

Metodologias Aplicadas aos Estudos de K-pop no Jornalismo¹

Denilson Rodrigues de SOUSA²

Ligia Coeli Silva RODRIGUES³

Universidade Federal do Cariri, Juazeiro do Norte, CE

RESUMO

Este resumo expandido é um recorte de uma pesquisa de Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em andamento e tem como objetivo analisar como a cobertura jornalística sobre o K-pop tem sido pesquisada no campo da Comunicação. Compreendendo a existência de uma lacuna prático-epistemológico no jornalismo brasileiro (Moraes, 2022), mapeamos trabalhos que tratassem sobre o tema, através de uma busca no Google Acadêmico e nos anais da Intercom, SBPJOR e Compós. Entre os resultados preliminares, a escassez na produção de pesquisas sobre a representação noticiosa do K-pop, por outro lado, uma crescente rede noticiosa de fãs que produzem conteúdos informativos para outros fãs.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo; k-pop; música; comunicação; cultura pop.

INTRODUÇÃO

Um gênero de origem sul-coreana denominado K-pop (abreviação de *Korean pop*) tem desafiado a hegemonia do mercado fonográfico ocidental, que por décadas foi liderado pela influência econômica e cultural dos Estados Unidos (Urbano *et al.*, 2021). Com legiões de fãs conquistados, tornou-se não só objeto de estudo na área da Comunicação, como também alvo dos olhares da imprensa. Cantado em coreano, mesclando suas letras com o inglês, o K-pop é composto por um hibridismo musical de “diferentes ritmos, como pop, rock, eletrônico, hip hop e R&B” (Madureira, 2014, p. 15). O gênero é fruto do processo de exportação cultural da Coreia do Sul, *Hallyu Wave* (onda coreana, tradução nossa), que teve seu estopim nos anos 1990, após a crise financeira dos Tigres Asiáticos.

Adotada como estratégia de reerguimento econômico e cultural pelo governo sul-coreano, a *Hallyu* foi liderada nos anos 2000 pelo K-pop. O gênero tem caminhado para

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Estudos de/em Comunicação, evento integrante da programação do 24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 8 a 10 de maio de 2024.

² Estudante de Graduação, 8º semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Cariri (UFCA), e-mail: denilson.sousa@aluno.ufca.edu.br

³ Orientadora do trabalho. Professora do curso de Jornalismo na Universidade Federal do Cariri (UFCA), e-mail: ligia.rodriques@ufca.edu.br

se consolidar como *mainstream*. O seu consumo cresceu 230% em quase 8 bilhões de streams mensais em todo o mundo (Correa, 2022), sendo o Brasil o 5º maior consumidor, conforme o Spotify. Em 2017, com a canção DNA, do *boygroup* BTS, formado por sete integrantes, a *Hallyu* ganhou um fôlego global. DNA, o primeiro ato coreano a entrar no Top 40 do Spotify Global, cujo videoclipe conta hoje mais 1,5 bilhões de visualizações, foi fundamental para a construção do BTS como grupo de K-pop mais popular da atualidade. A popularização e a frequente realização de shows do gênero em terras brasileiras fizeram com que o K-pop se tornasse pauta dos mais diversos jornais, portais e revistas do País.

Tendo em vista esse constante crescimento do K-pop e sua forte presença em nosso contexto nacional, o objetivo desta pesquisa – que é um recorte de um Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em andamento, na modalidade monografia – foi mapear trabalhos acadêmicos, disponíveis na internet, que analisassem a cobertura jornalística sobre esse gênero e seus fãs, discutindo sobre as metodologias utilizadas e apresentando os resultados obtidos.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O alinhamento entre a teoria e a prática jornalísticas é fundamental para a superação de um jornalismo que desumaniza. Esse é o pensamento de Moraes (2022, p. 24), que aponta para “um vácuo prático-epistemológico no jornalismo brasileiro”. A autora, ao tratar do mundo que é enquadrado pela pauta jornalística, afirma não concordar com uma separação entre o fazer e o pensar – o autor deste artigo também não.

O campo de estudos da Cultura Pop dentro da Comunicação, embora fértil, conceitualmente ainda é muito difuso (Amaral, 2019). Somente o termo “pop” propõe uma ampla complexidade, ao passo em que sua origem anglófona transporta-nos para cenários pop muito específicos: o estadunidense ou o britânico. Em um cenário onde ícones do pop ocidental foram dotados de uma visibilidade midiática, fruto de uma estrutura erguida sob a colonialidade, as pesquisas acadêmicas na área da Comunicação sobre a cultura pop foram, fortemente, moldadas por teorias e estudos empíricos ocidentais (Soares, 2013).

Mas, segundo Urbano *et al.* (2021, p. 182), “o fenômeno da *Hallyu* representada pela música K-pop tem nos demonstrado é que tais estruturas já não são tão consolidadas

conforme foram no passado”, o K-pop lidera uma nova ordem de consumo cultural, colaborando para uma descentralização do pop e, conseqüentemente, um crescimento de produções acadêmicas sobre o tema.

As pesquisas em torno do K-pop têm analisado aspectos diversos: Soares e Silva (2022) discutem a performance de gênero em covers de K-pop; Urbano *et al.* (2021) abordam um olhar decolonial sobre o fenômeno; Siqueira (2022) trata da *Hallyu* como instrumento da diplomacia cultural; Madureira (2014) analisa as estratégias de circulação do K-pop; Rocha (2021) discute sobre a expansão da cultura sul-coreana; dentre muitos outros. Essa diversidade temática das análises do K-pop “demonstra a sua relevância como objeto de estudo em diversas áreas do conhecimento, atraindo a atenção de estudiosos, fãs e curiosos” (Silva, 2021, p. 81).

METODOLOGIA

Para o nosso percurso metodológico, pesquisamos pelas palavras “K-pop” + “Jornalismo”, “K-pop” + “Imprensa”, “K-pop” + “Notícia” na ferramenta Google Acadêmico. Além disso, buscamos artigos científicos que tratassem sobre o tema nos sites dos três maiores eventos científicos do campo comunicacional do Brasil: Intercom, Compós e SBPJOR. Sintetizamos as metodologias utilizadas e os resultados contidos nesses trabalhos. Destacamos que este artigo faz parte de uma pesquisa macro, que ainda está sendo realizada pelo autor e que investiga as marcas do Orientalismo na cobertura jornalística sobre o K-pop.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Foram encontradas apenas três produções acadêmicas que tratam sobre o K-pop dentro do Jornalismo profissional. No entanto, identificamos a existência de outros trabalhos que investigam a produção midiática e noticiosa que fãs de K-pop realizam na internet, com conteúdos produzidos de fã para fã.

Dentre as pesquisas que abordam o K-pop, especificamente, dentro do jornalismo, encontramos *Febre K-pop: a temperatura do conteúdo jornalístico produzido no Brasil sobre música pop coreana*, de Silva e Amá (2018), que estudam dezenove notícias de veículos online. As autoras não apontaram uma metodologia específica para a análise, mas citam que as publicações foram analisadas a partir de um referencial teórico sobre a

produção de notícias, pautadas nas ideias de fato, acontecimento e valor notícia. As pesquisadoras apontam que há dois tipos de notícia: as explicativas, que se propõem a analisar o K-pop enquanto fenômeno e acontecimento público; e de divulgação, onde a abordagem se limita a divulgar shows, eventos, apresentações e fornecer informações como data, local, horário e preço de ingressos. Segundo as autoras, a mídia não tem caracterizado o K-pop como acontecimento, retirando-lhe o protagonismo: “é apenas o gênero da banda que visita o Brasil, apenas o conteúdo da indústria musical, apenas a música que toca no evento”. (p. 14)

Piola (2021), em busca de entender como o Jornalismo Especializado pauta o K-pop, realizou uma análise de conteúdo para o estudo de seis matérias das revistas *Capricho* e *Quem*. Discutindo os conceitos de estereótipo, preconceito e xenofobia, e estudos de Jornalismo Especializado, a autora detectou que as redações brasileiras estão abrindo espaço para a produção noticiosa do K-pop, havendo uma presença de jornalistas especializados que cobrem o tema. Embora não tenha descoberto a presença de estereótipos, como era sua hipótese, ela destacou que o K-pop ainda é tratado de forma muito rasa.

Genkiwicz (2019) analisou os principais valores-notícia contidos na cobertura do site *F5* e do caderno *Ilustrada* da *Folha de São Paulo* sobre o K-pop no ano de 2018. A metodologia usada também foi a análise de conteúdo. A autora se referenciou nas discussões sobre globalização, culturas de nicho na internet, valores-notícia, Jornalismo Digital e Jornalismo Especializado. A autora também utiliza discussões mais clássicas, como Indústria Cultural. Nos resultados, Genkiwicz (2019) encontrou matérias com títulos chamativos e exagerados, e outras notícias mais objetivas e simples, porém com pouco aprofundamento.

Embora os três trabalhos tratem do K-pop dentro da imprensa, apenas Piola (2021) levanta a possibilidade da existência de estereótipos dentro das matérias analisadas. Todas essas produções apontam para existência de notícias com pouco aprofundamento sobre o tema K-pop, mas as discussões centram-se no estudo do jornalismo e não nas particularidades desse tipo de cobertura, refletindo pouco sobre o olhar ocidental que a imprensa pode ter sobre o gênero, viés adotado por Urbano *et al.* (2021).

Por outro lado, encontramos algumas produções acadêmicas que analisam as mídias informativas criadas por fãs de K-pop que noticiam o gênero para outros membros

dos *fandoms*. Destacamos: Santos e Bredarioli (2018), que estudam o consumo cultural e midiático nichado dos fãs de K-pop e que enfatizam que “os veículos de comunicação não atendem às demandas de diversidade de informação desse grupo” (p. 1); Barros (2022), que realizou um estudo exploratório da revista digital KoreaIn, debatendo ecologia das mídias e cultura participativa, e que descobriu elementos do jornalismo cultural de nicho dentro desse portal; e Baldessar (2019), que investiga como os fãs de K-pop montam comunidades no Twitter e se relacionam criticamente com a imprensa, pontuando que a grande mídia ainda não conseguiu conquistar a confiança dos fãs. Em todos esses, as discussões sobre cultura participativa se tornaram bastante presentes.

CONCLUSÕES

A princípio, buscamos entender como a cobertura jornalística sobre o K-pop tem sido pesquisada, considerando quais as abordagens jornalísticas têm sido mais utilizadas. No entanto, saltou-nos aos olhos muito mais o baixo índice de trabalhos relacionados ao tema, do que propriamente as metodologias utilizadas. Embora o K-pop seja um fenômeno relativamente recente, a ausência de uma bateria mais robusta de trabalhos que se proponham a refletir sobre como essa cobertura tem sido feita interpela-nos a observarmos um sintoma: a crescente rede noticiosa de fãs que produzem conteúdos informativos na internet para o consumo de outros fãs.

Se Moraes (2022) denuncia um vácuo prático-epistemológico no jornalismo, para o jornalismo que cobre o K-pop (numa perspectiva de “outro” mercado fonográfico, feito por um “outro” país), esse vácuo é ainda maior. Como sugestões para futuras pesquisas, destacamos a necessidade de analisar as coberturas jornalísticas sobre o K-pop e sob quais moldes ela acontece, analisando a partir de quais teorias (as clássicas que discutem valor notícia e Indústria Cultural, ou bebendo da fertilidade dos estudos de cultura pop?) elas são fundamentadas. Conscientes de que esse “deserto epistemológico” em torno do K-pop no Jornalismo será superado gradativamente, esta pesquisa buscou fornecer breves contribuições para a área.

REFERÊNCIAS

Amaral, Adriana. Ver para além do conhecido. Os desafios da pesquisa da Cultura pop. Entrevista concedida a Ricardo Machado. **IHU: Revista do Instituto Humanitas Unisinos**, São Leopoldo, n. 545, 2019. Disponível em: <https://www.ihuonline.unisinos.br/artigo/7721-ver-para-alem-do-conhecido-os-desafios-da-pesquisa-da-cultura-pop>. Acesso em: 13 mar. 2024

Baldessar, Alessandra B. **Cultura participativa e metajornalismo: o complexo relacionamento entre fandoms de k-pop e a grande mídia no twitter**. Monografia (Graduação em Jornalismo) - Universidade de Fortaleza. Fortaleza, 2019.

Barros, Larissa dos Santos. **Mídias digitais informativas de fãs para fãs: um estudo exploratório a partir do caso da revista Koreain**. 2022. Monografia (Graduação em Jornalismo) - Universidade Federal de Sergipe. São Cristóvão, 2022.

Correa, Bárbara. K-pop cresceu 36% no Brasil em 2022; BTS é o grupo sul-coreano mais escutado no País. **Terra**, 2022. Disponível em: <https://www.terra.com.br/vida-e-estilo/comportamento/k-pop-cresceu-36-no-brasil-em-2022-bts-e-o-grupo-sul-coreano-mais-escutado-no-pais,6fa9a9cf2ebe9d5f1a9667bca056b05dp08ov2vf.html>. Acesso em: 08 jan. 2024.

Madureira, A.V.A.C. **Cultura pop, gênero e web 2.0: estratégias de circulação do k-pop**. 2014. Monografia (Graduação em Estudos da Mídia) - Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2014.

Moraes, Fabiana. **A pauta é uma arma de combate**. 1. ed. Porto Alegre: Arquipelago, 2022.

Piola, Laura. **Análise da cobertura jornalística sobre k-pop nos sites das revistas capricho e quem**. 2021. Monografia (Graduação em Jornalismo) - Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2021.

Rocha, Ana C. **BTS: os bastidores do fenômeno mundial, uma trajetória do anonimato ao sucesso internacional e seu impacto na expansão da cultura sul-coreana**. 2021. Monografia (Graduação em Comunicação Social) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2021.

Silva, Teresa Rodrigues. **Consuma k-pop, seja feliz: uma análise da felicidade nos produtos midiáticos do grupo BTS**. 2021. Monografia (Graduação em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2021.

Silva, Gabriela Lima; AMÁ, Vitória Prieto. Febre k-pop: a temperatura do conteúdo jornalístico produzido no Brasil sobre música pop coreana. **Enagramas**, São Paulo, v. 1, n. 10, p. 1-9, 2018. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/anagrama/article/view/145610/141422>. Acesso em: 27 dez. 2023.

Siqueira, Mário Prado de. **Hallyu: o K-pop como instrumento de Diplomacia Cultural e Soft Power**. 2022. Artigo Científico (Graduação em Relações Internacionais) - Universidade Federal de São Paulo, Osasco, 2022.

Soares, Thiago; Silva, Lúcio Souza Ferreira da. Coreografias de gênero em covers de K-pop. **Intexto**, v. 53, 2022. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/110437/86249>. Acesso em: 9 mar. 2024

Soares, Thiago. Cultura Pop: Interfaces Teóricas, Abordagens Possíveis. In: 36º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2013, Manaus. **Anais** [...] Online. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/r8-0108-1.pdf>. Acesso em: 10 mar. 2024

Urbano, Krystal et. al. K-pop, ativismo de fã e desobediência epistêmica: um olhar decolonial sobre os ARMYs do BTS. **Logos**, Rio de Janeiro, v. 27, n. 3, p. 177-191, 2021. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/logos/article/view/54453/36831>. Acesso em: 19 jan. 2024.