

A INFLUÊNCIA DA ONDA HALLYU

Ana Klara da Silva Kobuszewski; Julia Beatriz Pereira dos Santos; Mariah Eduarda Amaral Souza;
Davi Kiyoshi Inoue (Orientador)

Etec de Cotia, São Joaquim II, Etec de Cotia □ davi3069@yahoo.com.br

RESUMO

O presente trabalho trata-se de um fenômeno atual, criado no fim da década de 90, que tem o objetivo analisar como o consumo da onda influencia às pessoas e até que ponto apreciar algo se torna apropriação. Utilizamos formulários para fazer uma pesquisa na qual fizemos perguntas referentes ao consumo da onda e o que as pessoas sabem sobre aculturação.

INTRODUÇÃO

Pelo fato das novas gerações estarem inseridas na Era da tecnologia, tendo acesso à cultura e informações diversificadas com facilidade, tendem a ter um pensamento diferente sobre determinados assuntos, em comparação aos seus antecedentes. Logo, temas que muitas vezes não são tratados dentro das escolas, acabam sendo pautados dentro da comunidade (pessoas que consomem algo da onda hallyu). No entanto, muitas vezes são discutidos de forma incorreta e tendem a passar informações falsas. Por este motivo, consideramos que trata-se de um assunto pertinente, uma vez que tem força na vida de diversos jovens adultos e adolescentes.

METODOLOGIA

A metodologia que utilizamos foi uma pesquisa em campo para obter o conhecimento sobre o que as pessoas que estão inseridas dentro da comunidade sabem à respeito de aculturação, o que elas mais consomem e através do que elas tiveram o primeiro contato com a onda. Assim conseguiremos abordar os temas necessários. Ademais, utilizamos a plataforma do Instagram como ferramenta de auxílio para conseguirmos um alcance maior.

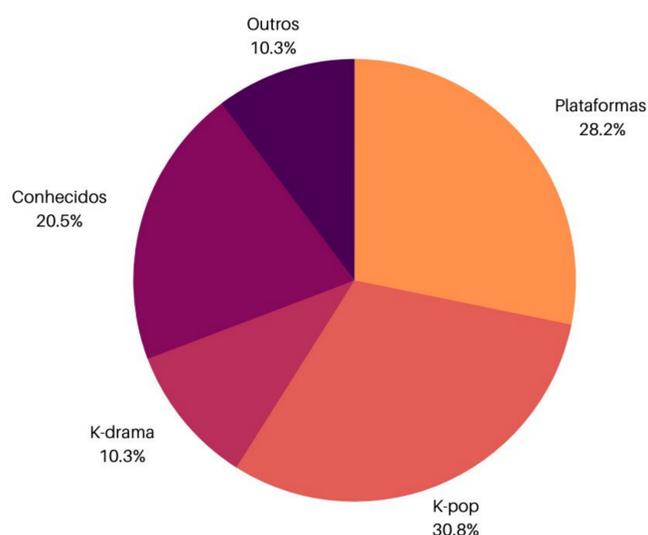


Figura 1. Gráfico sobre o primeiro contato com a onda (informações retiradas da pesquisa de campo), com finalidade na obtenção de dados sobre por qual meio o conteúdo chegou até as pessoas.

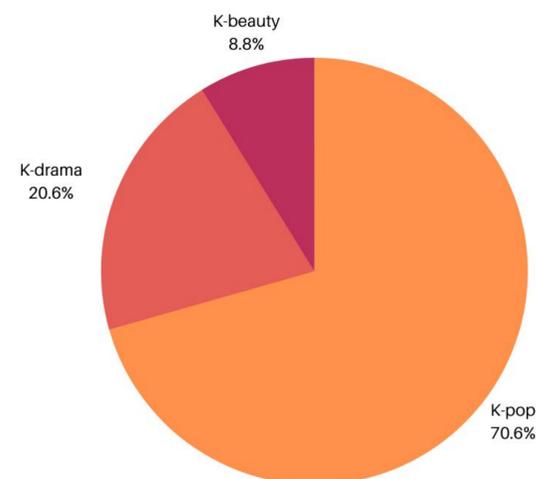


Figura 2. Gráfico sobre o que as pessoas mais consomem da cultura (informações retiradas da pesquisa de campo), com finalidade na obtenção de dados sobre o que às pessoas mais consomem.

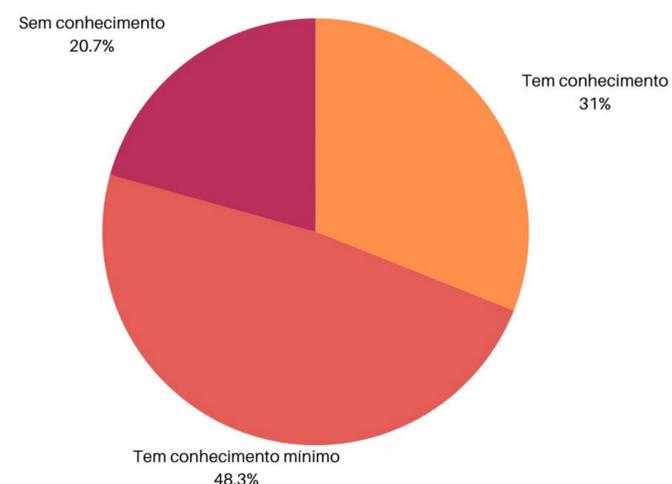


Figura 3. Gráfico sobre o conhecimento das pessoas sobre aculturação (informações retiradas da pesquisa de campo), com finalidade na obtenção de dados sobre o que as pessoas sabem.

BIBLIOGRAFIA

RODRIGUES, Leonardo. Quem segue esse sucesso?: Depois da música e cinema, Coreia do Sul traça estratégia para, mesmo na crise, escalar cultura pop global, 2020.

MESQUITA, Sâmia. Entenda a Hallyu, a "onda coreana" que tomou o mundo e gera renda no Ceará, 2020.

VASCONCELOS, Luciana. M. INTERCULTURALIDADE, Número, p. 1-5, 2015.

CONCEITO.DE. Conceito de interculturalidade. Disponível em: <https://conceito.de/interculturalidade>. Publicado em: 2011.

AGRADECIMENTO

Agradecemos aos nossos pais e responsáveis pelo o apoio, a todas as pessoas que se disponibilizaram para responder ao formulário e a oportunidade que nos foi oferecida pela Universidade Estadual de Campinas e pelo o Colégio Técnico de Campinas (UNICAMP/COTUCA).