

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

**Catarina ANDRADE, Faculdade de Letras da Universidade do Porto, Portugal**

## **RESUMO:**

A temática desta investigação recai sobre o processo de formação e reconfiguração da identidade cultural na era da globalização, com foco na dinâmica das artes, mais propriamente, da cinematografia. A comunicação será voltada para a indústria do entretenimento sul-coreano (na vertente do cinema), devido à sua forte influência a nível global no que diz respeito às identidades culturais e artísticas. Para além disso, também terá foco nos processos de comunicação no cinema sul-coreano, no seu impacto mundial e no seu desenvolvimento. Será, então, analisado o fenómeno da “febre cultural sul-coreana” e de como, a cultura do K-pop e do cinema sul-coreanos, conseguiram atingir o sucesso internacionalmente, através de táticas comunicacionais presentes nos seus objetos artísticos. Para melhor entender este processo, vamos expor o conteúdo analisado de quatro obras cinematográficas que se revelaram cruciais para o desenvolvimento e expansão da cultura e da indústria do cinema na Coreia do Sul. Serão ainda apontados alguns resultados, perspectivas e interpretações das entrevistas previamente feitas aos criadores de conteúdo e fãs desta arte.

**PALAVRAS-CHAVE:** identidade cultural, indústria do entretenimento sul-coreano, K-Pop.

**Catarina Andrade, mestre em Ciências da Comunicação, com especialização em Comunicação Estratégica pela Faculdade de Letras da Universidade do Porto. Desde cedo, demonstrou um profundo interesse por artes, cultura, literatura e cinema, áreas que inspiraram o seu percurso pessoal e académico. Ao longo da sua formação, envolveu-se ativamente em iniciativas sociais e associativas, integrando organizações como a HeForShe FLUP e a START, onde contribuiu para valiosos projetos que combinam inovação e impacto social. Integrou, ainda, a júnior empresa Iuris FDUP Júnior que a apresentou, desde cedo, ao mundo dos jovens empresários.**