em na escrita do relato da experiência etnográfica vivenciada. Winkin (1998) e Peirano (2014) afirmam que este é o momento em que o etnógrafo se torna um escritor. Para a escrita deste artigo, além da pesquisa bibliográfica, o relato da experiência etnográfica foi utilizado como base.

***K-pop*: da Coreia para o mundo**

O *K-pop*, abreviação de *Korean pop*, refere-se a música pop sul-coreana produzida a partir dos anos de 1990. Além da música em si, o termo engloba também os videoclipes, os shows, as vestimentas e as coreografias. Antes de 1990, a indústria musical da Coreia do Sul era controlada e censurada pelo Estado, o qual julgava se uma faixa era ou não “saudável” para o povo. Por isso, os sucessos musicais da época eram basicamente hinos patrióticos ou baladas românticas inocentes. A considerada primeira expressão do *K-pop* aconteceu em 1992, período no qual o cenário estava se tornando mais democrático e menos censurador. Neste contexto, misturando elementos da música tradicional sul-coreana e da música estadunidense, surgiu o grupo Seo Taiji and Boys, que chocou a população em um programa de televisão competitivo no país. Através do rap, das vestes largas, dos passos de hip-hop e do conteúdo lírico de suas canções, o grupo representou uma ruptura cultural na nação. (K-POP, 2016; K-POP, 2018).

Mesmo recebendo as piores notas na competição televisiva, Seo Taiji and Boys conseguiu emplacar a faixa I Know no topo das paradas musicais do país por 17 semanas. O sucesso de um grupo fora do padrão para aquela época mudou as expectativas do público e as produções no cenário musical sul-coreano. Apesar de Seo Taiji and Boys ter acabado ainda no auge da carreira, em 1996, vários outros grupos inspirados nele surgiram posteriormente. A partir disso, a música pop sul-coreana começou a fazer sucesso fora de seu país de origem. Contudo, é importante ressaltar que, para além do *K-pop*, os *K-dramas* – novelas da Coreia do Sul - foram as primeiras produções da nação a serem reconhecidas internacionalmente. (K-POP, 2018).

A partir do sucesso internacional das produções sul-coreanas, com o intuito de sair de uma crise econômica em 1997, o governo da Coreia do Sul decidiu investir na

cultura como o seu novo grande produto de exportação. Para tanto, uma lei que prometia dedicar ao menos 1% do orçamento estatal à promoção da arte foi aprovada⁶. Tomando proveito das vantagens desta lei, três grandes empresas musicais entraram em cena (SM, JYO e YG Entertainment), criando a fórmula ainda vigente do *K-pop*. (K-POP, 2018).

Ao optar por investir em cultura, a Coreia do Sul também ganhou influência. A exportação cultural gerou interesse em outros campos, como o turismo, que triplicou na nação nos últimos quinze anos. Além disso, enquanto há duas décadas menos de duzentas pessoas estudavam coreano nos Estados Unidos, atualmente existem cerca de catorze mil estudantes da língua no país. (GREG..., 2019).

Inicialmente, a *Hallyu* (ou Onda Coreana), nome dado para a influência sul-coreana no exterior, dependeu de espaços na programação televisiva para ter seu conteúdo exposto para audiências estrangeiras. Contudo, com a popularização da Internet, a veiculação no meio *on-line* se tornou a alternativa principal para a expansão da *Hallyu*. Inclusive, Gil Hwa Jung⁷ apontou que o YouTube foi imprescindível para o sucesso das produções sul-coreanas no exterior.

Em relação ao crescimento do alcance global do *K-pop*, Gil Hwa Jung mencionou dois pontos de virada importantes: a viralização do videoclipe Gangnam Style e o sucesso da turnê do BTS na América Latina. Esses feitos foram importantes para conseguir captar a atenção dos Estados Unidos, que é o maior e mais influente mercado fonográfico do planeta (IFPI, 2021). Por isso, conquistar os Estados Unidos foi importante para fincar o alcance global do *K-pop*.

É notável que a nação sul-coreana obteve sucesso em suas abordagens pois pulou da trigésima posição dentre os maiores mercados fonográficos do mundo em 2007 para a sexta posição em 2021. (ORTEGA, 2019; IFPI, 2021).

K-popper e K-cover

Ferreira (2016) aponta que o primeiro contato dos fortalezenses com a música pop sul-coreana aconteceu por volta de 2003 através do uso de máquinas de dança como *Pump It Up*, presentes em *shoppings* da cidade, e também através da cultura pop japonesa.

⁶ De acordo com Greg... (2019), este é especificamente o Ato n. 5927 de 8 de Fevereiro de 1999.

⁷ Atual presidente da Korea Foundation for International Culture Exchange. As informações apresentadas por sua autoria foram retiradas da palestra “O desenvolvimento da Hallyu no Brasil e o seu significado”, com tradução de Yun Jung Im Park, que aconteceu em 2021 no IX Encontro de Estudos Coreanos da Universidade de São Paulo.

Santos (2016) observa que grande parte dos primeiros *K-poppers* brasileiros conheceu seus ídolos a partir do contato pré-estabelecido com elementos da cultura pop japonesa. Ou seja, os primeiros *K-poppers* locais eram também *otakus* (fãs da cultura pop japonesa). Acredita-se que essa conexão entre as culturas pop do Japão e da Coreia do Sul aconteceu devido à participação comum e frequente de artistas sul-coreanos nas trilhas sonoras de animês (animações japonesas). Porém, ressalta-se que tal conexão não possui a mesma relevância para as audiências estrangeiras nos dias atuais. Para exemplificar, artistas do *K-pop* contemporâneo como BTS e BLACKPINK conseguiram atingir audiências globais sem dependerem da conexão com a cultura pop japonesa.

Os fãs se aprofundaram no universo musical do *K-pop* principalmente a partir do YouTube, que vídeo após vídeo recomenda artistas relacionados. O algoritmo da rede social foi importante para que os fãs pudessem conhecer mais ídolos sul-coreanos, potencializando o consumo do *K-pop* no Brasil. (SANTOS, 2016).

Em Fortaleza, o agrupamento *K-popper* desenvolveu-se a partir de interações *on-line* e *off-line*. Além do contato com as músicas pelo YouTube, redes sociais como o Orkut continham comunidades *on-line*, tais como “*Pump it Up Fortaleza*” e “*Kpop-CE*”, as quais divulgavam músicas e videoclipes que estavam em destaque, notícias e programas de variedades semanais com participações ou apresentações dos ídolos sul-coreanos. Além disso, sites como “*Soompi*” entregavam novidades relacionadas à *Hallyu* para os fãs. (FERREIRA, 2016).

Por meio de uma entrevista com Nina Andrade, precursora da cena *K-popper* de Fortaleza, Ferreira (2016) explica que os fãs costumavam se encontrar principalmente em praças públicas da cidade para jogar vôlei ou basquete, até que alguns decidiram tentar aprender as coreografias do *K-pop*. A partir daí, encontros para aprender e ensaiar as danças tornaram-se comuns e os jovens passaram a criar grupos de dança *cover*. Inclusive, devido às reuniões semanais de diversos grupos de *K-cover*, a Praça Luíza Távora de Fortaleza chegou a ganhar a alcunha “Praça do *K-pop*” (informação verbal)⁸.

Inicialmente, os *K-poppers* aprendiam as coreografias somente por diversão, mas toda a dinâmica mudou à medida em que foram surgindo competições valendo prêmios. Percebendo a paixão dos fãs pela dança, eventos de cultura pop japonesa como o *Anime Friends* (em São Paulo) abriram espaço em sua programação para competições de *K-*

⁸ Informação dada por Gabriela, líder do Primadonna. Ela ouviu tal alcunha ser proferida por pessoas fora do *K-pop*.

cover, atraindo participantes de várias regiões do país. Além de aprenderem a coreografia, os jovens do *K-cover* aprendem as letras das músicas para sincronizar seus lábios, proporcionando a sensação de que estão cantando. Ademais, eles também preparam figurinos iguais ou bem similares aos originais. Como resultado, quem está assistindo a uma apresentação *K-cover* de boa qualidade pode sentir que está assistindo aos ídolos originais. (SANTOS, 2016).

Torres (2019) afirma que o valor da premiação para o grupo vencedor está por volta dos dois mil e quinhentos reais, mas ressalta que quem perde não sai necessariamente de mãos vazias: normalmente há premiações para grupos além do primeiro lugar. Como resultado da crescente popularização dos *covers*, a quantidade de competições com prêmios aumentou. Para exemplificar, começaram a surgir eventos específicos para o *K-pop* (desvinculados do contexto japonês) e também competições em cenários diversos, como escolas e *shoppings*.

Santos (2016) acredita que a onda de competições de *covers* no Brasil teve início em São Paulo, no *Anime Friends*. Seguindo este exemplo, o evento fortalezense Sana, inicialmente voltado para a cultura pop nipônica, deu o pontapé primordial para o desenvolvimento do cenário competitivo de *K-pop* na capital cearense.

Apesar do surgimento do *K-pop* em Fortaleza estar conectado ao YouTube, ao *Pump It Up* e à cultura pop japonesa, percebe-se que as competições de dança foram provavelmente o acontecimento chave para a popularização dessas músicas na região. Como exemplo, o grupo Primadonna foi criado após o deslumbre que as fundadoras tiveram ao assistir às apresentações dos grupos *K-cover* em uma edição do evento Sana. Considerando que muitas pessoas tiveram o primeiro contato com o *K-pop* ao assistir aos concursos, pondera-se que os eventos competitivos aumentaram a quantidade de *K-poppers* e propiciaram a criação de novos grupos de dança.

O evento Sana havia realizado audições e então selecionado vinte e cinco grupos para participarem do concurso de dança de 2018. Dentre os selecionados, dez grupos saíram com prêmios (SAMPAIO, 2018). Quatro anos depois, durante a experiência etnográfica, vivenciou-se a competição de dança do Sana de 2022, que foi o primeiro concurso de *K-cover* presencial na cidade desde o início da pandemia. Por causa desse contexto, as jovens do Primadonna falaram que pouquíssimos grupos haviam tido tempo e recursos para preparar performances ao nível competitivo. Por isso, somente treze grupos inscreveram-se para competir em 2022. Depois de uma rodada eliminatória prévia,

dos treze grupos, só oito foram selecionados para o concurso de dança. Os prêmios foram distribuídos somente entre os três primeiros colocados.

Durante tais competições de dança, cada um dos grupos deve apresentar um *cover* de uma coreografia para uma plateia cheia, incluindo os jurados, os quais avaliam os participantes de acordo com os seguintes critérios: fidelidade à coreografia original, sincronia do grupo, expressão (facial e corporal) e figurino. Além das competições, os grupos *K-cover* ensaiam coreografias também com o intuito de produzir vídeos para YouTube, Instagram e TikTok.

Hobby ou Trabalho?

Se observado superficialmente, o *K-cover* pode ser relacionado a um *hobby* ou uma prática de fãs descompromissada. Considerando que *hobby* é uma atividade que alguém faz por prazer ou lazer quando não está trabalhando (CAMBRIDGE, 2022), é possível inferir que os fãs dançam não só porque gostam, mas também para aproveitar o momento livre de forma prazerosa. Contudo, a partir do convívio com o grupo Primadonna, tornou-se confusa a natureza dessa ação.

O processo de produzir uma performance coreográfica de boa qualidade para competições demanda tempo, esforço e dinheiro, o que torna o *K-cover* similar a um trabalho. Por exemplo, os jovens dançarinos cotidianamente fazem coisas como: ensaiar pelo menos uma vez na semana de forma presencial, praticar os passos de dança em suas casas, treinar seus corpos para tonificar os movimentos e ganhar resistência física, investir na produção de figurinos e nos traslados para os ensaios e as apresentações, etc.

Além dos esforços voltados para a coreografia, os grupos de *K-cover* investem nas redes sociais digitais para dar mais visibilidade a si mesmos, o que é necessário para aumentar as possibilidades de serem recebidos convites para apresentações pagas. Ao investirem na produção de conteúdo para as redes sociais, os jovens criam uma marca e um portfólio para os seus grupos de dança. Haja vista tais demandas, pondera-se que os jovens saem da zona de conforto e chegam a níveis altos de estresse, o que não condiz com uma atividade que seria para o “lazer”.

Ademais, percebe-se que o *K-cover* vai para além de um *hobby* porque, durante a experiência etnográfica, presenciou-se pessoas sendo excluídas do grupo de dança por estarem faltando ensaios e não se esforçando o suficiente para a realização de uma boa performance. Existem grupos locais menos competitivos, os quais se encontram para

aproveitar sem se preocupar com demandas, mas a cena *K-cover* fortalezense é marcada por competições acirradas.

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

Às vezes, ainda é necessário investir dinheiro extra para suprir os gastos do grupo. Dessa forma, relacionando o extenso uso de tempo, esforço, espaço e dinheiro com o pouco retorno financeiro que a prática gera, as movimentações dos jovens da cena *K-cover* podem ser consideradas improdutivas pelos preceitos da sociedade de consumidores capitalista.

Devido à falta de retorno financeiro, a prática *K-cover* e a deambulação dos jovens pela cidade para preparar e realizar apresentações podem ser relacionados ao vício, a ações improdutivas, à vagabundagem e ao desemprego. Tais associações negativas acerca de ações que não geram dinheiro são realizadas pela sociedade de consumidores para manter as engrenagens da sociedade capitalista funcionando. Tudo o que prefere viver fora dos caminhos convencionais, assusta a sociedade por causa da imprevisibilidade, a qual pode perturbar as certezas e o controle já estabelecidos no cotidiano. Além de se pensar no *K-cover* como um ato improdutivo economicamente, é possível também pensar na prática como uma expressão da juventude de criatividade contra os preceitos estabelecidos pela sociedade. (MAFFESOLI, 2001).

É válido ressaltar um ponto exposto por Gil Hwa Jung: o público brasileiro do *K-pop*, em sua maioria, é feminino, jovem e encontra-se em camadas socioeconômicas vulneráveis. Em relação ao último ponto, foi percebido durante o mergulho etnográfico que o cena *K-cover* fortalezense vem sendo amparada por políticas públicas para a juventude, as quais prestam auxílio e oferecem oportunidades aos jovens da periferia. Considerando que a prática *K-cover* não gera dinheiro para os jovens, que se esforçam muito no desenvolvimento das performances, a aplicação de tais políticas pode agir de

forma relevante para que estes jovens sejam incentivados a continuarem com as atividades dos grupos de dança.

Rede CUCA e as políticas públicas para a juventude em Fortaleza

A cena *K-cover* fortalezense, como já apresentado, pode ser encontrada em praças e locais públicos da cidade. Porém, a partir da construção dos espaços da Rede CUCA, a maioria dos grupos de dança da região encontrou um lugar comum: a sede CUCA Mondubim. Principalmente aos sábados, dezenas de grupos de *K-cover* ensaiam coreografias por lá.

Dentre algumas iniciativas que buscam incentivar a participação dos jovens e proporcionar formação cultural e profissional da juventude em regiões periféricas de Fortaleza, a Rede CUCA, que teve sua primeira sede inaugurada em 2009, tem destaque e é produto do investimento do governo em políticas públicas para a juventude. Acerca do cenário dessas políticas na capital cearense, é importante pontuar a criação do Conselho Municipal de Juventude (CMJ) em 2007. Além disso, também em 2007, foi criada a Coordenadoria Especial de Políticas Públicas de Juventude (CEPPJ), a qual se responsabiliza pela criação, pelo desenvolvimento e pela coordenação de políticas públicas para os jovens como forma de garantir direitos e construir a cidadania. A faixa etária dos jovens beneficiados por tais ações é a mesma descrita no Estatuto da Juventude: de 15 a 29 anos. (FREITAS, 2017; TORRES, 2020).

Atualmente, existem cinco Centros Urbanos de Cultura, Arte, Ciência e Esporte (CUCAs) na capital, geridos pelo Instituto CUCA e mantidos pela Prefeitura de Fortaleza por meio da CEPPJ. O nome de cada uma das sedes da Rede CUCA foram dados a partir do bairro onde estão localizadas: CUCA Barra, CUCA Mondubim, CUCA Jangurussu, CUCA José Walter e CUCA Pici. Atendendo cerca de cem mil jovens por ano, os Centros do CUCA, como descrito no site da Prefeitura Municipal de Fortaleza (2022), oferecem:

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

Ademais, Torres (2020) pontua que os CUCAs possuem centros de saúde, contando com uma equipe que acompanha o público que os frequenta. Os médicos e

enfermeiros do lugar orientam os jovens, distribuem camisinhas e realizam testes preventivos. O ambiente dos CUCAs também é buscado e utilizado para a socialização entre as juventudes da região. Sobre a estrutura e a programação dos Centros, Sousa (2019, p. 51-52) descreve:

[...] é possível encontrar piscina semiolímpica, pista de skate, anfiteatro, ginásio poliesportivo, salas de multimídias, sala de dança, artes plásticas, laboratório de fotografia, biblioteca, espaço para exposições artísticas, além de uma sala de cinema e um teatro. [...] há uma programação diversa de cursos de audiovisual, fotografia, dança, teatro, informática, música, inglês, libras; aulas de modalidades esportivas: Natação, basquete, judô, futsal, vôlei, treinamento funcional, jiu-jitsu, badminton, handebol, capoeira.

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

Os CUCAs são tidos como a melhor possibilidade para a juventude da cena *K-cover*. Apesar de todas as sedes serem utilizadas pelos grupos de dança, a do Mondubim, que entrou em atividade em 2014, possui a maior demanda na área. De forma espontânea e simultânea, dezenas de grupos começaram a ensaiar pelos corredores e pelas áreas abertas do lugar. (TORRES, 2020).

A movimentação espontânea dos jovens mostra que o CUCA é procurado e utilizado para além das atividades e da programação prevista pela ação governamental. Ao perceber o uso frequente e espontâneo dos corredores e de outros espaços pelos jovens e o desejo de utilizar as salas que a estrutura do CUCA dispõe, foi criado o programa Comunidade em Pauta. Este programa, através de reuniões mensais, organiza uma agenda com a população interessada para distribuir dias e horários para o uso das salas do CUCA para a realização de ensaios, treinos esportivos, eventos, reuniões e execução de projetos. No caso do *K-cover*, a sala de Artes Cênicas, que é climatizada e cheia de espelhos, é

desejada por vários grupos, os quais a utilizam de acordo com os dias e horários estabelecidos durante a reunião do programa Comunidade em Pauta. Quando não estão utilizando a sala de Artes Cênicas, os grupos encontram-se ensaiando nos espaços abertos e livres do CUCA Mondubim⁹.

Outra política pública da Prefeitura que abrange a juventude *K-cover* fortalezense é o Programa Bolsa Jovem. Essa ação foi criada em 2019 com o intuito de garantir aos jovens da cidade que se encontram em situação de vulnerabilidade condições para o desenvolvimento de suas habilidades individuais, objetivando reduzir desigualdades e promover a inclusão juvenil. Atualmente, são distribuídas três mil bolsas com vigência anual, no valor de trezentos reais cada, para jovens (entre as idades de 15 a 29 anos) que não possuam vínculo empregatício e que possuam renda per capita de até 1 salário-mínimo (por pessoa da família). Em contrapartida, os jovens beneficiados com o auxílio devem mandar relatórios mensais das atividades que estão realizando, as quais podem ser das seguintes áreas: Arte e Cultura; Cidadania e Participação Social; Ciência, Educação e Tecnologia; Comunicação; Comunidades e Povos Tradicionais; Meio Ambiente e Sustentabilidade; Práticas Recreativas e Lazer; Saúde e Bem Estar; Economia Criativa e Empreendedorismo. Algumas das integrantes do Primadonna estão ou já foram vinculadas a esse programa¹⁰.

Tendo em vista as informações apresentadas no tópico, percebe-se o esforço das políticas públicas no impulsionamento das práticas juvenis na capital cearense, incluindo as da cena *K-cover*. Com a possibilidade do benefício financeiro e a disposição de melhores ambientes para realizar ensaios, a juventude encontra-se numa situação melhor que a do início dos grupos de dança. Mesmo que todo esforço e tempo gastos no desenvolvimento das performances não resultem em dinheiro o suficiente para o sustento exigido pela sociedade capitalista, as ações da Rede CUCA e o investimento do Bolsa Jovem são um incentivo importante, ainda mais quando se reflete sobre os maiores beneficiados por essas políticas, que são jovens da periferia.

A relevância dessas políticas se tornou extremamente clara durante o período da aplicação da observação participante com o grupo Primadonna. Isso porque houve momentos em que a Rede CUCA fechou as portas para o público geral devido ao local

⁹ Além de retirados da experiência em campo, dados sobre o Comunidade em Pauta podem ser vistos no Facebook. Disponível em: <https://www.facebook.com/groups/1486707444880789/>. Acesso em: 24 maio 2022.

¹⁰ Dados do Bolsa Jovem foram retirados do site da prefeitura. Disponível em: <https://portaldajuventude.fortaleza.ce.gov.br/bolsajovem/>. Acesso em: 24 maio 2022.

ter se tornado ponto de vacinação para o coronavírus durante meses. Além disso, durante o período observado, o estabelecimento também passou por problemas internos, o que findou em suas portas fechadas para a juventude durante mais alguns meses.

Refletindo a situação geral dos grupos de *K-cover* naquele período, o Primadonna não tinha condições de pagar uma academia de dança mensalmente e os ensaios em praças envolviam insegurança, queimaduras de pele, banhos de chuva, machucados nos joelhos (quando eram realizados passos de dança com o joelho no chão, mesmo com o uso de joelheiras) e outros aspectos que reduziam a produtividade do grupo. De fato, a partir da experiência etnográfica foi possível constatar que os ensaios no CUCA eram não só os mais produtivos no desenvolvimento das performances, como também eram o ideal para todas as participantes do Primadonna.

Conclusão

Mesmo não trazendo retorno financeiro desejável para os jovens, a prática *K-cover* não deixa de ser laboriosa, assemelhando-se tanto a uma atividade de lazer como a um trabalho, servindo como ação cotidiana extra para jovens que possuem outros trabalhos e como experiência para quem está se descobrindo no mundo artístico. Neste contexto, percebe-se uma fronteira turva entre as ideias de *hobby* e trabalho no *K-cover*.

Durante o período do mergulho etnográfico, a Rede CUCA fechou suas portas por alguns meses. Nessa época, muitos grupos de dança não conseguiram se manter em atividade com a produtividade e qualidade usual. Os ensaios que o grupo Primadonna realizou fora do CUCA Mondubim - em praças, parques e ao ar livre - foram caóticos, sendo atrapalhados principalmente pela chuva, pela sensação de insegurança e pelos ferimentos que as jovens adquiriram nos joelhos (mesmo usando joelheiras) devido aos passos de dança que envolviam o uso do chão.

Dessa forma, nota-se que as políticas públicas para a juventude são importantes para que a prática do *K-cover* se mantenha na cidade de Fortaleza. Tendo em vista o que foi apresentado neste artigo, pondera-se que as políticas públicas agem como benefícios e incentivos importantes para que os jovens não desistam do *K-cover*.

A quantidade de jovens que ensaia na Rede CUCA e que recebe auxílios como o Bolsa Jovem demonstra que uma parcela expressiva da juventude *K-cover* é da periferia. Por a relação entre periferia e *K-pop* não ter sido aprofundada na dissertação, acredita-se que há várias lacunas nesta área a serem analisadas.

Além disso, considerando que a Rede CUCA é uma política local, o contexto de outros estados brasileiros acerca dos grupos de dança *cover* talvez possa ter menos conexão com a juventude periférica.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Laura Filomena Santos de et al. Diário de pesquisa e suas potencialidades na pesquisa qualitativa em saúde. **Revista Brasileira de Pesquisa em Saúde**, Vitória, v. 15, n. 3, p. 53-61, jul./set. 2013. Trimestral.

BORELLI, Silvia H. S.; ROCHA, Rose de Melo; OLIVEIRA, Rita de Cássia Alves (org.). **Jovens na cena metropolitana: percepções, narrativas e modos de comunicação**. São Paulo: Paulinas, 2009. 183 p.

CAMBRIDGE DICTIONARY. **Hobby**. 2022. Disponível em: <https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles/hobby>. Acesso em: 16 maio 2022.

FERREIRA, Carlos Alexsander Lima. Onda Hallyu em Fortaleza: o fenômeno sul-coreano. **Medium**, 22 jun. 2016. Disponível em: <https://medium.com/@integracaoestacio/onda-hallyuem-fortaleza-o-fenomeno-sul-coreano-8780d547afb>. Acesso em: 11 mar. 2022.

FREITAS, Lúgia Luis de. Juventude e Políticas Públicas: ProJovem Urbano. In: JOCA, Alexandre Martins; FERNANDES, Dorgival Gonçalves (org.). **Juventudes: possibilidades em movimento**. Curitiba: CRV, 2017. Cap. 11. p. 137-148.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 2008. 215 p.

GREG News | K-pop. [S. l.: s. n.]. 2019. 1 vídeo (31m30s). Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=_UXBNf2N2Bw. Acesso em: 13 abr. 2021.

HINE, Christine. **Etnografia virtual**. Barcelona: Editorial UOC, 2004. 210 p.

IFPI. **Global Music Report 2021**. 2021. Disponível em: https://www.ifpi.org/wpcontent/uploads/2020/03/GMR2021_STATE_OF_THE_INDUSTRY.pdf. Acesso em: 22 fev. 2022.

K-POP: Uma história. Antiguidade, os primeiros homens - SeoTaiji & Boys. **Koreain**, 2016. Disponível em: <https://revistakoreain.com.br/2016/09/kpop-uma-historia-seotaiji-and-boys/>. Acesso em: 7 out. 2021.

K-POP (Temporada 1, ep. 4). Explicando [Série documental]. Produção: Ezra Klein, Kara Rozansky, Claire Gordon, Chad Mumm, Lisa Nishimura, Joe Posner, Jason Spingarn-Koff e Kate Townsend. [S. l.]: Netflix, 2018. (20 min.), son., color. Legendado.

MACEDO, Iago Fillipi Patrocínio. **K-pop em Fortaleza: o consumo e a produção de dança cover por fãs da música pop sul-coreana**. 2022. 281 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Comunicação, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2022. Disponível em: https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/73367/3/2022_dis_ifpmacedo.pdf. Acesso em: 6 jul. 2023.

MAFFESOLI, Michel. **Sobre o nomadismo**: vagabundagens pós-modernas. Tradução de Marcos de Castro. Rio de Janeiro: Record, 2001. 205 p.

ORTEGA, Rodrigo. K-pop é poder: Como Coreia do Sul investiu em cultura e colhe lucro e prestígio de ídolos como BTS. **G1**, 23 maio 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/poparte/musica/noticia/2019/05/23/K-pop-e-poder-como-coreia-do-sul-investiu-em-cultura-ecolhe-lucro-e-prestigio-de-idolos-como-bts.ghtml>. Acesso em: 11 mar. 2022.

PEIRANO, Mariza. Etnografia não é método. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, v. 20, n. 42, p. 377-391, jul./dez. 2014.

PREFEITURA MUNICIPAL DE FORTALEZA. **Rede Cuca**. 2022. Disponível em: <https://juventude.fortaleza.ce.gov.br/rede-cuca>. Acesso em: 23 maio 2022.

SAMPAIO, Joalice. Lançado edital do concurso de K-pop cover do Sana Fest 2018. **Papocult**, Fortaleza, 13 nov. 2018. Disponível em: <http://www.papocult.com.br/2018/11/13/lancado-edital-do-concurso-de-K-pop-cover-dosana-fest-2018/>. Acesso em: 28 mar. 2021.

SANTOS, Thiago Haruo. **Idols em imagens e sons, fãs em re-ação**: uma etnografia da prática musical do K-pop em São Paulo. 2016. 164 f. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) - Curso de Antropologia Social, Antropologia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016. Disponível em: https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8134/tde-10032017-143800/publico/2016_ThiagoHaruoSantos_VOrig.pdf. Acesso em: 22 set. 2022.

SEVERIANO, Maria de Fátima Vieira. **Narcisismo e publicidade**: uma análise psicossocial dos ideais do consumo na contemporaneidade. São Paulo: Annablume, 2001. 374 p.

SOUSA, Luciene Ribeiro de. **"Passa Um Filme Na CUCA!"**: recepção de cinema no CUCA Barra do Ceará. 2019. 197 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Curso de Comunicação, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2019. Disponível em: https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/48990/1/2019_dis_lrsousa.pdf. Acesso em: 30 maio 2022.

TORRES, Francisco George Costa. **Os Sobreviventes**: o direito à comunicação na produção do programa "Conexões Periféricas". 2020. 146 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Curso de Comunicação, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2020. Disponível em: https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/52652/1/2020_dis_fgctorres.pdf. Acesso em: 30 maio 2022.

TORRES, Wellington. Anime Friends 2019 promete a maior edição de todos os tempos! **Grita São Paulo**, 24 jun. 2019. Disponível em: <https://gritasaopaulo.com.br/anime-friends2019-promete-maior-edicao-todos-tempos/>. Acesso em: 13 abr. 2021.

TRAVANCAS, Isabel. Fazendo etnografia no mundo da comunicação. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2012. Cap. 6. p. 98-109.

WINKIN, Yves. **A nova comunicação**: da teoria ao trabalho de campo. Tradução de Roberto Leal Ferreira. Campinas: Papyrus, 1998. 216 p.