**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO**

EDUARDA ESPOSITO DE SOUZA

K-POP, FEBRE EM BRASÍLIA

BRASÍLIA
2020

EDUARDA ESPOSITO DE SOUZA

K-POP, FEBRE EM BRASÍLIA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à banca examinadora da Universidade de Brasília como requisito parcial para a Obtenção de grau em Bacharel em jornalismo.

Orientador: Zanei Ramos Barcellos

BRASÍLIA
2020

EDUARDA ESPOSITO DE SOUZA

K-POP, FEBRE EM BRASÍLIA

Relatório final, apresentado a Universidade de Brasília, como parte das exigências para a obtenção do título de bacharel em jornalismo.

Brasília, 14 de dezembro de 2020

BANCA EXAMINADORA

Prof. Zanei Ramos Barcellos

Prof. Carlos Eduardo Machado da Costa Esch

Prof. Ana Carolina Kalume Maranhão

AGRADECIMENTOS

Para fazer este trabalho precisei de muita ajuda e força. Passamos por um período difícil, uma pandemia que nos obrigou a ficar em casa pelo bem da vida de todos. Apesar de todos os momentos difíceis, os pensamentos de desistir e me deixar abater, sempre tive o apoio de meu orientador, Zanei, o qual agradeço por estar me chamando durante a quarentena e tentando me animar de alguma forma. Também agradeço aos meus amigos que me incentivavam a continuar e tentavam sempre me ajudar a procurar por alguma referência ou música que fosse usar no trabalho. Agradeço também à minha família que tentou me dar o melhor cenário para que eu pudesse concluir, não só este trabalho, mas a minha graduação.

Agradeço também à Universidade de Brasília (UnB) por todo o apoio que prestou e continua prestando aos discentes nessa época difícil. Nada é perfeito, mas todo o esforço e trabalho conjunto dos servidores e docentes da UnB foram indispensáveis para que eu pudesse apresentar esse trabalho agora em busca do meu tão sonhado diploma. Agradeço também a todos os terceirizados que me acompanharam nesses seis anos de trajetória dentro da faculdade, seu trabalho foi muito importante para que eu tivesse uma sala de aula limpa, que as portas estivessem abertas quando eu chegava muito cedo e por todas as informações que sempre sabiam me informar tão educadamente.

RESUMO

Este trabalho uniu o radiojornalismo a uma tendência atual, jovem e que é muito utilizada e veiculada na internet, o *podcast*. Surgido em 2004 com a união dos termos *broadcast* e *Ipod*, o *podcast* tem se mostrado um produto potente na internet. Sendo este o primeiro episódio de uma série que abordará o tema *k-pop*, utilizo todos os conhecimentos de anos de estudo na universidade sobre as técnicas de rádio, edição de áudios, captação de entrevistas e montagem para a produção de um episódio experimental. O produto uniu dois universos e duas linguagens diferentes em torno de um tema pouco conhecido no Brasil, o *K-pop*. Casando a linguagem jornalística, com as regras do radiojornalismo e liberdade do *podcast*, montei um episódio misto e dinâmico não deixando nenhuma característica — radiojornalismo e *podcast* — de fora. O resultado, pode ser conferido no primeiro episódio da série *K-Tune* veiculada no *YouTube* gratuitamente e o desenvolvimento desse resultado pode ser acompanhado no procedimento de produção.

Palavras-chave: (*Podcast*; *K-pop*; radiojornalismo)

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	7
1.1 DEFINIÇÃO DOS OBJETIVOS.....	7
2. REVISÃO TEÓRICA	8
2.1 AUDIÊNCIA	8
2.2 JORNALISMO DIGITAL.....	8
2.3 RADIOJORNALISMO	9
2.4 PODCAST	10
3. CONTEXTUALIZAÇÃO	11
3.1 MÚSICA.....	11
3.2 K-POP: POP SUL COREANO.....	13
3.3 ONDA HALLYU.....	13
4. PROCEDIMENTOS DE PRODUÇÃO	15
5. ETAPAS DE PRODUÇÃO	18
5.1 PESQUISA BIBLIOGRÁFICA.....	18
5.2 DEFINIÇÃO DE PAUTA/PRODUÇÃO	18
5.3 MARCAÇÃO DE ENTREVISTAS	18
5.4 ENTREVISTAS.....	19
5.5 EDIÇÃO DO CONTEÚDO	19
5.6 CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO DO PRODUTO	19
6. RESULTADOS ALCANÇADOS	19
7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	20
8. APÊNDICE	23

1. INTRODUÇÃO

O seguinte produto tem como tema a popularidade do gênero musical *K-pop* em Brasília utilizando a linguagem do *podcast*. A reportagem de até 15 minutos visa explicar o que é esse gênero musical e como jovens brasilienses consomem e se relacionam com o ritmo, como ir a shows em outros estados, aprender a língua coreana e até mesmo promover eventos na capital do país.

O produto tem como objetivo comunicar sobre o que é esse gênero musical e seus desdobramentos por meio de uma reportagem em formato de *podcast* que será veiculada gratuitamente no *YouTube*. O público alvo será a grande massa, justamente a audiência que não conhece o gênero, para que o nicho consiga entender um pouco sobre o *K-pop* ao ouvir o material produzido.

A motivação para a elaboração dessa produção e pesquisa envolve questões e gostos pessoais. Conheci o *K-pop* em 2012 através de um amigo no 1º ano do ensino médio. Na época, já era fã da cultura japonesa e esse gênero musical abriu portas para que eu conhecesse mais do país vizinho, a Coreia do Sul. O *k-pop* já apareceu diversas vezes na televisão e jornais¹, tem sido um tema crescente entre *youtubers* brasileiros e até mesmo ocupa as *hashtags* mais comentadas no *Twitter* diariamente.

Entretanto, mesmo com a popularidade crescente no Brasil, ainda há poucos canais e mídias que falem de *K-pop*. Na televisão aberta não há programas que foquem nesse gênero musical ou falem dele com uma certa frequência. Em jornais, raramente temos notícias ou entrevistas com esses artistas, salve quando algum grupo faz show em alguma cidade e as mídias locais noticiam.

Por isso, este produto visa auxiliar o jornalismo brasileiro em um formato de veiculação de notícias de um gênero tão popular, mas ainda desconhecido pela grande população brasileira. Ajudar a entender um pouco sobre o mercado musical, a cultura e os grupos oriundos da Coreia do Sul num formato de *podcast*.

1.2 DEFINIÇÃO DOS OBJETIVOS

O objetivo principal deste trabalho é abordar sobre o *K-pop* em Brasília em um *podcast* utilizando a linguagem jornalística em um produto como o *podcast* e que possa ser veiculado no rádio e internet. O outro foco do trabalho é que a grande massa possa entender sobre o assunto discutido com esse novo formato de produto midiático, transformando esse

¹ Reportagem exibida no Fantástico em 27 de maio de 2019. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=s511Cy_sQJg

experimento em um produto jornalístico com uma linguagem mais informal e direta. Para alcançar tais objetivos, foi produzida um *podcast*, de até 16 minutos, no qual foi utilizada a linguagem e formato anteriormente citados.

2. REVISÃO TEÓRICA

Neste capítulo será abordado os tópicos considerados importantes para a contextualização do trabalho e trazendo os conceitos ligados ao jornalismo que foram utilizados na elaboração do *podcast*.

2.1 AUDIÊNCIA

O jornalismo se tornou um mecanismo importante para a população, trazendo informação e notícias para que a sociedade não ficasse desinformada sobre os acontecimentos do mundo e de sua região. Ao longo dos séculos, o jornalismo se reinventou diversas vezes alcançando novos meios de publicação de linguagens. Por esta razão, a audiência sempre foi um aspecto relevante dentro do jornalismo, um feedback e status de relevância para os veículos da imprensa.

De acordo com Carlos Antônio Ruótulo, 1998, p. 160, o conceito de audiência pode ser definido como:

Dentro do processo de comunicação pode ser definida como o conjunto de respostas dos receptores aos conteúdos dos meios de comunicação social. Essas respostas podem ser internas (como uma mudança de opinião) ou externas (como a compra de um produto). A audiência em si é um conjunto de pessoas anônimas, heterogêneas, distribuídas com ampla dispersão geográfica e sem contacto entre si ou com o comunicador.

Com os anos a audiência das rádios diminuiu consideravelmente por causa da televisão e da internet. Isso é provado com a Pesquisa Brasileira de Mídia de 2016, que revelou que até 15% dos brasileiros escutam rádios nos fins de semana, sendo até 10% durante a semana. (SECOM, Pesquisa Brasileira de Mídia, 2016, p.42 a 44)

2.2 JORNALISMO DIGITAL

O jornalismo nas redes digitais, e especialmente na Internet, é um fenômeno relativamente recente, com uma expansão paralela à da World Wide Web (www) e com seu

início em 1994 (Rasêra, Marcella, 2010). A internet possibilitou que o jornalismo pudesse também utilizar esse meio como forma de chegar às pessoas além dos outros modos tradicionais (jornal impresso, televisão e rádio). De acordo com Marcella Rasêra em seu artigo de 2010, que fala sobre o surgimento e o desenvolvimento do jornalismo digital, a internet deu uma outra cara ao jornalismo e uma mudança de conceito.

Porém, nos dias de hoje, poucos discordariam da importância das mídias digitais e de seu papel duradouro no panorama global dos meios de comunicação, assim como do impacto significativo na sociedade em relação à indústria editorial, fonográfica e televisiva causado pelo surgimento da tecnologia digital. O autor propõe uma única definição do termo jornalismo digital: o uso de tecnologias digitais para pesquisar, produzir e distribuir (ou tornar acessível) notícias e informações para uma audiência informatizada. Mesmo assim, ele alerta que a definição de jornalismo digital está em constante transformação devido aos avanços tecnológicos, e mais importante ainda, devido a mudanças no jornalismo como instituição assim como conceito. (Rasêra, 2010, p. 3).

No livro *Digital Journalism: Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism* (2003), o autor Kevin Kawamoto aborda sobre o jornalismo digital, o desencadeamento do jornalismo na era da internet e as preocupações sobre o que poderia ser classificado dessa forma e por quem poderia ser produzido.

Na definição do autor, jornalismo digital é difícil de ser explicado porque pode significar coisas diferentes para pessoas diferentes. A definição de jornalismo digital é um alvo em movimento. As tecnologias mudam, e o mais importante, as instituições e o conceito de jornalismo mudam, e por isso a definição de jornalismo digital também mudará (Kawamoto, 2003).

2.3 RADIOJORNALISMO

O radiojornalismo no Brasil teve início de verdade em 1941 com o repórter Esso da Rádio Nacional do Rio de Janeiro². Antes dele, o jornalismo que se tinha nas rádios eram as leituras diárias dos jornais impressos da época. Mostrando sua enorme capacidade de chegar em todo o território nacional via ondas de rádio, o meio possibilitou outros programas de notícias, que foram se adaptando e criando sua própria linguagem até chegar no que se tem nos dias de hoje.

O radiojornalismo trouxe ao país notícias sobre a Segunda Guerra Mundial, as taças e derrotas da seleção brasileira nas inúmeras copas do mundo de futebol, começou a dividir o

² Disponível em <https://www.camara.leg.br/radio/programas/315149-a-historia-do-radiojornalismo-no-pais-do-reporter-esso-ate-os-dias-atuais-1014/>. Acessado em 5 de agosto de 2020.

tempo de notícias com músicas e programas musicais e se tornou um forte meio de comunicação política na era Vargas com a criação da Hora do Brasil, hoje Voz do Brasil, que se tornou obrigatória em 1938. O rádio no país teve uma enorme importância e continua tendo nas regiões onde a internet e a televisão não conseguem chegar pela grande imensidade territorial do Brasil.

Com grande audiência nos anos de 1940 até meados de 1990, o rádio possibilitou ao jornalismo um novo meio de propagação de notícias, criação de conteúdo e veiculação de informação no Brasil. De acordo com o Ministério das Comunicações, em 2019 o Brasil tinha 9 mil emissoras de rádios, sendo delas 1.921 AM, 3.209 FM e 4.641 rádios comunitárias.

2.4 PODCAST

O *podcast* surgiu em 2004, o termo é uma junção das palavras *iPod* e *broadcast* (transmissão via rádio) de acordo com o site Tec Mundo³. Os créditos do conceito deste termo são atribuídos ao *ex-VJ* da *MTV* Adam Curry, que criou o primeiro agregador de *podcasts* e disponibilizou o código na internet para que outros programadores pudessem aperfeiçoar e utilizar. O *podcast* é como se fosse um blog, ao invés de escrito, falado. Nele é possível dar sua opinião sobre política, livros, novela, promover debates, ou falar sobre qualquer tema disponibilizando o produto final na internet.

No Brasil, existe uma pesquisa que mede o alcance do *podcast* no país, chamada PodPesquisa⁴, ela é produzida anualmente pela abPod - Associação Brasileira de Podcasters. A instituição foi fundada em 13 de maio de 2006, sendo hoje o principal órgão de associação, coordenação e orientação de produtores, locutores, comentaristas e veiculadores de *podcast* em todo o território nacional. Na PodPesquisa de 2019, os colaboradores recolheram as respostas por questionário online entre 21 de outubro a 12 de dezembro de 2019, totalizando 55 dias de coleta.

O objetivo, de acordo com a pesquisa, foi conhecer o perfil dos ouvintes de *podcast* no Brasil. A pesquisa revelou que os estados que mais consomem esse tipo de mídia são: São Paulo (SP), Rio de Janeiro (RJ) e Minas Gerais (MG). Ainda sobre o perfil, a participação feminina tem aumentado, mesmo não batendo na casa dos 30%, assim como a diversidade entre os ouvintes. A idade média também demonstra ser entre os 25 a 29 anos e pessoas com ensino superior incompleto ou completo são as que mais consomem *podcast* no país.

³ Disponível em <https://www.tecmundo.com.br/internet/1252-o-que-e-podcast-.htm>. Acessado em 5 de agosto de 2020.

⁴ Disponível em <http://abpod.com.br/wp-content/uploads/2020/03/Podpesquisa-ouvintes-2019.pdf>. Acessado em 5 de agosto de 2020.

A pesquisa revela também que 64% dos participantes escutam a mídia há cerca de cinco anos. Sobre os assuntos, Cultura Pop e política tiveram um aumento de 13,1% em referência a pesquisa de 2018 e o feminismo aparece como grande candidato em números absolutos. As plataformas com maiores consumidores são: *Spotify* (44%), *Podcast Addict* (9%) e *Google Podcasts* (9%). Sobre pagar por conteúdo exclusivo, 25% dos ouvintes pagariam de R\$ 5 a R\$ 10 seguido por 15% que não pagariam nenhum valor para o consumo do conteúdo.

O *podcast* tem se tornado popular aos poucos, no Brasil esse crescimento é comprovado pela pesquisa e em como as plataformas tem criados diversos tipos de *podcasts* para atrair uma gama maior de público. Isso porque, diferente de um programa de rádio, esse produto fica gravado e disponibilizado online em uma plataforma de *streaming*. De acordo com o blog da Rockcontent⁵, o *podcast* serve para compartilhar conhecimento, falar sobre demandas específicas de mercados e compartilhar conteúdo.

Corroborando com a afirmação de que os *podcasts* tem ganhado espaço no Brasil, o *podcast* do site de notícias G1, G1 Ouviu⁶, ocupou o 5º lugar na lista de *podcasts* mais ouvidos na América Latina⁷ entre abril e maio de 2020 com 213 mil downloads semanais. Atualmente se encontra no episódio 119, a série de *podcasts* focada no mundo da música libera um episódio novo todo domingo.

3. CONTEXTUALIZAÇÃO

3.1 MÚSICA

O conceito de *Música*⁸, de acordo com o site Dicionário Online de Português é:

Substantivo feminino;

Combinação harmoniosa de sons ou combinação de sons para os tornar harmoniosos e expressivos;

Execução de uma composição musical, por diversos meios;

Ação de se expressar através de sons, pautando-se em normas que variam de acordo com a cultura, sociedade etc;

Ato de entender ou de interpretar uma produção musical;

Reunião de quaisquer sons provenientes da voz, de instrumentos, que possuam ritmo, melodia e harmonia;

⁵ Disponível em <https://comunidade.rockcontent.com/o-que-e-podcast/>. Acessado em 5 de agosto de 2020.

⁶ Disponível em <https://g1.globo.com/podcast/g1-ouviu/>. Acessado em 5 de agosto de 2020.

⁷ Disponível em <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2020/08/03/g1-ouviu-podcast-de-musica-chega-ao-episodio-100-com-quase-3-milhoes-de-downloads.ghtml>. Acessado em 5 de agosto de 2020.

⁸ Disponível em <https://www.dicio.com.br/musica/>. Acessado em 4 de fevereiro de 2020.

[Música] Teoria dessa arte; realização prática dessa arte; composição musical;

Conjunto ou corporação de músicos; filarmônica, orquestra;

Particularidade musical; musicalidade: a música de um texto.

[Figurado] Suavidade, doçura: suas palavras são música para o meu ouvido.

Etimologia (origem da palavra música). Do latim *musica*.ae, pelo grego *mousikós*.e.on. (Dicionário online português)

De acordo com o site InfoEscola⁹, acredita-se que a música surgiu há 50 mil anos no continente africano e era usada como expressão cultural.

Na pré-história o ser humano já produzia uma forma de música que lhe era essencial, pois sua produção cultural constituída de utensílios para serem utilizados no dia-a-dia, não lhe bastava, era na arte que o ser humano encontrava campo fértil para projetar seus desejos, medos, e outras sensações que fugiam a razão. Diferentes fontes arqueológicas, em pinturas, gravuras e esculturas, apresentam imagens de músicos, instrumentos e dançarinos em ação, no entanto não é conhecida a forma como esses instrumentos musicais eram produzidos. (InfoEscola)

A partir desse momento, a música foi apenas evoluindo para o que nós conhecemos hoje, dividida em gêneros diversos, com características de cada povo e também individuais de cada artista.

3.2 K-POP: POP SUL-COREANO

O *K-pop* surgiu no começo dos anos 1990 com o grupo masculino *Seo Taiji and Boys*. O sucesso foi tanto e inesperado que nessa década outros grupos e solistas do gênero surgiram no país assim como as empresas que focaram em lançar nomes no ritmo. “O gênero que surgiu nos anos 90, apenas no final dos anos 2000, cresceu de um gênero musical comum entre adolescentes e jovens adultos pertencentes ao Oriente e Sudeste da Ásia, para uma subcultura mundial” (MidiaMax, 2019)¹⁰

Esse gênero musical é uma mistura de vários outros estilos musicais, ele tem inúmeras influências do pop ocidental, até mesmo versos inteiramente em inglês são comuns nas músicas dos artistas. “O movimento *K-Pop* engloba uma série de elementos: além das *girl e boy bands*, há artistas solo, como Psy, coreografias e influências de gêneros musicais como *electropop*, *hip*

⁹ Disponível em <https://www.infoescola.com/musica/historia-da-musica/>. Acessado em 4 de agosto de 2020.

¹⁰ Disponível em <https://www.midiamax.com.br/midiamaais/comportamento/2019/k-pop-o-genero-que-popularizou-a-cultura-sul-coreana-em-campo-grande>. Acessado em 4 de agosto de 2020.

hop, rock e R&B” (Blog Saraiva, 2019)¹¹. O estilo é totalmente diferente do que estamos acostumados, tanto musicalmente, quanto na produção. *No k-pop* existem empresas que treinam pessoas por anos para estreá-las em um grupo ou como solistas. O sistema de trainee é pesado e requer dedicação e sacrifício do interessado. Muitos treinam por anos e não conseguem debutar no final, ou o grupo não alcança o sucesso, milhares estreiam todo ano e os coreanos não consomem seu material, tendo em vista que o *K-pop* não é único gênero musical consumido e produzido no país.

Para concluir o processo e dar como estabelecido o produto final (um grupo coeso, com química entre os membros, com vozes que se complementam e carisma em conjunto), são anos de muito treino, aulas de dança e voz, testes de vestuário e visual, aulas de idiomas (eles cantam em outras línguas para agradar aos fãs) e conhecimento em geral. (Blog Saraiva, 2019).

A forma de lançamento é diferente. Chamado de *Come Back*, o lançamento de um CD (*album*) ou um EP (mini *album*) é bem diferente do ocidente. Eles promovem apenas um single, em alguns casos lançam dois singles, mas apenas o carro chefe é divulgado fortemente nos programas para premiações. E as promoções duram cerca de um a dois meses dependendo da empresa do artista. Além disso, o mercado de venda físicas é movimentado pela cultura do *fandom* (de fãs) que o *k-pop* criou com eventos chamados *fansings*, em que os fãs compram dezenas de CDs para serem sorteados para esse evento para ter o *album* autografado e poder encontrar pessoalmente o seu ídolo.

Duas dessas bandas masculinas aparecem na lista de discos mais vendidos do mundo correspondente à primeira semana de abril. A *boy band* Wanna One está há duas semanas no primeiro lugar com seu álbum *I Promise You*, à frente do novo trabalho de Jack White e da trilha sonora do filme *O Rei do Show*. E a Monsta X, a banda que tocará em junho no Vistalegre, ocupa o décimo lugar. (El País, 2019).

3.3 ONDA HALLYU

A Onda *Hallyu* é o movimento denominado pelos coreanos para a exportação da cultura coreana para o mundo. O primeiro produto a começar essa onda foi a novela *Winter Sonata*¹² que fez um sucesso enorme no Japão, país que historicamente tem conflitos com a Coreia do

¹¹ Disponível em <https://blog.saraiva.com.br/kpop/>. Acessado em 4 de agosto de 2020.

¹² Disponível em https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjC0o7ZsZHoAhVeGbkGHbliBNwQFjAAegQIBBAB&url=https%3A%2F%2Fwww.brazilkorea.com.br%2Fwinter-sonata-drama-pioneiro-no-japao%2F&usg=AOvVaw118u45C4Le2T_oH9jpN2D. Acessado em 4 de agosto de 2020.

Sul. Vendo a força das produções nacionais, o governo impulsionou ainda mais essa indústria e o *K-pop* se tornou um vetor importante desse movimento.

De acordo com o jornal *El País*, o gênero musical representa à península sul coreana 4,7 bilhões de dólares. Além dele, outro ramo que vem tendo destaque mundialmente é o cinema, o recém premiadíssimo filme *Parasita* vencedor de quatro estatuetas do Oscar¹³ tendo seis indicações, além de outras vitórias em premiações importantes de Hollywood.

O *K-Pop* é uma indústria musical de 4,7 bilhões de dólares (16 bilhões de reais), de acordo com a Agência de Conteúdo Criativo da Coreia do Sul (Kocca, na sigla em inglês). É somente uma parte de um movimento muito maior chamado “onda cultural sul-coreana” (*Hallyu*). O gigante econômico em que está se transformando obrigou o Governo do país a abrir esse departamento que trabalha com tudo o que é relacionado à projeção internacional da música, cinema, *omanhwa* (o mangá sul-coreano), moda, animação, gastronomia, videogames e televisão locais. (*El País*)

Outro grande vetor da Onda *Hallyu* são as novelas, mais conhecidas como *doramas*. Atualmente, centenas delas podem ser vistas com legendas em português no catálogo da *Netflix*¹⁴, que firmou uma parceria com um grande estúdio de televisão sul coreano para disponibilizar as produções no serviço de *streaming*. Antes dessa facilidade, existiam outros sites e aplicativos que reuniam os *doramas* e legendavam para o público estrangeiro, mostrando a força da televisão sul coreana fora do país de origem.

Todos esses produtos refletiram muito aqui no Brasil, em matéria recente no Bom dia Brasil¹⁵, foi abordado o crescente número de estudantes em língua coreana na cidade do Rio de Janeiro. Em Brasília, foi inaugurado em 2018¹⁶ o Instituto Rei *Sejong*, uma instituição do governo coreano que veio para o Brasil com o apoio do *Kobras*¹⁷ e da Universidade de Brasília

¹³ Disponível em

<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwi6pLfjrJHoAhWcGbkGHZiWcZsQFjADegQIAhAB&url=https%3A%2F%2Fg1.globo.com%2Fpop-arte%2Fcinema%2Foscar%2F2020%2Fnoticia%2F2020%2F02%2F10%2Fparasita-e-o-grande-vencedor-do-oscar-2020.ghtml&usg=AOvVaw1bfyB2KY4p9U7YS6beJ-W>. Acessado em 4 de agosto de 2020.

¹⁴ Disponível em

<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjyPKS-rJHoAhVdLLkGHfrPBD4QFjAAegQIAxAB&url=https%3A%2F%2Fwww.netflix.com.br%2Fcategoria%2Fseries-coreanas&usg=AOvVaw3w1k4V41UBucyNGABPro8O>. Acessado em 4 de agosto de 2020.

¹⁵ Disponível em <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2019/11/13/fenomeno-k-pop-impulsiona-ensino-de-coreano-em-escolas-publicas-do-rio.ghtml>. Acessado em 4 de agosto de 2020.

¹⁶ Disponível em https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/eu-estudante/ensino-ensinosuperior/2018/08/03/ensino_ensinosuperior_interna,699198/unb-kobras-e-a-embaixada-da-republica-da-coreia-inauguraram-instituto.shtml.

Acessado em 4 de agosto de 2020.

¹⁷ Disponível em

<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjrfGbspHoAhXcGLkGHT4CDAsQFjAAegQIARAB&url=http%3A%2F%2Fwww.kobras.kr%2Fportugues%2Fmain%2Fmain.php&usg=AOvVaw3ewCm-Gty4W4T2M-dDArjV>. Acessado em 4 de agosto de 2020.

(UnB). Atualmente, os alunos da UnB e comunidade exterior podem ter aulas da língua gratuitamente, pagando apenas pelo material didático.

4. PROCEDIMENTOS DE PRODUÇÃO

O trabalho foi desenvolvido por meio de pesquisa bibliográfica para o embasamento teórico e contextual do trabalho. Foi desenvolvida uma grande reportagem de 15 minutos, que fala sobre o cenário do *K-pop* e dos seus consumidores em Brasília, trazendo esse nicho para o mundo jornalístico.

Para isso foram realizadas entrevistas em formato de *podcast* em Brasília, mais especificamente com alunos da UnB, representante da embaixada da Coreia do Sul e personagens da matéria. Foi então editada para a apresentação final do trabalho após feita todas as entrevistas.

As técnicas de entrevistas usadas foram as utilizadas em reportagens; entrevistas veiculadas em rádios e *podcasts* onde o jornalista e as fontes tem local de fala; O formato escolhido foi o vídeo para disponibilização no *YouTube* e em áudio com possibilidade de veiculação tanto na rádio quanto na internet.

Após definir o tema do *podcast*, comecei a procura por personagens que dessem um panorama da “Febre do *K-pop* em Brasília”. Defini, então, quais tipo de relatos gostaria de ter para compor o *podcast* e assim, iniciei as buscas virtualmente. Primeiro, defini os personagens: grupo cover — uma pessoa ou grupo que aprende e reproduz as coreografias do *k-pop* —, pessoa que compra os CDs e itens oficiais, pessoa que viajou para show em outros estados do Brasil e/ou exterior, pessoa que começou a aprender coreano pela influência do *K-pop*, professora de coreano do Instituto Rei Sejong Brasília e o embaixador. O primeiro passo foi enviar uma mensagem em um grupo de *WhatsApp* de alunos da UnB que escutam *K-pop*, onde estou inserida, perguntando sobre possíveis participantes, nessa busca consegui o contato do grupo cover *Black Sunset*.

Após marcar o dia e horário da entrevista, que foi realizada em 4 de setembro às 15 horas, me reuni com as quatro representantes do projeto por ligação no *WhatsApp*. Durante a gravação, não percebi que o celular não gravava tela e nem áudios de ligações, o que me fez ter um problema, pois foi somente ao final da entrevista que percebi o empecilho. Ao explicar o ocorrido para as entrevistadas, elas concordaram em responder minhas perguntas novamente. Utilizei então o gravador de voz do notebook para gravar a entrevista, coloquei a ligação no viva voz e aproximei o celular do microfone, conseguindo assim, obter o relato em áudio.

Sabendo do empecilho para gravar por ligação de aplicativos, resolvi que pediria para as próximas fontes me enviarem áudios, dessa forma conseguiria baixar e reaproveitar no produto. Então, depois de mais alguns dias de procura, em 14 de setembro recorri a um grupo nacional de *K-pop* na rede social *Facebook*. Especifiquei que procurava pessoas de Brasília e ali consegui os outros quatro personagens, Natália Peronico, Zayne Marques, Wanessa Silva e Júlia Fernandes. Natália, Zayne e Júlia enviaram áudios pelo *Messenger*, aplicativo de chat do *Facebook*, enquanto que Wanessa respondeu por áudio o questionário pelo *WhatsApp*. Frisei às quatro mulheres que quando fossem me responder, procurassem um lugar silencioso, justamente para não ter problemas com o som de suas vozes e do ambiente onde estariam no momento. Sem problemas técnicos, todos os áudios ficaram em ótima qualidade para uso no produto.

Enquanto isso, havia enviado um e-mail à embaixada da Coreia solicitando uma entrevista por áudio com o embaixador sobre eventos relacionados ao *K-pop* na capital e força da onda *Hallyu* no DF. Porém, devido a agenda lotada pelo atraso que a pandemia pelo Coronavírus (Covid-19) causou na agenda oficial da autoridade, consegui apenas dados oficiais por escrito, que mesmo assim considere uma boa fonte de informação e que compôs o texto dentro do *podcast*.

Por último, em 29 de setembro às 16 horas, gravei uma entrevista com a professora Sandra Jang do Instituto Rei Sejong Brasília, localizado na UnB que oferta para a comunidade e aos alunos ensino da língua coreana gratuitamente. Conversei sobre o instituto em si e em como o *K-pop* atrai alunos novos para aprender a língua. A entrevista foi feita após minha aula de coreano pela ferramenta de gravação de vídeo do *Google Meets*. A entrevistada me passou o link, e depois de baixar, retirei o áudio para utilizar na produção do *podcast*.

Começando a edição do *podcast* em si, iniciei os trabalhos pela elaboração da vinheta do programa. Para compô-la, acessei a biblioteca de áudio do *Youtube*, uma página com milhares de músicas e efeitos sonoros gratuitos que podem ser usados em vídeos dentro da plataforma sem problemas com direitos autorais. Após uma pequena busca, encontrei o áudio *Two Little Bums* que considere perfeito para a vinheta.

Em seguida, usei o aplicativo de edição de áudio *Audacity* para gravar minha voz falando o nome do *podcast* “K-Tune” e então usei os filtros de velocidade e grave para mudar o trecho para um tom mais agudo e robotizado. Selecionei o trecho da música que usaria na vinheta e comecei a editar tentando encaixar as duas peças para que fizessem sentido juntas. Fiz a escolha desses dois itens por querer algo mais alegre.

Para a elaboração do roteiro, fiz uma separação lógica de quais assuntos eu queria falar e em qual ordem. Em seguida, comecei a escutar novamente as entrevistas para encaixar cada fonte em um assunto que gostaria de abordar dentro da lógica que criei para que o público pudesse entender do que estávamos falando. Intercalei os depoimentos com minhas falas e comentários e outras músicas do *k-pop* para deixar o *podcast* bem musical.

Como havia feito um questionário de perguntas, usei as falas das fontes para responder duas ou mais perguntas diferentes, assim dando a todas o mesmo espaço de fala. Após fazer a parte dos personagens individuais, comecei a ouvir a entrevista com o grupo cover *Black Sunset* e então montar a ordem lógica de qual parte do depoimento viria primeiro.

Terminando de esquematizar os depoimentos das líderes do grupo, foi a vez de preparar os áudios da entrevista com a professora Sandra Jang do Instituto Rei Sejong Brasília. Primeiro, removi o áudio do vídeo em um conversor online, comecei a escutar a nossa entrevista e anotar o tempo de cada tema. Escolhi então quais partes eu colocaria no *podcast* e selecionei o depoimento da docente. E para terminar o roteiro, peguei as informações cedidas a mim pela embaixada por e-mail sobre eventos de *k-pop* na cidade e a onda *hallyu*.

Usei a minha narração para dar algumas informações que considerei importantes tendo em vista o foco no *k-pop* e caminhei para finalizar o roteiro com a minha despedida. Dessa forma, para conseguir gravar as locuções, negritei todas as minhas falas e comecei então a gravar as narrações com o microfone profissional direto no computador.

Ao começar a tratar os áudios pelo *Audacity* percebi que não estavam no formato mp3, então converti quase todos os áudios, de entrevista e as minhas narrações, em um site na internet para poder mexer neles. Depois de separar e tratar os depoimentos, fazendo os devidos cortes e junções, tratei as músicas que usei no *podcast* colocando os *fade in* e *fade out* em cada começo e final do trecho, respectivamente, para que as músicas não entrassem de uma forma abrupta e nem terminassem repentinamente. A cada canção, escolhi o melhor trecho que considerei trazer musicalidade ao produto e deixa-lo com um ar alegre, além de dar um gosto do som que o *K-pop* costuma trazer sempre para os fãs do gênero.

Peguei músicas antigas e mais recentes, justamente para ter uma variação, além de colocar vários artistas também. Terminada essa parte, comecei a montar o *podcast*, com a ordem no roteiro e tudo tratado, eu precisava apenas colocar cada faixa em sua colocação. Para ficar organizado, criei três faixas de áudio no programa: uma para as minhas narrações; uma para a vinheta e as músicas; e a terceira para as entrevistas, dessa forma não fiquei tão perdida na linha do tempo do produto.

Na parte da montagem do produto, depois de encaixar cada parte uma após a outra de maneira organizada, o áudio final teve 25 minutos. Estava muito além do que eu pretendia nesse *podcast*, por isso eu fiz o refinamento de cortar alguns áudios, músicas e entrevistas. Também cortei um pouco os depoimentos das personagens e da minha narração. Consegui diminuir um pouco mais de 8 minutos que deixou o produto final com um pouco mais de 15 minutos, o que considerei sendo um tempo adequado para um episódio de *podcast* sobre *K-pop*. Ao final, exportei o arquivo em formato mp3 para colocar na plataforma em que irei disponibilizar a série, o *YouTube*, que pode ser conferido no canal do *YouTube* “Eduarda Esposito”.

5. ETAPAS DA PRODUÇÃO

5.1 PESQUISA BIBLIOGRÁFICA

Etapa na qual foi pesquisado todo o conteúdo bibliográfico referente a radiojornalismo, webjornalismo e *podcast* para o embasamento teórico da produção da grande reportagem. Usei o semestre de pré-projeto e os primeiros seis meses do ano para procurar e refinar a pesquisa.

5.2 DEFINIÇÃO DE PAUTA/PRODUÇÃO

Pensando na melhor forma de abordar o tema para possíveis não conhecedores do *k-pop*, resolvi que traria um breve introdução do que é o gênero musical e então afunilaria até os fãs de Brasília contando suas experiências. Dessa forma, caminhei para algumas consequências, como aprendizagem da linguagem coreana na capital e eventos organizados pela embaixada da Coreia do Sul.

Conseguindo então definir o que eu gostaria de colocar no produto, defini o perfil dos personagens e quais informações eu gostaria de abordar no *podcast*. Sobre as músicas, pensei naquelas que, para mim, uma ouvinte antiga, traziam mais o sentimento de *k-pop* e que podiam traduzir o que eu estava querendo apresentar em formato musical. Esta etapa foi pensada e concluída no mês de agosto.

5.3 MARCAÇÃO DE ENTREVISTAS

Etapa na qual foi feito o contato com as partes interessadas para a reportagem (Fãs de *k-pop*, Instituto Rei Sejong de Brasília, Embaixada da Coreia do Sul e grupo cover de *k-pop*). As marcações de entrevistas ocorreram no mês de setembro.

5.4 ENTREVISTAS

As gravações foram feitas por ligação e captação de áudios via aplicativos de mensagens (*WhatsApp* e *Messenger*) devido à pandemia pelo Corona vírus (Covid-19). Uma das entrevistas foi por e-mail, devido a agenda lotada da embaixada. O período de entrevistas foi durante o mês de setembro inteiro.

5.5 EDIÇÃO DO CONTEÚDO

Etapa na qual foi editado todo o conteúdo gravado das entrevistas para a produção final da grande reportagem que faz parte da pesquisa de conclusão de curso. Usei todo o mês de outubro para tratar, cortar, gravar e montar o *podcast*.

5.6. CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO DO PRODUTO

Realização de entrevistas	Setembro de 2020
Edição de material	Outubro de 2020
Entrega do produto	Dezembro de 2020

6. RESULTADOS ALCANÇADOS

Como resultado, uni a linguagem radiojornalística ao formato *podcast* em um único produto. Abordei sobre o *k-pop* dando uma breve introdução e contando as histórias dos fãs que moram em Brasília, de forma que a grande massa possa entender do que foi falado. Montei um produto que pode ser veiculado em qualquer um dos meios — rádio e internet — sem grandes problemas. Pude também comunicar sobre a cultura *k-pop* de uma forma muito simples e barata. Além disso, convivi um pouco mais com as pressões dos deadlines, da edição do material e da procura pela excelência na produção do conteúdo jornalístico.

Devido as circunstâncias pelas quais passamos neste presente ano, como a pandemia pelo novo Coronavírus (Covid-19) e a quarentena, precisei procurar outras opções de entrevistas e edição de material para a realização e finalização do produto. Tendo assim, experimentado condições adversas que o futuro no mercado de trabalho como jornalista pode me reservar.

REFERÊNCIAS

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Digital Journalism: Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism, ed: ROWMAN & LITTLEFIELD PUBLISHERS, INC, Estados Unidos, 2003.

Moura, L. *Como escrever na rede: manual de conteúdo e redação para Internet*, ed: Record, Rio de Janeiro, 2002.

Râsera. M. *Jornalismo digital: do boom aos dias atuais*. Uma reflexão sobre a necessidade da convergência de meios decorrente da mudança de hábitos de consumo da notícia, 2010.

FONTES ELETRÔNICAS:

Merkle, E. R. e Richardson, R. A., *Digital Dating and Virtual Relating: Conceptualizing Computer Mediated Romantic Relationships*, Family Relations, p. 187-192, 2000.

Oliveira, Maria Engel, ORKUT: *o impacto da realidade da infidelidade virtual*, p.39, Rio de Janeiro, 2007.

Ruótulo, Carlos Antônio, *Estudos de Audiência e Recepção: mais do que números do Ibope - aspectos históricos*, p. 160, São Paulo, 1998.

ENDEREÇOS CONSULTADOS NA INTERNET:

A história do radiojornalismo no país, do Repórter Esso até os dias atuais. Câmara dos Deputados. Disponível em: <<https://www.camara.leg.br/radio/programas/315149-a-historia-do-radiojornalismo-no-pais-do-reporter-esso-ate-os-dias-atuais-1014/>>. Acessado em 5 de agosto de 2020.

Entenda o fenômeno do gênero K-Pop, a música coreana febre no mundo. Blog Saraiva. Disponível em: <<https://blog.saraiva.com.br/kpop/>>. Acessado em 4 de agosto de 2020.

Fenômeno k-pop impulsiona ensino de coreano em escolas públicas do Rio. G1. Disponível em: <<https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2019/11/13/fenomeno-k-pop-impulsiona-ensino-de-coreano-em-escolas-publicas-do-rio.ghml>>. Acessado em 4 de agosto de 2020.

G1 Ouviu, podcast de música, chega ao episódio #100 com quase 3 milhões de downloads. G1. Disponível em: <<https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2020/08/03/g1-ouviu-podcast-de-musica-chega-ao-episodio-100-com-quase-3-milhoes-de-downloads.ghml>>. Acessado em 5 de agosto de 2020.

História da Música. InfoEscola. Disponível em:<<https://www.infoescola.com/musica/historia-da-musica/>>. Acessado em 4 agosto de 2020.

K-pop, o gênero que popularizou a cultura sul coreana em campo grande. MidiaMax. Disponível em: <<https://www.midiamax.com.br/midiamaais/comportamento/2019/k-pop-o-genero-que-popularizou-a-cultura-sul-coreana-em-campo-grande>>. Acesso em 4 de agosto 2020.

K-Pop, a música símbolo da expansão cultural sul-coreana. El País Brasil. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2018/04/09/cultura/1523258847_110221.html>. Acessado em 4 de agosto de 2020.

O que é Podcast? TecMundo. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/internet/1252-o-que-e-podcast-.htm>>. Acessado em 5 de agosto de 2020.

'Parasita' é o grande vencedor do Oscar 2020, com quatro prêmios. G1. Disponível em: <<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwi6pLfjrJHoAhWcGbkGHZiWCZsQFjADegQIAhAB&url=https%3A%2F%2Fg1.globo.com%2Fpop-arte%2Fcinema%2Foscar%2F2020%2Fnoticia%2F2020%2F02%2F10%2Fparasita-e-o-grande-vencedor-do-oscar-2020.ghml&usg=AOvVaw1bfiyB2KY4p9U7YS6beJ-W>>. Acessado em 4 de agosto de 2020.

PodPesquisa 2019-2020. Abpod. Disponível em: <<http://abpod.org/wp-content/uploads/2020/03/Podpesquisa-ouvintes-2019.pdf>>. Acessado em 5 de agosto de 2020.

Podcast: o que é, para que serve e como fazer um podcast. Blog Rockcontent. Disponível em: <<https://comunidade.rockcontent.com/o-que-e-podcast/>>. Acessado em 5 de agosto de 2020.

UnB e embaixada da Coreia do Sul inauguraram Instituto Rei Sejong. Correio Braziliense. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/eu-estudante/ensino_ensinosuperior/2018/08/03/ensino_ensinosuperior_interna,699198/unb-kobras-e-a-embaixada-da-republica-da-coreia-inauguraram-instituto.shtml>. Acessado em 4 de agosto de 2020.

Winter Sonata: o drama pioneiro da hallyu no Japão. BrazilKorea. Disponível em: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjC0o7ZsZHoAhVeGbkGHb1iBNwQFjAAegQIBBAB&url=https%3A%2F%2Fwww.brazilkorea.com.br%2Fwinter-sonata-drama-pioneiro-no-japao%2F&usg=AOvVaw118u45C4Le2T_-oH9jpN2D>. Acessado em 4 de agosto de 2020.

APÊNDICE
ROTEIRO DO PODCAST

1 – SOBE SOM VINHETA

2- SOBE NARRAÇÃO EDUARDA “OLÁ CHUCHUS DA MINHA INTERNET, SOU EDUARDA ESPOSITO E SEJAM BEM-VINDOS AO MEU PODCAST SOBRE KPOP, O KTUNE. ESTE É O PRIMEIRO EPISÓDIO DO PROGRAMA E HOJE EU VOU FALAR SOBRE A FEBRE DO KPOP EM BRASÍLIA, SENDO ESSE EPISÓDIO DEDICADO À MINHA CONCLUSÃO DE CURSO EM JORNALISMO NA UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA. POR ISSO, PEGUA UM CAFÉ, UM SUQUINHO, RELAXA E VAMO SIMBORA.

3 – VOCÊ VAI OUVIR NESTE EPISÓDIO OS DEPOIMENTOS DE NATÁLIA, ZAYNE E WANESSA SOBRE AS SUAS EXPERIÊNCIAS COMO FÃS DE K-POP, INDO AOS SHOWS E COMPRANDO OS CDS. TAMBÉM TEREMOS AS ENTREVISTAS COM O GRUPO COVER DE K-POP DA CAPITAL, BLACK SUNSET, COM A PROFESSORA DO INSTITUTO REI SEJONG BRASÍLIA, SANDRA JANG E COM A EMBAIXADA DA COREIA DO SUL NO BRASIL.

4- SOBE DYNAMITE DO BTS

5 – NARRAÇÃO EDUARDA “VOCÊ CONHECE ESSA MÚSICA QUE ACABOU DE TOCAR? OU ESSA?

6- SOBRE GANGNAM STYLE DO PSY REFRÃO

7 – SOBE NARRAÇÃO EDUARDA “ESSAS DUAS MÚSICAS SÃO DO KPOP, O POP DA CORÉIA DO SUL/ SURGIDO NA DÉCADA DE 90 COMO UMA INOVAÇÃO NO PAÍS, O GÊNERO MUSICAL INSPIRADO EM HIP HOP, R&B, E POP OCIDENTAL, GANHOU O PAÍS E TROUXE ENTÃO UMA NOVA ONDA MUSICAL RECENTE/ COM TODA UMA FÔRMULA DIFERENTE DE PRODUÇÃO E DE FORMAÇÃO DE ARTISTAS, O KPOP GANHOU ESPAÇO NA INTERNET, QUEBRANDO RECORDS EM PLATAFORMAS COMO O YOUTUBE E O CORAÇÃO DE MUITOS OCIDENTAIS.

8 – SOBE NARRAÇÃO EDUARDA “EM MEADOS DE 2012, COM A EXPLOSÃO DE GANGNAM STYLE NO MUNDO, PSY MOSTROU AO PÚBLICO GERAL UM GÊNERO DIFERENTE E ATRATIVO/ COM A GLOBALIZAÇÃO JÁ ESTABELECIDNA NAQUELA ÉPOCA HÁ MAIS DE UMA DÉCADA, NÃO FOI DIFÍCIL PARA OS JOVENS BRASILEIROS PROCURAREM SABER MAIS E ACABAR SE ENCANTANDO COM OUTROS ARTISTAS SUL COREANOS.

9 – SOBE NARRAÇÃO EDUARDA “COM A GRANDE VARIEDADE DE GRUPOS MASCULINOS E FEMININOS E COM A DIVERSIDADE DE GÊNEROS DENTRO DO KPOP, NÃO TINHA NINGUÉM QUE NÃO ACHASSE O SEU NICHOS/ DE TRAP, A BALADAS ROMÂNTICAS, MÚSICAS COM UMA PEGADA MAIS ORIENTAL E HIP HOP, O KPOP SE MOSTROU UM UNIVERSO ENORME E

COMPLEXO ONDE TODO MUNDO PODIA CURTIR ALGO DIFERENTE E ASSIM OS NÚMEROS DE FÃS BRASILEIROS CRESCERAM ABSURDAMENTE/

10 – SOBE REFRÃO DE HOW YOU LIKE THAT DO BLACKPINK

11 – SOBE NARRAÇÃO EDUARDA “PRA TER UMA NOÇÃO, EM 2019 O GRUPO BTS LOTOU DOIS DIAS NO ALLIANZ PARK, ESTÁDIO DO PALMEIRAS EM SÃO PAULO COM A SUA TOUR LOVE YOURSELF: SPEAK YOURSELF/ COM MAIS DE 40 MIL INGRESSOS VENDIDOS EM CADA DIA DE SHOW, O GRUPO MOSTROU TER UMA LEGIÃO DE FÃS NO BRASIL IMPRESSIONANTE/ E VALE RESSALTAR, ELES TOCARIAM APENAS EM UM DIA, MAS COMO OS INGRESSOS ESGOTARAM EM MENOS DE 24 HORAS E TEVE UMA ENORME PROCURA, ABRIRAM UM SEGUNDO DIA DE SHOW QUE TEVE O MESMO RESULTADO: VENDAS RÁPIDAS E UMA PROCURA COLOSSAL!

12 – SOBE NARRAÇÃO EDUARDA “OU SEJA, O KPOP TEM SE MOSTRADO CADE VEZ MAIOR NAS TERRAS TUPINQUINS E POR CONSEQUÊNCIA NA NOSSA QUERIDA CAPITAL FEDERAL/ ENTRETANTO OS FÃS DE KPOP SOFREM BARREIRAS AINDA MAIORES, A MAIORIA DOS EVENTOS E SHOWS OCORREM EM SÃO PAULO, ENTÃO COMO UM FÃ DE OUTRO ESTADO CONSEGUE VER SEU ARTISTA FAVORITO CANTAR?/ NESSE PODCAST, VOCÊ VAI CONHECER FÃS QUE, ATÉ NO NOSSO PAÍS VIZINHO O CHILE, FOI PRA VER SEU ÍDOLO!

13 – SOBE FAKE LOVE BTS

14 – NARRAÇÃO EDUARDA “NATÁLIA PERONICO, UNIVERSITÁRIA DE 24 ANOS E BRASILENSE, COMPARTILHOU COMIGO A SUA EXPERIÊNCIA INDO AO SHOW DE KPOP ANO PASSADO NO CHILE PARA VER DE PERTO SEU GRUPO FAVORITO”

15 – AUDIO NATÁLIA SHOW CHILE “EU FUI NA SMTOWN.... FOI MUITO BOM E SE EU PUDESSE FAZER DE NOVO, EU FARIA”

16 – NARRAÇÃO EDUARDA “NATALIA ESCUTA KPOP DESDE O FINAL DE 2015 E ELA TAMBÉM CONSUME ITENS OFICIAIS DO SEUS ARTISTAS FAVORITOS, COMO CDS OU POPULARMENTE CONHECIDO PELOS FÃS COMO ALBUNS.

17 – NATÁLIA CDS DE KPOP “MINHA PRIMEIRA COMPRA.... QUEM SABE O OBSESSION BATE 1 MILHÃO DE CÓPIAS COM UMA COMPRA MINHA”

18 – EDUARDA NARRAÇÃO “ALÉM DA NATALIA, A ZAYNE OLIVEIRA MARQUES, UNIVERSITÁRIA DE 24 ANOS TAMBÉM CONTOU COMO FOI QUE CONHECEU O KPOP E SOBRE AS SUAS COMPRAS INTERNACIONAIS.

19 – ZAYNE CONHECENDO O KPOP “EU ESCUTO KPOP HÁ 10 ANOS...EU TINHA 14 PARA 15 ANOS NA ÉPOCA, FINAL DE 2010 PARA 2011.

20 – ZAYNE COMPRA DE CD “O PRIMEIRO CD QUE EU COMPREI... DEMORA UM POUCO TAMBÉM POR CAUSA DE FRETE E ESSAS COISAS.

21 – EDUARDA NARRAÇÃO “**VOCÊS DEVEM ESTAR PENSANDO AGORA, DISCOGRAFIA JAPONESA? MAS NÃO É KPOP? ENTÃO GENTE, É MUITO COMUM OS GRUPOS DE KPOP EXPANDIREM SEUS TRABALHOS AO PAÍS VIZINHO, O JAPÃO. LANÇAR CDS E MÚSICAS NA LÍNGUA JAPONESA, PROMOVER NO PAÍS E LOTAR ESTÁDIOS. OS JAPONESES PARECEM GOSTAR BASTANTE DA MÚSICA COREANA QUE É EXPORTADA PELOS VIZINHOS**

22 – SOBE SNSD GENIE JAPANESE VERSION

23 – EDUARDA NARRAÇÃO “**E O QUE A ZAYNE COMENTOU SOBRE A COMPRA DE UM CD DE KPOP É VERDADE, POR SER UM ITEM QUE PRECISA VIR DO OUTRO LADO DO MUNDO, E A FALTA DE EXEMPLARES EM LOJAS BRASILEIRAS, OS CUSTOS NÃO SÃO NADA BARATOS/ EM MÉDIA UM CD NORMAL CUSTA DE 10 A 20 DÓLARES, O QUE SERIA CONSIDERADO BARATO SE NÃO FOSSE O PREÇO DO DÓLAR ATUALMENTE NO BRASIL/ E ALÉM DO VALOR, AINDA TEM OS FRETES/ ANTES DA PANDEMIA, O FRETE MAIS BARATO CUSTAVA EM TORNO DE 20 DÓLARES, AGORA, APENAS ALGUNS FRETES ENTREGAM AQUI NO BRASIL E CUSTAM QUASE O DOBRO DO VALOR DO CD SOZINHO**

24 – SOBE AUDIO EXO LUCK ONE

25 – EDUARDA NARRAÇÃO “**MAS E OS SHOWS NO BRASIL? ROLA TODO AQUELE TRABALHO DE ORGANIZAÇÃO QUE A NATÁLIA FALOU? A WANESSA DA CRUZ SILVA, ESTUDANDE DA UNB DE 20 ANOS CONTA PRA GENTE A EXPERIÊNCIA DELA NO SHOW EM QUE FOI EM SÃO PAULO.**

26 – WANESSA IDA AO SHOW 2 “EU FUI... CASO A PANDEMIA FOSSE CONTROLADA PORQUE É UMA EXPERIÊNCIA ÚNICA”. JUNTO COM WANESSA IDA AO SHOW 1 “A PRIMEIRA COISA... VAI QUERER TER ISSO POR UM MOMENTO NA VIDA.

27 – NARRAÇÃO EDUARDA “**E O KPOP DEU A WANESSA TAMBÉM DOIS NOVOS PROJETOS!**”

28 – AUDIO PROJETOS POR TE CONHECIDO O KPOP “EU TENHO DOIS PROJETOS NO CASO.... E SE ISSO ACONTECER É MUITO LEGAL”

29 – SOBE AUDIO LOONA WHY NOT

30 – NARRAÇÃO EDUARDA “**E POR FALAR EM PROJETOS DIFERENCIADOS, O KPOP TORNOU POPULAR OS GRUPOS COVERS DE KPOP/ FÂS QUE SE REÚNEM PARA APRENDER AS COREOGRAFIAS E SE APRESENTAR EM EVENTOS, GRAVAR VÍDEOS PRO YOUTUBE, OU SÓ SE DIVERTIR COM A DANÇA/ O GRUPO BLACK SUNSET AQUI DE BRASÍLIA, CONTOU UM POUCO**

DA SUA HISTÓRIA PRA GENTE. A LÍDER DO GRUPO, GIOVANA PEREIRA DE ARAÚJO DE 15 ANOS EXPLICA O NASCIMENTO DO GRUPO EM 2018”

31 – BLACK SUNSET 1 “A GENTE ESTAVA COM UMA... E ESTAMOS AÍ ATÉ HOJE”

32 – EDUARDA NARRAÇÃO “**COM O GRUPO FORMADO, DECIDIRAM COMO SERIA O FUNCIONAMENTO DE ENSAIOS E ESCOLHA DE MÚSICAS E FIGURINOS!**”

33 – BLACK SUNSET 2.1 SEGUNDOS “A GENTE DESDE O INÍCIO DAS AUDIÇÕES... ARRUMARAM A SALA TODA BONITINHA

34 – BLACK SUNSET 2.2 “SOBRE AS MÚSICAS... A GENTE DANÇA” MAIS “E QUESTÃO DE FIGURINO... DECIDI EM CONJUNTO MESMO”

35 – EDUARDA NARRAÇÃO “**A TODOS OS MEMBROS DO BLACK SUNSET, DESEJO MUITA SORTE E SUCESSO NESSA TRAJETÓRIA DANÇANTE”**

36 – SOBE 2 PM GO CRAZY

37 – EDUARDA NARRAÇÃO “**MAS SE ACHAM QUE O KPOP DESPERTA O DESEJO APENAS NA DANÇA, ESTÃO ENGANADOS/ A MÚSICA TAMBÉM TRAZ O DESEJO DE CONHECIMENTO PELA LÍNGUA COREANA/ A PROFESSORA SANDRA JANG DO INSTITUTO REI SEJONG BRASÍLIA EXPLICA UM POUCO MAIS”**

38 – SANDRA JANG “SIM, PORQUE O KPOP É ALGO QUE ATRAI.. JÁ DESISTE”

39 – EDUARDA NARRAÇÃO “**MESMO ATRAINDO E DESPERTANDO A CURIOSADE, O COREANO É MUITO DIFERENTE DA NOSSA LÍNGUA E REQUER DEDICAÇÃO./ MAS AINDA SIM, O KPOP PODE SER USADO COMO UMA FERRAMENTA DE ENSINO”**

40 – SANDRA JANG “É UMA FORMA... INTERESSANTE PARA OS ALUNOS”

41 – EDUARDA NARRAÇÃO “**A PROFESSORA TAMBÉM EXPLICA O QUE É O INSTITUTO REI SEJONG E COMO VEIO PARA BRASÍLIA”**

42 – SANDRA JANG “O INSTITUTO REI SEJONG... NA UNB”

43 – EDUARDA NARRAÇÃO “**ATUALMENTE O INSTITUTO CONTA COM 228 ALUNOS MATRICULADOS NO SEGUNDO SEMESTRE DE 2020/ FORAM OFERTADAS AO TODO 260 VAGAS. QUANDO COMEÇOU EM AGOSTO DE 2018, O INSTITUTO CONTAVA COM 29 ALUNOS MATRICULADOS E 40 VAGAS, O QUE MOSTRA UM SALTO E CRESCIMENTO NO ENSINO DA LÍNGUA COREANA NO INSTITUTO REI SEJONG”**

44 – SOBE TWICE CHEER UP

45 – EDUARDA NARRAÇÃO “E PARA DEIXAR VOCÊS ANIMADOS, TRAGO BOAS NOVAS DIRETO DA EMBAIXADA DA COREIA DO SUL AQUI EM BRASÍLIA/A ENTIDADE CONTOU EM ENTREVISTA QUE TODOS OS ANOS CERCA DE SEIS EVENTOS SÃO ORGANIZADOS EM BRASÍLIA POR ELES PARA APROXIMAR AS DUAS CULTURAS, A BRASILEIRA E A COREANA, E QUE A ANGENDA DEVE VOLTAR DEPOIS QUE A PANDEMIA DO CORONA VÍRUS FOR CONTROLADA”

46 – EDUARDA NARRAÇÃO “ALÉM DISSO, TEM TAMBÉM O KPOP WORLD FESTIVAL, MAIOR CONCURSO DE TALENTOS DO KPOP DO MUNDO. UMA DAS ETAPAS ACONTECE TODO ANO EM BRASÍLIA REUNINDO OS FÃS PARA A COMPETIÇÃO. O PLANO DA EMBAIXADA É QUE A CIDADE CONTINUE CEDIANDO O EVENTO NAS PRÓXIMAS EDIÇÕES!”

47 – SOBE WONDER GIRLS TELL ME

48 – EDUARDA NARRAÇÃO “E AÍ? O QUE ACHOU DO KPOP? SE SURPREENDEU COM ALGUMA COISA? ME CONTA NOS COMENTÁRIOS! E VOCÊS BRASILIENSES, ANIMADOS PROS PRÓXIMOS EVENTOS? ESPERAMOS QUE TUDO VOLTE AO NORMAL LOGO.

49 – EDUARDA NARRAÇÃO “ESSE FOI O PRIMEIRO EPISÓDIO DO KTUNE, MINHA SÉRIE DE PODCAST VOLTADA AO KPOP. OBRIGADA POR PASSAR ESSE TEMPO COMIGO E ATÉ O PRÓXIMO EPISÓDIO. TCHAU!

50 – SOBE MAGO GFRIEND